

**PERSPEKTIF HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM
DISCOUNT PAKAIAN PADA MATAHARI MALL BANDA ACEH
(Studi terhadap Penetapan Harga dan *Taghrirnya*)**

SKRIPSI



Diajukan oleh :

DIAN MAULINA

**Mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Hukum
Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah**

NIM : 121 309 886

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM-BANDA ACEH
2017 M / 1438 H**

**PERSPEKTIF HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM *DISCOUNT*
PAKAIAN PADA MATAHARI MALL BANDA ACEH
(Studi Terhadap Penetapan Harga dan *Taqhriarnya*)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu Beban Studi Program
Sarjana (S.I) dalam Ilmu Hukum Ekonomi Islam

Oleh:

DIAN MAULINA
Mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Hukum
Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah
Nim: 121 309 886

Disetujui untuk Diuji/*Dimunaqasyahkan* oleh:

Pembimbing I



Dr. Hj. Soraya Devy, M.Ag
Nim. 196701291994032003

Pembimbing II



Sitti Mawar, S.Ag., MH
Nip. 197104152006042024

**PERSPEKTIF HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM
DISCOUNT PAKAIAN PADA MATAHARI MALL BANDA ACEH
(Studi Terhadap Penetapan Harga Dan Taghrirnya)**

SKRIPSI

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus serta Diterima sebagai
Salah satu Beban Studi Program Sarjana (S.1)
Dalam Ilmu Hukum Islam

Pada Hari/Tanggal : Selasa, 9 Agustus 2017 M
Selasa, 16 Dzulqaidah 1438 H

Di Darussalam – Banda Aceh

Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua

Dr. Hj. Soraya Devy, M.Ag
NIP. 196701291994032000

Sekretaris

Sitti Mawar, S.Ag., M.H
NIP. 197104152006042024

Penguji I,

Dr. H. Nurdin Bakry, M.Ag
NIP. 195706061992031002

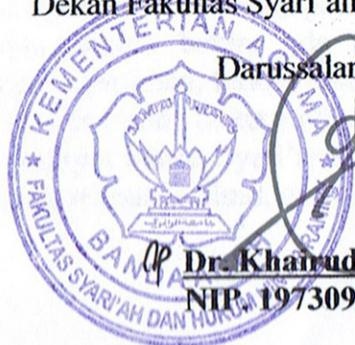
Penguji II,

Faisal Farzan, SE., M.Si., AK
NIP.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry

Darussalam-Banda Aceh



Dr. Khanuddin, S.Ag, M.Ag
NIP. 197309141997031001

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji dan syukur bagi Allah SWT, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan tugas akhir untuk menyelesaikan pendidikan pada Fakultas Syari'ah dan Hukum, Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah (HES) Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh. Shalawat beserta salam kepada junjungan umat Nabi Muhammad SAW yang telah mengubah peradaban sehingga dipenuhi ilmu pengetahuan.

Skripsi ini berjudul “perspektif Hukum Islam Terhadap Sistem *Discount* Pakaian Pada Matahari *Mall* Banda Aceh (Studi Terhadap Penetapan Harga dan *Taghrirnya*)”, yang disusun untuk memenuhi syarat meraih gelar Sarjana Hukum (SH) pada Program Studi (Prodi) Hukum Ekonomi Syari'ah.

1. Penilsan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Terutama kepada Ibu Dr. Soraya Devy, M.Ag sebagai pembimbing I dan Ibu Sitti Mawar, S,Ag., MH sebagai pembimbing II, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, karena dengan bimbingan, bantuan, ide, dan pengarahannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum, Ketua Prodi HES dan stafnya, beserta semua dosen dan asisten yang telah mengajar dan memberikan ilmu sejak semester pertama hingga

akhir. Kepada Penasehat Akademik Bapak Ridwan Nurdin penulis juga mengucapkan terima kasih, yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan. Dan ucapan terima kasih kepada seluruh staf bidang Akademik Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah banyak memberikan bantuan dalam menyelesaikan perkuliahan selama ini.

2. Ungkapan terima kasih yang sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada Ayahanda tercinta Zulkarnaini dan Ibunda tercinta Samsinar, yang telah bersusah payah membesarkan penulis serta tak pernah lelah memberikan kasih sayang dan dukungannya, baik materi maupun doa, semoga menjadi amal ibadah bagi keduanya.
3. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Abang tercinta, feriadi, Badrul, dan Kakak tercinta Yuliana Fitri, Kakak Ipar Salvira, dan Keponakan Muhammad Fauzan Riski, yang telah membantu penulis baik dari materi, kasih sayang, motivasi dan dukungan kepada penulis.
4. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Rifka Hasanah, Annisa Turrahmi, Ilka Sandela, Zakia Turrahmah, dan semua teman-teman Unit 5 yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak bantuan, dukungan, serta telah sama-sama melewati setiap tahapan ujian yang ada di kampus. Tak lupa pula ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Mahasiswa/i prodi HES angkatan 2013.
5. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Devi Ratna, Risda Riani, Yana Mestika, Pipit Ariva, sebagai teman kost yang telah banyak

membantu dalam segala hal dan melewati segala rintangan yang dihadapi di perantauan.

6. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman-teman seperjuangan KPM Rot Teungoh Aceh Selatan yang senantiasa memberikan dukungan dan saran untuk mempercepat proses penyelesaian penulisan skripsi ini.

Semoga tulisan yang sangat sederhana ini bermanfaat, dapat menambah khazanah ilmu bagi penulis dan teman-teman lain. Semoga karya ini bermanfaat untuk seluruh pembaca. Kepada Allah SWT. lah penulis memohon perlindungan dan pertolongan. *Amin ya Rabb al-'Alamin.*

Banda Aceh, 25 Juli 2017

Penulis

Dian Maulina

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Gharar ditinjau dari segi shighat akad terhadap pelaksanaan discount pada Matahri Mall Banda Aceh.....	52
Tabel 2: Gharar ditinjau dari segi objek akad terhadap pelaksanaan discount pada Matahri Mall Banda Aceh,.....	53

TRANSLITERASI

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	Ket	No	Arab	Latin	Ket
1	ا	Tidak dilambangkan		16	ط	ṭ	t dengan titik di bawahnya
2	ب	b		17	ظ	ẓ	z dengan titik di bawahnya
3	ت	t		18	ع	‘	
4	ث	ṯ	s dengan titik di atasnya	19	غ	g	
5	ج	j		20	ف	F	
6	ح	ḥ	h dengan titik di bawahnya	21	ق	Q	
7	خ	kh		22	ك	K	
8	د	d		23	ل	L	
9	ذ	ẓ	z dengan titik di atasnya	24	م	M	
10	ر	r		25	ن	N	
11	ز	z		26	و	w	
12	س	s		27	ه	H	
13	ش	sy		28	ء	’	
14	ص	ṣ	s dengan titik di bawahnya	29	ي	Y	
15	ض	ḍ	d dengan titik di bawahnya				

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
◌َي	<i>Fathah dan alifatau ya</i>	\bar{A}
◌ِي	<i>Kasrah dan ya</i>	\bar{I}
◌ُي	<i>Dammah dan waw</i>	\bar{U}

Contoh:

قال : *qāla*

رمى : *ramā*

قيل : *qīla*

يقول : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

روضة الاطفال : *rawḍah al-atfāl/ rawḍatul atfāl*

المدينة المنورة : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طلحة : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasikan. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	i
PENGESAHAN BIMBINGAN	ii
PENGESAHAN SIDANG	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
TRANSLITERASI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR ISI.....	xii

BAB SATU : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penulisan.....	7
1.4 Penjelasan Istilah	8
1.5 Kajian Pustaka.....	8
1.6 Metodologi Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penelitian.....	14

BAB DUA : LANDASAN TEORI TENTANG PENETAPAN HARGA, TAGHRIR DALAM HUKUM ISLAM DAN *DISCOUNT*

2.1 Penetapan Harga Dalam Transaksi Jual Beli	16
2.1.1 Pengertian Penetapan Harga	16
2.1.2 Metode Penetapan Harga.....	19
2.1.3 Strategi Penetapan Harga.....	22
2.1.4 Tujuan Penetapan Harga.....	26
2.1.5 Ketentuan Penetapan Harga dalam Islam.....	27
2.2 <i>Taqhrir</i> dalam Transaksi Jual Beli.....	30
2.2.1 Pengertian <i>Taqhrir</i>	30
2.2.2 Bentuk-Bentuk Jual Beli <i>Taqhrir</i>	31
2.2.3 Hukum Jual Beli Yang Mengandung <i>Taqhrir</i>	33
2.3 <i>Discount</i> Dalam Transaksi Jual Beli.....	36
2.3.1 Pengertian <i>Discount</i>	37
2.3.2 Jenis-Jenis <i>Discount</i>	38
2.3.3 Faktor Terjadinya <i>Discount</i>	41
2.3.4 Tujuan Sistem <i>Discount</i>	43

BAB TIGA : PENETAPAN HARGA DAN TAGHRIR DALAM PELAKSANAAN SISTEM DISCOUNT PAKAIAN PADA MATAHARI MALL BANDA ACEH	
3.1 Profil Matahari Mall Banda Aceh	45
3.2 Sistem Penetapan Harga Dalam Pelaksanaan <i>Discount</i> Pakaian Pada Matahari <i>Mall</i> Banda Aceh.....	46
3.3 <i>Discount</i> Pakaian Pada Matahari <i>Mall</i> Banda Aceh dalam tinjauan menurut penetapan <i>taghrir</i>	50
3.4 Kajian Hukum Islam Terhadap Sistem <i>Discount</i> Pakaian Pada Matahari <i>Mall</i> Banda Aceh.....	55
BAB EMPAT : PENUTUP	
4.1 Kesimpulan.....	61
4.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67
RIWAYAT HIDUP	68



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp./ Fax. 0651-7557442 Email : fsh@ar-raniry.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dian Maulina
NIM : 121309886
Prodi : HES
Fakultas : Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.**
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.**
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.**
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.**
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.**

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 08 Agustus 2017

Yang Menyatakan


(Dian Maulina)

ABSTRAK
PERSPEKTIF HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM
DISCOUNT PAKAIAN PADA MATAHARI MALL BANDA ACEH
(Studi terhadap Penetapan Harga dan *Taghrirnya*)

Nama/Nim : Dian Maulina/121309886
Fakultas/Prodi : Syari'ah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syari'ah
Tanggal Munaqasyah : 09 Agustus 2017
Tebal Skripsi : 67 lembar
Pembimbing I : Dr. Hj. Soraya devy, M.Ag
Pembimbing II : Sitti Mawar, S.Ag., MH

Kata Kunci: *Perspektif, Hukum Islam, Discount, Penetapan Harga, Taghrir*

Penetapan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan, salah dalam menetapkan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar. Dengan menggunakan sistem *discount* dalam penjualan ini mampu meningkatkan penjualan karena dengan adanya *discount* mampu mendorong pembeli untuk membeli pakaian yang dijual. Hal yang menjadi permasalahan dan tujuan dalam penelitian ini, yaitu: pertama; bagaimana penetapan harga yang dilakukan oleh pihak manajemen Matahari *Mall* Banda Aceh pada pakaian yang *discount*, kedua; apakah terdapat *taghrir* dalam pelaksanaan sistem *discount* pakaian pada Matahari *Mall* Banda Aceh, ketiga; bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap sistem *discount* pakaian yang diterapkan oleh Matahari *Mall* Banda Aceh. Untuk mencapai tujuan penelitian, penulis menggunakan metode deskriptif analisis. Dan menggunakan teknik pengumpulan data, data primer diperoleh melalui penelitian lapangan dan data sekunder diperoleh melalui penelitian kepustakaan. Dari penelitian dapat di ketahui bahwa: Penetapan harga pada Matahari *Mall* Banda Aceh ditentukan oleh central Matahari *Mall* dan Namun tidak ada perbedaan penetapan harga yang dilakukan oleh central Matahari *Mall* Banda Aceh, baik untuk pakaian yang tidak diberi harga *discount* maupun pakaian yang mendapat harga *discount*. Pada Matahari *Mall* Banda Aceh *taghrir* tidak terdapat dalam shighat akad maupun objek akad, namun *taghrir* terdapat pada pelaksanaan *discount* dengan menggunakan kartu member yang disebut Matahari Club Card (MCC). Tinjauan hukum Islam terhadap sistem *discount* pakaian yang diterapkan oleh Matahari *Mall* Banda Aceh dibagi menjadi dua, yaitu: diperbolehkan, karena rukun dan syarat pada akad jual beli telah terpenuhi, dan dilarang, karena terdapat unsur-unsur yang dilarang dalam jual beli yaitu *taghrir*.

BAB SATU PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transaksi jual beli sangat dibutuhkan kejujuran para pihak bukan hanya agar sesuai dengan ketentuan syariat tetapi juga untuk terciptanya kepuasan para pihak dalam transaksi yang dilakukan. Dalam masalah jual beli Islam telah memberikan aturan-aturan seperti yang telah diungkapkan oleh para ulama fiqh mengenai rukun dan syarat jual beli. Baik yang berkenaan dengan pihak penjual dan pembeli, akad, maupun objek akad atau barang yang diperjualbelikan. Menurut Al-Muslih¹ ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk: 1) produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik, 2) produk yang diperjualbelikan adalah produk yang halal dan, 3) dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.

Dalam Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *as-saman* dan *as-si'r*. *As-Saman* adalah patokan harga suatu barang, sedangkan *as-si'r* adalah harga yang berlaku secara *aktual* di dalam pasar.² Ulama fiqh membagi *as-si'r* menjadi dua macam.³ Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah dalam harga yang berlaku secara alami tidak boleh campur tangan,

¹ Abdullah Al-Muslih & Shalah ash-Shawi, Fikih Ekonomi Keuangan Islam, (Jakarta : Darul Haq, 2004), hlm. 331.

² Abdul Azis dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam jilid 5*, (Jakarta: Ichiar Baru Van Hoeve, 2006), hlm.1802.

³*Ibid* .

karena campur tangan pemerintah dalam perkara ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang ataupun produsen. Kedua, harga suatu barang komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang *riil* dan daya beli masyarakat.

Ibnu Qudaimah, Ibnu Taimiyah, dan Ibnu Qoyyim membagi bentuk penetapan harga tersebut ke dalam dua macam kategori yaitu penetapan harga yang bersifat *dhalim* dan penetapan harga yang bersifat adil. Penetapan harga yang bersifat *dhalim* adalah penetapan harga yang dilakukan oleh pemerintah yang tidak sesuai dan tidak logis dengan kondisi mekanisme pasar akibat terbatasnya pasokan komoditas dan langkanya barang atau jasa, sementara permintaan sangat banyak dan tanpa memperdulikan kemaslahatan para pedagang. Penetapan harga yang diperbolehkan dan bahkan wajib dilakukan menurut mereka adalah ketika terjadi lonjakan harga yang cukup tajam, *signifikan*, dan *fantastis* menurut bukti akurat disebabkan oleh ulah para pedagang. Akan tetapi, pematokan harga tersebut juga harus dilakukan dalam batas adil, dengan memperhitungkan biaya produksi, biaya distribusi, transportasi, modal, margin, keuntungan bagi para produsen maupun pedagang.⁴

Taghrir adalah melibatkan diri dalam sesuatu yang *gharar*.⁵ Dikatakan *gharar bibafsi wa maalihi taghriran* berarti jika seseorang melibatkan diri dan hartanya dalam kancan *gharar*, maka itu berarti keduanya telah dihadapkan kepada suatu kebinasaan yang tidak diketahui olehnya. Jual beli *gharar* berarti

⁴Abdul Azis dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam jilid 5...*, hlm.1802.

⁵Nurul Huda dan Muhammad Heykai, *Lembaga keuangan islam: tinjauan teoritis dan praktis*, (Jakarta: kencana prenatal media group, 2010), hlm. 196

sebuah jual beli yang mengandung unsur ketidaktahuan dan ketidakpastian (*jahalah*) antara dua pihak yang bertransaksi, atau jual beli sesuatu yang objek akad tidak diyakini dapat diserahkan.⁶ Madzhab Dhahiri, Ibn Hazm mengatakan: unsur *gharar* dalam jual beli adalah sesuatu yang tidak diketahui oleh pembeli apa yang ia beli dan penjual apa yang ia jual.⁷ Secara garis besar *gharar* dibagi menjadi dua bagian pokok yaitu: *gharar* dalam *shighat akad*, dan *gharar* dalam objek *akad*.⁸

Dalam perkembangan sistem jual beli ada beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang dalam memasarkan produk atau barang dagangannya. Dalam melakukan kegiatan pemasaran⁹ suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.¹⁰

Strategi pemasaran yang sering dilakukan salah satunya ialah dengan melakukan promosi. Promosi yang dilakukan dalam rangka pemasaran telah

⁶*Ibid.*, hlm. 197

⁷*Ibid.*, hlm. 197

⁸*Ibid.*, hlm. 197

⁹Konsep pemasaran terdiri dari 4 pilar yaitu : pasar sasaran (target market), kebutuhan pelanggan (consumers needs), pemasaran terpadu (intergranet marketing), dan kemampuan menghasilkan laba (*profitability*).⁹ Konsep pemasaran mempunyai perspektif dari luar ke dalam, maksudnya titik tumpu dan titik awal pemikiran konsep pemasaran adalah mengerti konsumen, 'siapa dia dan apa yang diinginkan atau dibutuhkan ?', kemudian bagaimana memenuhi kebutuhan atau keinginan itu dengan upaya pemasaran terpadu agar konsumen puas dalam jangka panjang yang memungkinkan pembelian berulang (repeat buying), jadi dalam konsep pemasaran berawal dari dia bukan aku. Lihat lebih lanjut dalam buku karya Sentot Imam Wahjono, *Manajemen pemasaran bank*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2010). Hlm, 134

¹⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010). Hlm. 51

memberikan peranan yang penting guna mempengaruhi pembeli agar membeli barang yang di dijual. Sistem promosi yang dikenal luas salah satunya adalah dengan menggunakan sistem potongan harga.

Sistem potongan harga lazimnya disebut dengan sistem *discount*, dimana pembeli mendapatkan potongan harga dari harga aslinya terhadap produk barang tertentu. Para pedagang sering menyebut *discount* dengan *korting*, Macam-macam *discount* terdiri dari: *discount tunai*, *discount kuantitas*, *discount fungsional* dagang, dan *allowances promosi*.¹¹ Karena harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli dalam membeli suatu barang, maka dengan adanya sistem *discount* yang diterapkan pada suatu produk atau barang pada pusat pembelanjaan maka hal itu sangat menarik pembeli untuk membeli suatu barang.

Pada Matahari *Mall* Banda Aceh salah satu bentuk strategi pemasaran yang digunakan adalah dengan menetapkan sistem *discount* pada produk-produk yang dipasarkannya. Di antaranya pada pakaian, baik pakaian untuk dewasa maupun anak-anak, dan pakaian laki-laki maupun perempuan. *Discount* yang diterapkan terhadap masing-masing produk pun beragam mulai dari 20%, 50 %,75%, bahkan ada *discount* 70% + 20%, ada pula *discount* yang dilakukan dengan cara beli 2 gratis 1 dan beli 1 gratis 1.

Pada dasarnya sistem *discount* yang ditetapkan di Matahari *Mall* Banda Aceh mempunyai ketentuan tertentu terhadap barang atau produk yang akan di *discount*. Jika barang atau produk baru, *discount* ditetapkan hanya sebesar 20 %

¹¹Stewart H. Rewoldt, Strategi harga dalam pemasaran, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991). Hlm.51

dari harga aslinya, namun jika barang atau produk yang sudah beberapa bulan dijual namun tidak laku maka ketentuannya berbeda, pada barang atau produk yang telah dijual beberapa bulan namun tidak laku ada yang dijual dengan beli 3 *discount* 75 %, dan ada juga dengan beli satu gratis satu (*bigf*) namun harganya dipilih dari harga termahal antara kedua produk tersebut. Namun ada juga dengan sistem beli dua gratis satu dengan syarat barang yang dibeli dengan merek yang sama. Ada pula barang atau produk yang dijual dengan beli dua pasang harga Rp.100.000,00. Pada Matahari *Mall* Banda Aceh sistem *discount* yang diberikan ada juga berupa kupon *discount* dengan potongan harga Rp. 50.000,00, kupon *discount* ini didapatkan setelah belanja minimal Rp. 200.000,00 setelah mendapat kupon jika pembeli ingin belanja barang dengan harga diatas Rp. 200.000,00 maka kupon tadi baru lah berlaku potongan harga Rp. 50.000. misalnya pembeli setelah mendapatkan kupon *discount* ia belanja lagi satu baju dengan harga Rp. 200.990,00. Maka baju yang dibeli mendapat potongan harga sebesar Rp.50.000,00 dari kupon *discount* yang didapat sehingga pembeli hanya membayar sebesar Rp. 150.990,00. Namun kupon *discount* ini hanya bisa digunakan untuk barang Matahari *Mall* yaitu barang yang diberi tanda warna biru, dan barang yang diberi tanda warna ungu ini berlaku untuk kupon Rp. 100.000,00.¹²

Discount yang dilakukan di Matahari *Mall* Banda Aceh pada dasarnya dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan produk atau barang baru dan ada juga untuk tujuan agar barang atau produk lama atau model lama dapat terjual hal

¹²Hasil wawancara dengan Cut Fitriana, karyawan Matahari Mall Banda Aceh, pada tanggal 4 Agustus 2016, di Hermes Mall Banda Aceh.

ini agar tidak terjadinya penumpukan barang, namun tujuan utama dilakukannya *discount* agar dapat menarik minat pembeli untuk membeli barang.¹³

Menurut penuturan dari salah seorang mantan karyawan Matahari *Mall* Banda Aceh, *discount* yang diadakan di Matahari *Mall* bukanlah *discount* namun harga dari barang yang *discount* itulah harga sebenarnya dari barang tersebut. Menurutnya *discount* yang sebenarnya itu adalah *discount* yang dilakukan terhadap barang yang sudah lama atau barang dengan model lama yang dijual seperti beli dua harga Rp.100.000,00 inilah *discount* yang sebenarnya yang mendapatkan potongan harga dari harga aslinya.¹⁴

Namun pada kenyataannya sistem *discount* yang dilakukan oleh Matahari *Mall* Banda Aceh mengandung *gharar* atau ketidakjelasan yaitu dalam penetapan harga. Dimana pakaian yang diberi label *discount* sebenarnya harga pakaian tersebut hampir sama atau tidak jauh berbeda dengan harga barang yang tidak berlabel *discount* yang dijual di tempat lain. Kata *discount* ini seakan *menghipnotis* masyarakat untuk membeli barang, sekalipun barang yang dibeli bukanlah merupakan barang kebutuhan, namun karena besarnya jumlah *discount* yang ditawarkan dapat mempengaruhi pembeli untuk membeli barang tersebut. Terlebih untuk *discount* 75% dan *discount* 70%+ 20% ini sangat menggiurkan masyarakat untuk membeli barang tersebut, Bisa dikatakan kata *discount* telah mampu menipu masyarakat untuk membeli barang yang dijual.

¹³Hasil wawancara dengan Adelia Suherman, karyawan Matahari Mall Banda Aceh. Pada tanggal 31 Juli 2016 di Hermes Mall Banda Aceh.

¹⁴Hasil wawancara dengan Lidia Suzana, mantan Karyawan Matahari Mall Banda Aceh. Pada tanggal 10 Juli 2016 di rumahnya.

Sehubungan dengan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti tentang sistem *discount* pakaian yang diterapkan oleh Matahari *Mall* Banda Aceh ditinjau dengan hukum Islam dengan judul “**Perspektif Hukum Islam Terhadap Sistem *Discount* Pakaian Pada Matahari *Mall* Banda Aceh(Studi Terhadap Penetapan Harga Dan *Taghrirnya*)”**”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam masalah ini. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab beberapa pertanyaan pokok yang menjadi masalah, diantaranya:

1. Bagaimana penetapan harga yang dilakukan oleh pihak manajemen Matahari *Mall* Banda Aceh pada pakaian yang *discount*?
2. Apakah terdapat *taghrir* dalam pelaksanaan sistem *discount* pakaian pada Matahari *Mall* Banda Aceh ?
3. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap sistem *discount* pakaian yang diterapkan oleh Matahari *Mall* Banda Aceh ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan dari dilakukan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui penetapan harga yang dilakukan oleh pihak manajemen Matahari *Mall* Banda Aceh pada pakaian yang *discount*.
2. Untuk mengetahui apakah adanya *taghrir* yang terdapat dalam sistem *discount* pada Matahari *Mall* Banda Aceh.

3. Untuk meneliti tinjauan hukum Islam terhadap sistem *discount* pakaian yang diterapkan oleh Matahari *Mall* Banda Aceh.

Tujuan lain dalam penulisan karya ilmiah ini yaitu untuk menyelesaikan tugas akhir pada program studi Hukum Ekonomi Syariah (*HES*).

1.4 Penjelasan Istilah

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami judul skripsi, penulis perlu menjelaskan pengertian istilah, adapun istilah tersebut yaitu:

a. Perspektif

Perspektif adalah pandangan, tinjauan, sudut pandang, dan perspektif juga diartikan persepsi terhadap objek-objek yang dapat dilihat dalam jarak, posisi, dan kebenarannya yang relatif.¹⁵

b. Hukum Islam

Hukum Islam adalah hukum dalam islam yang memuat ketentuan-ketentuan berdasarkan al-Quran dan hadist.¹⁶

c. *Discount*

Discount adalah potongan harga.¹⁷

d. Penetapan Harga

Penetapan harga adalah menetapkan atau penentuan sejumlah nilai terhadap suatu produk, baik yang sama dengan nilai benda yang menjadi objek jual beli, lebih tinggi maupun lebih rendah.¹⁸

¹⁵Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Media Pustaka Phoenix, 2010), hlm. 656

¹⁶*Ibid.*, hlm. 332

¹⁷*Ibid.*, hlm. 192

¹⁸Heru Kristanto, *kewirausahaan (entrepreneurship)*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm.113.

e. Taqhrir

Taghrir adalah melibatkan diri dalam sesuatu yang gharar.¹⁹ *Gharar* secara etimologi bermakna kekhawatiran atau risiko, dan *gharar* berarti juga menghadapi suatu kecelakaan, kerugian, dan kebinasaan.

1.5 Kajian Pustaka

Kegiatan penelitian selalu bertitik tolak dari pengetahuan yang sudah ada, pada umumnya semua ilmuwan akan memulai penelitiannya dengan cara menggali yang sudah ditemukan atau apa yang ditemukan oleh ahli-ahli sebelumnya.

Sesuai dengan tinjauan kepustakaan (*literature review*) tentang tinjauan hukum Islam terhadap sistem *discount*, maka sesuai dengan penelusuran yang telah dilakukan, belum ada kajian yang membahas secara mendetail dan spesifik yang mengarah kepada hal tersebut. Namun ada beberapa tulisan yang berkaitan dengan sistem *discount*, diantaranya:

Pertama, skripsi yang berjudul “*Mekanisme Penetapan Harga Jual Beli Pakaian Jadi di Pasar Aceh*” yang diteliti oleh Khairil Umuri, jurusan Syariah Muamalah Wal-Iqtishad UIn Ar-Raniry Banda Aceh tidak dipublikasi (2013). Masalah yang diteliti adalah tentang transaksi jual beli pakaian jadi harus memenuhi ketentuan hukum Islam agar dapat terwujud nilai-nilai keadilan, sehingga kemaslahatan antara penjual dan pembeli dapat tercapai. Hasil penelitiannya adalah tingginya harga pakaian jadi di pasar Aceh bukan disebabkan

¹⁹ Huda, Nurul dan Muhammad Heykai, *Lembaga keuangan islam: tinjauan teoritis dan praktis...*, hlm. 196

oleh permainan harga yang dilakukan oleh pedagang, tetapi disebabkan banyaknya biaya yang telah dikeluarkan pedagang dalam memperoleh pakaian tersebut. Tetapi masih ada sebagian kecil pedagang yang melakukan kecurangan seperti menyembunyikan harga yang sebenarnya kepada pembeli yang tidak mengetahui harga pasar demi memperoleh laba yang tinggi.

Kedua, penelitian yang dilakukan Marlina, Mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dengan judul “ *Strategi Pemasaran Produk Properti dalam Perspektif Manajemen Syari’ah (Studi Kasus pada Aceh Estate Banda Aceh)* tahun 2014. Masalah yang diteliti adalah keberhasilan sebuah perusahaan dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, salah satunya adalah bagaimana kemampuan perusahaan tersebut merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Perusahaan Aceh Estate berupaya dalam memasarkan produk untuk menarik minat masyarakat, namun keberadaan perusahaan ini belum mendapat respon yang baik dari masyarakat Aceh. Hasil yang disimpulkan dari penelitian ini adalah strategi utama yang dijalankan oleh Aceh Estate dalam pemasaran produk properti adalah melalui konsep “*personal selling*” yaitu dengan cara menjual produk melalui pendekatan perorangan. Berdasarkan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Aceh Estate belum memperoleh hasil yang menggembirakan, adapun penyebab naik turunnya hasil penjualan disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor tingkat nilai ekonomi di dunia properti yang selalu berubah-ubah dan faktor nilai tanah yang semakin meningkat. Perusahaan sendiri memiliki konsep pemasaran yang terdapat dalam manajemen syari’ah.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Baihaqi, Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul "*Mekanisme Penetapan Harga Gas Elpiji pada Distributor Ditinjau Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus pada pangkalan Cot Irie Aceh Besar)*" tahun 2014. Masalah yang diteliti adalah bagaimana metode penetapan harga penjualan gas elpiji yang dilakukan terhadap pangkalan Cot Irie dan sekitarnya, dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat harga gas elpiji menurut ekonomi Islam. Hasil yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah tingginya harga gas elpiji di pangkalan Cot Irie disebabkan oleh permainan harga yang dilakukan oleh pedagang gas elpiji dikarenakan kekosongan terhadap pemasokan tabung gas dan terjadi banyak permintaan tabung gas yang melebihi kuota dan ketidaktahuan pembeli terhadap eceran tertinggi harga gas elpiji sehingga pangkalan menaikkan harga dengan sendirinya demi memperoleh keuntungan yang lebih tinggi padahal sudah ada harga eceran tertinggi pada distributor untuk setiap pangkalan.

Berbeda dengan tulisan diatas, penelitian ini difokuskan pada dua kajian. Pertama, kajian tentang sistem *discount*. Kedua, tentang tinjauan hukum Islam terhadap sistem *discount* yang diterapkan oleh Matahari Mall Banda Aceh.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Dalam setiap penelitian selalu memerlukan data-data yang lengkap dan objektif serta mempunyai metode dan cara tertentu sesuai dengan penelitian yang sedang diteliti. Pada penulisan karya ilmiah ini, metode penelitian yang penulis

gunakan ialah berbentuk deskriptif analisis yang merupakan suatu metode yang bertujuan memusatkan pada pembahasan dan pembenahan masalah serta memuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat dan hubungan antara fenomena yang diselidiki secara objektif. Dalam metode ini penulis memberikan gambaran yang riil tentang sistem *discount pakaian* yang diterapkan oleh Matahari Mall Banda Aceh. Data yang telah dianalisis tersebut dideskripsikan menjadi sebuah laporan penelitian yang jelas dan utuh.

1.6.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh keterangan, informasi atau bukti-bukti yang diperlukan dalam penelitian. Dalam pengumpulan data yang berhubungan dengan objek kajian, baik data primer maupun sekunder, penulis menggunakan metode *Field research* (penelitian lapangan) dan *library research* (penelitian kepustakaan).

a. Penelitian Lapangan (*field research*)

Penelitian lapangan merupakan bagian dari pengumpulan data primer yang menitik beratkan pada kegiatan lapangan, yaitu dengan cara mengadakan penelitian lapangan terhadap suatu objek penelitian dengan meninjau sistem *discount* pakaian yang diterapkan oleh Matahari Mall Banda Aceh.

b. Penelitian kepustakaan (*library research*)

Penelitian perpustakaan merupakan bagian dari pengumpulan data sekunder, yaitu dengan cara mengumpulkan, membaca dan mengkaji lebih dalam buku-buku bacaan, makalah, ensiklopedia, jurnal, majalah, surat kabar, artikel

internet, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penulisan ini sebagai data yang bersifat teoritis.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini serta untuk membahas permasalahan yang ada, maka teknik yang penulis gunakan dalam melakukan pengumpulan data dilapangan yaitu dengan wawancara. Wawancara atau interview adalah Tanya jawab antara pewawancara dengan yang diwawancarai untuk meminta keterangan atau pendapat tentang suatu hal.²⁰ Adapun wawancara yang penulis gunakan adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara secara terencana yang berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.²¹ Pada penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan pihak manajemen Matahari Mall Banda Aceh dan karyawan-karyawan Matahari Mall Banda Aceh.

1.6.4 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih atau digunakan oleh penulis dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan penelitian menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Dari teknik pengumpulan data yang penulis lakukan, maka penelitian wawancara ini menggunakan instrumen diantaranya: kertas, pulpen, recorder (alat perekam) untuk mencatat serta merekam keterangan-keterangan yang disampaikan sumber data yaitu pihak

²⁰Marzuki Abu Bakar, *Metodologi Penelitian*, (Banda Aceh, 2013). Hlm. 57

²¹ Marzuki Abu Bakar, *Metodologi Penelitian*,...Hlm. 57

manajemen Matahari *Mall* Banda Aceh dan para pramuniaga Matahari *Mall* Banda Aceh.

1.6.5 Langkah Analisis Data

Setelah semua data yang dibutuhkan tentang perspektif hukum Islam terhadap sistem *discount* pakaian pada Matahari *Mall* Banda Aceh terkumpul dan tersaji, selanjutnya penulis akan melakukan pengolahan data. Semua data yang diperoleh dari lapangan yaitu dari hasil wawancara atau interview maupun bentuk kajian kepustakaan akan penulis klasifikasikan dengan mengelompokkan dan memilahnya berdasarkan tujuan masing-masing pertanyaan agar memberikan uraian terperinci yang akan melibatkan berbagai hasil temuan. Kemudian data yang diklasifikasikan tersebut dianalisis dengan *metode deskriptif*²², sehingga mudah dipahami serta memperoleh *validitas*²³ yang *objektif*²⁴ dari hasil penelitian. Selanjutnya tahap akhir pengelolaan data adalah penarikan kesimpulan. Setelah semua data tersaji permasalahan yang menjadi objek penelitian dapat dipahami dan kemudian ditarik kesimpulan yang merupakan hasil dari penelitian.

²²Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti setatus sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistempeikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

²³Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument.Prinsip validitas adalah pengukuran atau pengamatan yang berarti prinsip keandalan instrumen dalam mengumpulkan data. Instrumen harus dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Jadi validitas lebih menekankan pada alat pengukuran atau pengamatan.

²⁴Objektifitas adalah sikap jujur, tidak dipengaruhi pendapat dan pertimbangan pribadi atau golongan dalam mengambil putusan atau tindakan; keobjektifan.

1.6 Sistematika Penelitian

Pada penulisan karya ilmiah ini, penulis menggunakan sistematika pembahasan guna memudahkan penelitian. Dengan demikian penulis membagi kedalam empat bab, dengan sistematika sebagai berikut:

Bab satu merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab dua merupakan pembahasan teoritis mengenai konsep hukum islam tentang penetapan harga dan diskon dengan sub-sub sebagai berikut: landasan teori penetapan harga, landasan teori *taqhrir* dalam transaksi jual beli, dan landasan teori *discount*.

Bab tiga penulis membahas tentang hasil penelitian mengenai pelaksanaan sistem *discount* pakaian pada Matahari Mall Banda Aceh menurut perspektif hukum islam, yaitu: profil Matahari Mall Banda Aceh, sistem penetapan harga dalam pelaksanaan *discount* pakaian pada Matahari Mall Banda Aceh, *discount* pakaian pada Matahari *Mall* Banda Aceh dalam peninjauan menurut penetapan *taghrir*, dan kajian hukum Islam terhadap sistem *discount* pakaian pada Matahari *Mall* Banda Aceh.

Bab empat merupakan penutup dari keseluruhan pembahasan penelitian yang berisi kesimpulan dari pembahasan yang telah dipaparkan, serta saran yang menyangkut dengan penelitian dan penyusunan karya ilmiah yang penulis anggap perlu untuk kesempurnaan karya ilmiah ini.

BAB DUA
LANDASAN TEORI TENTANG PENETAPAN HARGA, TAGHRIR
DALAM HUKUM ISLAM DAN DISCOUNT

2.1 Penetapan Harga Dalam Transaksi Jual Beli

Secara etimologi bahwa jual beli adalah saling menukar (pertukaran). Menurut Sayid Sabiq, yang dimaksud jual beli menurut syari'ah ialah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling rela, atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan oleh syara'.¹ Dalam suatu transaksi jual beli adanya hubungan timbal balik antara pihak penjual dan pembeli, dimana penjual menyerahkan barang untuk memperoleh sejumlah uang dan pembeli menyerahkan sejumlah uang untuk memperoleh suatu barang. Dalam transaksi jual beli penetapan harga merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk atau barang yang dijual.

2.1.1 Pengertian Penetapan Harga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), penetapan adalah perbuatan, hal, menetapkan, penentuan, pengangkatan jabatan, pelaksanaan janji kewajiban, dan keputusan.²

Adapun pengertian harga dalam fikih islam, ada dua istilah yang berbeda yang menyangkut harga suatu barang, yaitu *as-saman* dan *as-si'r*. *As-saman* adalah patokan harga satuan barang, sedangkan *as-si'r* adalah harga yang berlaku

¹Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah, jilid 12*, (Bandung: Alma'arif,1987) hlm. 124.

²*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Media pustaka phoenix,2012), hlm. 874

secara aktual di pasar.³ Ulama fikih menyatakan bahwa fluktuasi harga suatu komoditas berkaitan erat dengan *as-si'r*, bukan *as-saman*.

Ulama fikih membagi *as-sir* itu kepada dua macam, yaitu:⁴

- a. harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah.
Dalam harga seperti ini, para pedagang bebas menjual barangnya sesuai dengan harga yang wajar, dengan pertimbangan keuntungannya. Pemerintah, dalam harga yang berlaku secara alami ini, tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus seperti ini dapat membatasi hak para pedagang.
- b. harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan bagi pedagang dan keadaan ekonomi masyarakat. Penetapan harga dari pemerintah ini disebut dengan *at-tas'ir al-jabari*. *at-tas'ir al-jabari* adalah penetapan harga secara paksa, biasanya melalui suatu kekuasaan (pemerintah).

Menurut fatwa DSN No.16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam murabahah, Harga (*tsaman*) dalam jual beli adalah suatu jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak, baik sama dengan nilai (*qimah*) benda yang menjadi objek jual beli, lebih tinggi maupun lebih rendah.⁵

Adapun pengertian harga dalam ilmu ekonomi, Menurut Kasmir, harga adalah sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk

³ Abdul Azis dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam jilid 5...*, hlm.1802.

⁴ Abdul Azis dahlan, *Ensiklopedi HukumIslam jilid 5...*, hlm. 1802.

⁵ Fatwa DSN No.16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam murabahah.

membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.⁶ Menurut Heru Kristanto, harga adalah nilai uang (*monetary value*) dari produk atau jasa dipasar.⁷

Dari pengertian penetapan dan harga di atas dapat diketahui, penetapan harga adalah menetapkan atau penentuan sejumlah nilai terhadap suatu produk, baik yang sama dengan nilai benda yang menjadi objek jual beli, lebih tinggi maupun lebih rendah.

Dalam penetapan harga, penjual memutuskan harga produk yang paling tepat. Menetapkan harga akan mudah bila dikerjakan secara sistematis. Perubahan kecil dalam harga dapat secara dramatis mempengaruhi penerimaan. Penetapan harga juga penting karena secara tidak Langsung mempengaruhi kuantitas penjualan. Bagaimanapun juga, penurunan dan peningkatan harga yang lebih besar pada dasarnya mungkin mempengaruhi kuantitas yang dijual. Oleh karena itu, penetapan harga memiliki pengaruh ganda pada total penerimaan penjualan. Penetapan harga secara langsung melalui pengaruhnya pada kuantitas yang diminta.

Menurut Heru Kristanto, harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan harga yang efisien bagi konsumen.⁸ Dari sudut pandang wirausaha harga harus cocok dengan pengertian nilai menurut pelanggan. Petapan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*⁹. Seharusnya kebijakan penentuan harga memerlukan informasi, fakta dan analisa yang

⁶ Kasmir, *kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 191

⁷Heru Kristanto, *kewirausahaan (entrepreneurship)*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm.113.

⁸ Heru Kristanto, *kewirausahaan (entrepreneurship)*..., hlm. 113.

⁹marketing Mix adalah strategi pemasaran yang di laksanakan secara terpadu atau strategi pemasaran yang di lakukan secara bersamaan dalam menerapkan elemen strategi yang ada dalam marketing Mix itu sendiri.

mendalam sehingga harga akan cocok dengan nilai menurut pelanggan. Penetapan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam menetapkan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.

2.1.2 Metode Penetapan Harga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian metode adalah cara yang telah diatur dan berpikir baik-baik untuk mencapai sesuatu maksud dalam ilmu pengetahuan atau cara belajar.¹⁰

Namun di dalam ketentuan hukumislam tidak ditetapkan bagaimana ketentuan dalam metode penetapan suatu harga barang, namun penetapan harga di dalam islam hukumnya boleh. Asalkan penetapan harga itu dilakukan dengan adil dengan mempertimbangkan kepentingan pedagang dan tidak dilakukan secara zalim yang dapat merugikan pedagang dan masyarakat.

Besarnya nilai harga yang harus dipasang tentu disesuaikan dengan tujuan penetapan harga. Berikut ini beberapa metode secara umum dalam ekonomi terhadap penetapan suatu harga produk, yaitu:¹¹

a. Modifikasi harga atau diskriminasi harga dapat dilakukan menurut hal-hal berikut.

1. Menurut pelanggan, Harga dibedakan berdasarkan pelanggan utama (*primer*) atau pelanggan biasa (*sekunder*). Pelanggan utama dalah

¹⁰Kamus Besar Bahasa Indonesia..., hlm. 579.

¹¹Kasmir, *Kewirausahaan...*, hlm. 178-179

konsumen yang loyal dan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Penentuan harga untuk pelanggan utama biasanya relatif lebih murah.

2. Menurut bentuk produk

Harga ditentukan berdasarkan bentuk atau ukuran produk atau kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk. Misalnya, untuk kartu kredit ada *master* dan *visa card*.

3. Menentukan tempat

Harga ditentukan berdasarkan lokasi atau wilayah dimana produk atau jasa tersebut ditawarkan. Hal ini dilakukan karena setiap wilayah atau daerah memiliki daya beli dan kondisi persaingan tersendiri.

4. Menurut waktu

Harga ditentukan berdasarkan periode atau masa tertentu harga tersebut dapat berubah pada jam-jam tertentu, hari-hari tertentu, dan minggu atau bulan-bulan tertentu (musiman).

b. Penetapan harga untuk produk baru

Adapun metode yang dapat diterapkan dalam menetapkan harga untuk suatu produk baru, yaitu:

1. *market skimming pricing*

yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.

2. *Market penetration pricing*

Yaitu menetapkan harga serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.

c. Metode penetapan harga lama

Adapun metode yang dapat diterapkan dalam menetapkan harga untuk suatu produk lama, yaitu:

1. *cost plus pricing*

Metode penentuan *cost plus pricing* menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{harga pokok} = VC + \frac{FC}{\text{Total sales}}$$

dimana:

VC = *Variable Cost* (biaya variable)

FC = *Fixed Cost* (biaya tetap)

TS = *Total Sales* (total penjualan)

2. *cost plus pricing* dengan *mark up*

$$\text{harga dengan mark up} = \frac{\text{harga pokok (unit)}}{(1 - \text{laba yang diinginkan})}$$

3. *Break Even Pricing* (BEP) atau target pricing adalah harga ditentukan berdasarkan titik impas (pulang pokok).

$$\text{BEP} = \frac{FC}{P - VC} \quad \text{atau} \quad \text{BEP} = \frac{FC}{1 - \frac{VC}{P}}$$

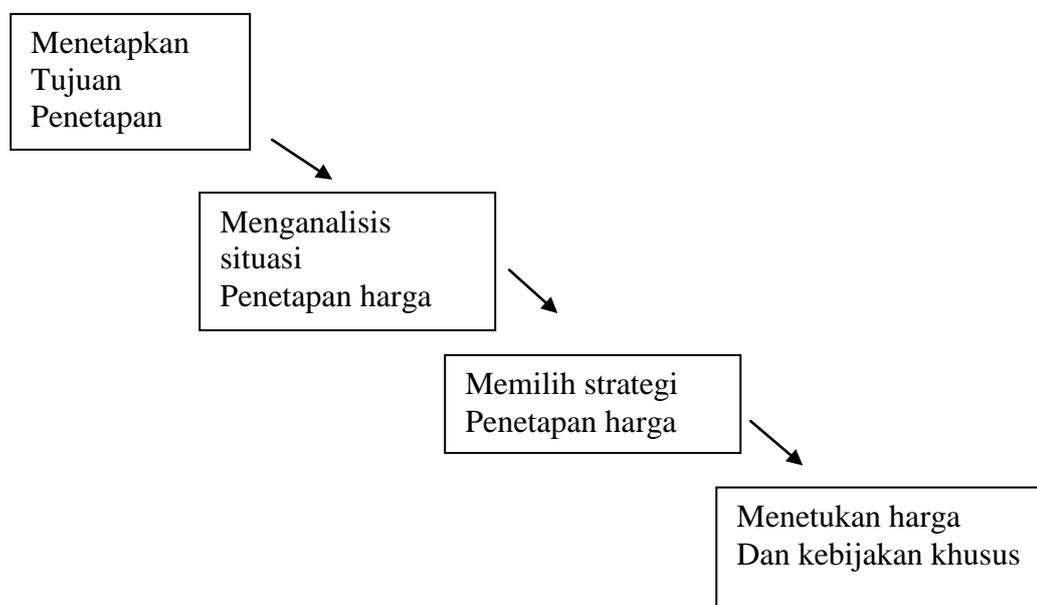
4. *Perceived Value Pricing*

Yaitu penentuan harga yang didasarkan oleh kesan (persepsi) pembeli terhadap produk yang ditawarkan. Kadang-kadang mutu atau kualitas produk tidak sesuai dengan harga produknya. Artinya, mutunya biasa saja, namun harganya tinggi.

2.1.3 Strategi Penetapan Harga

Menurut Kasmir, strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan.¹² Strategi penetapan harga di dalam ketentuan Islam tidak ditetapkan. Di dalam Islam Penetapan harga dilakukan oleh pemerintah atau disebut dengan *at-tas'ir al-jabari*. Penetapan harga dilakukan oleh pemerintah ketika terjadinya pelonjakan harga yang cukup tajam disebabkan oleh para pedagang, namun pemerintah melakukan penetapan harga suatu komoditas setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan bagi pedagang dan keadaan ekonomi masyarakat.

Strategi harga dalam ilmu ekonomi untuk produk-produk lama dan baru, yaitu:



Menetapkan satu atau lebih tujuan penetapan harga memberikan suatu kerangka acuan untuk pengembangan strategi. Kemudian, perlu dianalisis situasi penetapan harga dengan mempertimbangkan permintaan, biaya, persaingan, dan

¹²Kasmir, *kewirausahaan...*, hlm. 191

kekuatan-kekuatan hukum dan etis. Analisis ini menunjukkan fleksibilitas penetapan atau perubahan harga. Berdasarkan hal di atas dan tujuan harga, strategi penetapan harga dipilih. Akhirnya, ditetapkanlah harga dan kebijakan tertentu untuk mengimplementasikan strategi tersebut.

Adapun jenis strategi penetapan harga dalam ilmu ekonomi yaitu:¹³

a. *Penetration*

Penetration adalah strategi penetapan harga penetrasi atau memperkenalkan produk dengan harga yang relatif rendah dibandingkan harga produk lain yang sejenis.¹⁴

Penetrasi harga pada umumnya dilakukan untuk mendapatkan penerimaan pasar terhadap produk yang ditawarkan, maka agar berhasil perusahaan menawarkan harga yang relatif rendah. Margin harga yang relatif rendah akan mendorong peningkatan penjualan dan penghambatan pesaing memasuki pasar produk sejenis.

b. strategi *skimming*

Strategi *skim* adalah dimana harga inisial yang tinggi untuk suatu produk baru akan ditetapkan untuk menyaring (*skim off the cream*) pasar. Contoh, dalam situasi A dimana jarak keleluasaan itu cukup lebar, harga dapat ditetapkan dekat loteng permintaan (*demand ceiling*).

Strategi *skim* dapat bekerja selama jangka waktu tertentu hanya jika produk itu dilindungi terhadap persaingan, karena keunikan teknik atau disainnya.

¹³ Stewart H. Rewoldt, dkk, *Strategi harga dalam pemasaran*, A. Hasymi Ali..., hlm. 28-31.

¹⁴ Heru Kristanto, *kewirausahaan (entrepreneurship)...*, hlm. 115.

Manfaat strategi *skim* ini besar jika keunikan produk memberikan proteksi terhadap saingan, sehingga kemungkinan harga inisial yang tinggi untuk introduksi produk baru itu dengan jalan margin-margin niaga yang besar dan promosi nonharga. Akan tetapi, ada situasi dimana mungkin dibutuhkan suatu harga inisial yang rendah. Jika misalnya produk baru itu adalah dari tipe yang umumnya dikenal konsumen, jika persaingan merupakan ancaman kuat, dan jika permintaan diperkirakan akan peka terhadap harga, dan jika banyak penghematan produksi berkaitan dengan volume penjualan itu, maka harga inisial yang rendah atau harga 'penetrasi' mungkin lebih unggul dari harga yang tinggi.

c. Strategi waktu

Permintaan itu berubah dengan berjalannya waktu, demikian pula dengan biaya, dan sipenentu harga haruslah sadar akan perubahan-perubahan ini dan mengantisipasinya dengan melakukan perubahan-perubahan strategi.

Konsep permintaan atau biaya ini walaupun berfaedah dalam menentukan jajaran keleluasaan yang terbuka untuk si penentu harga pada waktu introduksi produk baru, namun dapat menyesatkan dan membahayakan jika tidak dipandang dalam suatu konteks yang dinamis.

d. strategi *sliding down the demand curve* (menuruni kurva permintaan)

strategi *sliding down the demand curve* (menuruni kurva permintaan) adalah strategi dimana dipertimbangkan pula perubahan-perubahan produk dan pasar di masa depan.

Perusahaan yang melaksanakan strategi bertolak dari harga inisial yang tinggi yang lebih menekankan nilai dari pada biaya dalam usahanya untuk menyaring (*skim the cream*) segment-segment pasar yang berturut-turut. Jadi, perusahaan ini mengantisipasi persaingan dan menurunkan harga lebih cepat dari pada yang dibutuhkan oleh pasar. Dengan demikian, calon saingan menjadi tercegah, dan perusahaan ini menjadi produsen besar yang mapan selama waktu itu dengan harga yang mendekati level yang dibutuhkan sejak awal oleh strategi harga penetrasi.

e. *follow the leader pricing* (Penetapan harga menurut pemimpin pasar)¹⁵

follow the leader pricing (Penetapan harga menurut pemimpin pasar)

adalah menggunakan pesaing tersebut sebagai model dalam menetapkan harga barang atau jasa.

Reaksi yang mungkin muncul dari para pesaing adalah faktor kritis dalam menentukan kapan memotong harga di bawah harga yang berlaku saat ini. Bisnis berskala kecil dalam persaingannya dengan perusahaan yang lebih besar jarang berada dalam posisi untuk memikirkan dirinya sebagai pemimpin harga . jika para pesaing memandang penetapan harga perusahaan kecil relatif tidak penting, mereka mungkin memperbolehkan harga yang berbeda untuk muncul. Dipihak lain, beberapa pesaing mungkin memandang pemotongan harga yang lebih sedikit sebagai ancaman langsung dan menghadapinya dengan mengurangi harga produk mereka. Dalam kasus seperti itu, kegunaan penetapan harga menurut pemimpin pasar berperan sangat kecil dalam penyelesaiannya.

¹⁵*Ibid.*, hlm. 116.

2.1.4 Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga oleh setiap pelaku pasar berbeda-beda berdasarkan jenis barang yang dijual, wilayah, faktor-faktor situasi yang ada dan kepentingan perusahaan. Adapun tujuan penetapan harga oleh suatu perusahaan menurut ilmu ekonomi adalah sebagai berikut: ¹⁶

a. Mendapatkan posisi pasar

Untuk tujuan mendapatkan posisi pasar cara yang dilakukan adalah dengan menetapkan harga rendah untuk mendapatkan penjualan dan pangsa pasar. Pembatasan yang dilakukan meliputi perang harga dan pengurangan atau penghapusan kontribusi laba.

b. Mencapai kinerja keuangan

Harga-harga dipilih untuk membantu pencapaian tujuan keuangan seperti kontribusi laba dan arus kas. Harga yang terlalu tinggi mungkin tidak dapat diterima oleh para pembeli.

c. Penentuan posisi produk

Harga dapat digunakan untuk meningkatkan citra produk, mempromosikan kegunaan produk, menciptakan kesadaran, dan tujuan penentuan posisi lainnya. *Vasibilitas* harga (tinggi atau rendah) dapat mengurangi keefektifan komponen penentuan posisi lainnya, seperti periklanan.

d. Merangsang permintaan

Harga digunakan untuk mendorong para penjual mencoba sebuah produk baru atau membeli merek yang ada selama periode-periode ketika penjualan

¹⁶David W. Cravens, pemasaran strategis, edisi ke-4/ jilid 2, (Jakarta: Graha Ilmu , 2009), hlm. 200

sedang lesu. salah satu masalah yang akan timbul bahwa para pembeli mungkin membeli dalam jumlah besar ketika harga kembali normal.

e. Mempengaruhi persaingan

Tujuan penetapan harga untuk mempengaruhi para pesaing yang ada atau calon pembeli. Manajemen mungkin bisa menghambat para pesaing untuk tidak dapat masuk ke pasar atau untuk tidak melakukan pemotongan harga.

f. Untuk memaksimalkan laba¹⁷

Jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup, penentuan harga dilakukan semurah mungkin. Tujuannya adalah agar produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

2.1.5 Ketentuan Penetapan Harga Dalam Islam

Ulama Fikih sepakat menyatakan bahwa ketentuan penetapan harga ini tidak dijumpai dalam Al-Qur'an. Adapun dalam hadits Rasulullah SAW dijumpai beberapa hadits, yang dari logika hadits itu dapat diinduksi bahwa penetapan harga itu dibolehkan. Faktor dominan yang menjadi landasan hukum *at-tas'ir al-jabari*, menurut kesepakatan ulama fikih adalah al-maslahah al-mursalah (kemaslahatan).

Hadis Rasulullah SAW yang berkaitan dengan penetapan harga adalah:

¹⁷Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hlm.176

عن أنس -رضي الله عنه- قال: غلا السعر على عهد رسول الله -صلى الله عليه وسلم- فقالوا: يا

رسول الله! سعر لنا. فقال: «إن الله هو المسعر، القابض الباسط الرزاق، وإني لأرجو أن ألقى

ربي، وليس أحد منكم يطلبني بمظلمة، في دم ولا مال. (رواه الترمذي و أبي داود) ^{îö}

Artinya: Dari Annas ra berkata: "Suatu saat di masa Rasulullah SAW harga merangkak naik. Lalu orang-orang mengatakan: 'wahai Rasulullah, patoklah harga untuk kami'. Rasulullah bersabda, 'Sesungguhnya Allah-lah yang mematok harga, yang menyempitkan dan melapangkan rizki, dan sungguh aku berharap untuk bertemu Allah dalam kondisi tidak ada seorang pun dari kalian yang menuntutku dengan suatu kezaliman, baik dalam darah atau harta'." (HR. At-Tirmidzi dan Abu Daud).

Juga didasarkan pada hadis Abu Hurairah RA:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَجُلًا جَاءَ فَقَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ سَعَّرَ فَقَالَ بَلْ أَدْعُو ثُمَّ جَاءَهُ رَجُلٌ فَقَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ

سَعَّرَ فَقَالَ بَلْ اللَّهُ يَخْفِضُ وَيَرْفَعُ (رواه أبو داود) ^{îö}

Artinya: Dari Abu Hurairah ra berkata: "Seorang datang kepada Rasulullah SAW dan berkata, 'Ya Rasulullah, patoklah harga'. Beliau menjawab, 'Berdo'alah'. Kemudian datang yang lain dan berkata, 'Ya Rasulullah, patoklah harga'. Beliau menjawab, 'Sesungguhnya Allah lah yang menurunkan dan menaikkan harga'." (HR. Abu Dawud)

¹⁸ Abdul Qadir Syaibah al-Hamd, *Syarah Bulughul Maram*, Izzudin Karimi, dkk, (Jakarta: Darul Haq, 2007), hlm. 107.

¹⁹ *Ibid.*, hlm.110

Ibnu Qudamah, Ibnu Taimiyah, dan Ibnu Qayyim Al-Jauziah, membagi bentuk penetapan harga itu kepada dua macam, yaitu:²⁰

- a. penetapan harga yang bersifat zalim, adalah penetapan harga yang dilakukan pemerintah tidak sesuai dengan keadaan pasar tanpa mempertimbangan kemaslahatan para pedagang. Menurut mereka, apabila harga suatu komoditas melonjak naik disebabkan terbatasnya barang dan banyaknya permintaan, maka pemerintah tidak boleh ikut campur dalam masalah harga tersebut. Apabila pemerintah ikut menetapkan harga dalam keadaan seperti ini, maka pihak pemerintah telah melakukan suatu kelaziman terhadap para pedagang.
- b. Penetapan harga yang bersifat adil, penetapan harga yang dibolehkan, bahkan diwajibkan, adalah ketika terjadinya pelonjakan harga yang cukup tajam disebabkan ulah para pedagang. Apabila para pedagang terbukti mempermainkan harga, sedangkan hal tersebut menyangkut kepentingan orang banyak, maka menurut mereka penetapan harga tersebut menjadi wajib bagi pemerintah, karena mendahulukan kepentingan orang banyak lebih baik dari pada kepentingan kelompok yang terbatas. Akan tetapi, sikap pemerintah dalam penetapan harga itu pun harus adil, yaitu dengan memperhitungkan modal, biaya transportasi, dan keuntungan para pedagang.

Menurut ulama fikih, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam melakukan *at-tas'ir al-jabari* (penetapan harga secara paksa) yaitu:²¹

²⁰ Adiwarmam Azwar Karim, Sejarah pemikiran ekonomi islam, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), hlm. 368.

- a. Komoditas atau jasa itu sangat dibutuhkan masyarakat banyak,
- b. Terbukti bahwa para pedagang melakukan kesewenang-wenangan dalam menentukan harga komoditas dagangan mereka,
- c. Pemerintah tersebut adalah pemerintah yang adil,
- d. Pihak pemerintah harus melakukan studi kelayakan pasar dengan menunjuk para ahli ekonomi,
- e. Penetapan harga itu dilakukan dengan terlebih dahulu mempertimbangkan modal dan keuntungan para pedagang,
- f. Ada pengawasan yang berkesinambungan dari pihak penguasa terhadap pasar, baik yang menyangkut harga maupun yang menyangkut stok barang, sehingga tidak terjadi penimbunan barang oleh para pedagang.

2.2 *Taqhrir* Dalam Transaksi Jual Beli

2.2.1 Pengertian *Taqhrir*

Menurut Nurul Huda, *taqhrir* adalah melibatkan diri dalam suatu yang *gharar*.²² Lafaz *gharar* secara etimologi bermakna kekhawatiran atau risiko, dan *gharar* berarti juga menghadapi suatu kecelakaan, kerugian, dan kebinasaan. *Gharar* juga dikatakan sebagai sesuatu yang bersifat ketidak yakinan (*uncertainty*). Menurut Sayyid Sabiq jual beli *gharar* adalah semua jenis jual beli yang mengandung *jahalah* (ketidak pastian) atau *mukhatharah* (spekulasi) atau *qumaar* (permainan taruhan).²³

²¹Abdul Azis dahlan, *Ensiklopedi HukumIslam jilid 5...*, hlm. 1805.

²²Nurul Huda dan Muhammad Heykal, Lembaga Keuangan islam tinjauan teoritis dan praktis..., hlm. 196.

²³Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah, jilid 12...*, hlm. 75

Ibn ‘Abidin mendefinisikan *gharar* sebagai keraguan atas wujud fisik dari objek akad (*mabi'*). Menurut Imam Sarkhasi *gharar* adalah sesuatu yang akibatnya tidak dapat diprediksi.²⁴

Menurut Abdul Qadir Syaibah al-Hamd, *gharar* bermakna jual beli hal yang kemungkinan bisa diperoleh dan kemungkinan juga tidak bisa diperoleh, dan setiap hal yang tidak mampu untuk diterima, seperti ikan dalam air atau burung di udara, hal yang tidak ada, hal yang tidak diketahui, budak yang kabur dan semacamnya dari hal-hal yang didasarkan pada penipuan dan ketidakjelasan.²⁵

Menurut ahli Fikih, *gharar* adalah sifat dalam muamalah yang menyebabkan sebagian rukunnya tidak pasti (*mastur al-'aqibah*).²⁶ Secara operasional, *gharar* diartikan kedua belah pihak dalam transaksi tidak memiliki kepastian terhadap barang yang menjadi objek transaksi baik terkait kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan barang sehingga pihak kedua dirugikan.²⁷

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa, *gharar* adalah sesuatu yang mengandung ketidakjelasan, ketidakpastian, kerugian, kebinasaan, dan sesuatu yang mengandung resiko.

2.2.2 Bentuk-Bentuk Jual Beli *Taqhrir*

Menurut Al-Mu'jam al Wasith yang dikutip oleh Nurul Huda menyebutkan jual beli *gharar* adalah sebuah jual beli yang mengandung unsur ketidaktahuan

²⁴Nurul Huda dan Muhammad Heykal, Lembaga Keuangan islam tinjauan teoritis dan praktis..., hlm. 197.

²⁵Abdul Qadir Syaibah al-Hamd, *Syarah Bulughul Maram*, Izzudin Karimi, dkk..., hlm. 58.

²⁶Adiwarman Karim dan Oni Sahroni, *riba, gharar dan kaidah-kaidah ekonomi syariah: analisis fikih dan ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 77.

²⁷ *Ibid.*

atau ketidakpastian (*jahalah*) antara dua pihak yang bertransaksi, atau jual beli sesuatu yang objek akad tidak diyakini dapat diserahkan.²⁸

Menurut ulama fikih, bentuk-bentuk *gharar* yang dilarang adalah sebagai berikut:²⁹

1. Tidak adanya kemampuan penjual untuk menyerahkan objek akad pada waktu terjadi akad, baik objek akad itu sudah ada maupun belum ada (*bai' al-ma'dum*).
2. Menjual sesuatu yang belum berada di bawah penguasaan penjual.
3. Tidak adanya kepastian tentang jenis pembayaran atau jenis benda yang dijual.
4. Tidak adanya kepastian tentang sifat tertentu dari benda yang dijual.
5. Tidak adanya kepastian tentang jumlah harga yang harus dibayar.
6. Tidak adanya kepastian tentang waktu penyerahan objek akad.
7. Tidak adanya ketegasan bentuk transaksi.
8. Tidak adanya kepastian objek.
9. Kondisi objek akad tidak dapat dijamin kesesuaiannya dengan yang ditentukan dalam transaksi.
10. Adanya keterpaksaan, antara lain berbentuk: a) jual beli lempar batu (*bai' al-hasa'*), b) jual beli saling melempar (*bai' al-munabazah*), c) jual beli dengan cara menyentuh (*bai' al-mulamasah*).

Selain bentuk-bentuk *gharar* yang dilarang di atas, menurut ulama fikih ada dua bentuk *gharar* yang tidak dilarang dalam akad jual beli, yaitu:³⁰

²⁸Nurul Huda dan Muhammad Heykal, Lembaga Keuangan Islam tinjauan teoritis dan praktis..., hlm. 197.

²⁹Abdul Azis dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam jilid 2...*, hlm. 399.

1. Sesuatu yang tidak disebutkan dalam objek akad jual beli tetapi termasuk dalam objek akad. Misalnya, jual beli binatang maka susu yang ada pada kantong susu binatang tersebut termasuk dalam objek akad walaupun susu itu tidak disebutkan dalam akad sewaktu menjualnya.
2. Sesuatu yang menurut kebiasaan suatu daerah dapat dimanfaatkan atau ditolerir dalam akad jual beli, baik karena sedikit jumlahnya maupun karena sulit memisahkan dan menentukannya. Misalnya, *gharar* yang terjadi dalam menentukan jumlah pemakaian air yang dibayar untuk keperluan mandi pada kamar mandi umum.

Gharar juga dibagi secara kuantitas yang melekat pada sebuah akad, ulama membaginya menjadi dua bagian: pertama, *gharar* yang berkuantitas ringan (*yasir*), dan yang kedua, *gharar* berkuantitas banyak (*katsir*). Untuk jenis pertama sepakat para fuqaha tidak dapat dihindari, oleh karenanya mubah hukumnya, sedangkan untuk jenis kedua para fuqaha bersepakat akan keharamannya.³¹

2.2.3 Hukum Jual Beli Yang Mengandung *Taghrir*

Hukum islam melarang jenis jual beli *gharar*, Imam Nawawi berkata: pelarangan jual beli dianggap sebagai salah satu ushul syari'at yang dibawahnya mencakup banyak permasalahan.³² *Gharar* hukumnya dilarang dalam syariat

³⁰ Abdul Azis dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam jilid 5...*, hlm. 400.

³¹ Nurul Huda dan Muhammad Heykal, *Lembaga Keuangan islam tinjauan teoritis dan praktis...*, hlm. 204.

³² Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah...*, hlm. 75

islam, oleh karena itu melakukan transaksi atau memberikan syarat dalam akad yang ada unsur *gharar* itu hukumnya tidak boleh.³³

Sebagaimana hadis Rasulullah SAW:

عن اب هريرة رة رضى الله عن قل: نه رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيع الحصة وعن بيع لغر (روه المسلم)³⁴

Artinya: dari Abu Hurairah ra. berkata: “Rasulullah SAW melarang jual beli al-*hashah* (dengan melempar batu) dan jual beli *gharar*.” (HR Muslim)

Larangan *gharar* memiliki tujuan *maqasid*, karena objek akadnya tidak pasti ada dan tidak pasti diterima pembeli atau harga dan uang tidak pasti diterima penjual sehingga tujuan pelaku akad untuk melakukan transaksi menjadi tidak tercapai. Padahal pembeli bertransaksi untuk mendapatkan barang yang tanpa cacat dan sesuai keinginan, begitu pula penjual bertransaksi untuk mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu, kondisi ini merugikan salah satu atau seluruh pelaku dan sangat mungkin menimbulkan perselisihan dan permusuhan.

Unsur *gharar* bisa menyebabkan transaksi menjadi tidak sah (*fasid*), yaitu:³⁵

- a. *Gharar* dalam akad bisnis (*mu'awadhah maliyah*) dilarang karena merugikan dan menghilangkan unsur rela sama rela, sedangkan *gharar*

³³Adiwarman Karim dan Oni Sahroni, *riba, gharar dan kaidah-kaidah ekonomi syariah: analisis fikih dan ekonomi...*, hlm. 78 .

³⁴ Abdul Qadir Syaibah al-Hamd, *Syarah Bulughul Maram*, Izzudin Karimi, dkk, (Jakarta: Darul Haq, 2007), hlm. 57.

³⁵Adiwarman Karim dan Oni Sahroni, *riba, gharar dan kaidah-kaidah ekonomi syariah: analisis fikih dan ekonomi...*, hlm. 80-85.

dalam akad-akad social (akad *tabarru'at*) dibolehkan karena tidak merugikan dan ada toleransi dari pihak akad yang lain.

- b. *Gharar* berat, adalah *gharar* yang bisa dihindarkan dan menimbulkan perselisihan di antara pelaku akad. Contoh *gharar* berat adalah menjual buah-buahan yang belum tumbuh, menyewakan (*ijarah*) suatu manfaat barang tanpa batas waktu, memesan barang (akad *salam*) untuk barang yang tidak pasti ada pada waktu penyerahan. Menurut '*urf*' (tradisi) *gharar* ini bisa menyebabkan terjadinya perselisihan antara para pelaku akad, oleh karena itu *gharar* jenis ini mengakibatkan akad menjadi *fasid* (tidak sah).
- c. *Gharar* yang diharamkan adalah *gharar* yang terjadi pada objek akad, sedangkan *gharar* terjadi pada pelengkap objek akad itu boleh.

Contoh, seseorang menjual buah-buahan yang belum tampak buahnya, jika yang menjadi objek jual adalah buah–buahannya maka transaksi ini *fasid* (tidak sah) karena ada unsur *ghararnya*, karena ada kemungkinan pohon itu tidak berbuah. Tetapi jika yang dijual adalah pohonnya dan buah sebagai pelengkapnya, maka *gharar* ini tidak merusak akad karena unsur *ghararnya* terletak bukan pada objek akad (pohon), tetapi pada buahnya yang statusnya sebagai pelengkap.

- d. Tidak ada kebutuhan (*hajat*) syar'I terhadap akad. Yang dimaksud dengan *hajat* adalah sebuah kondisi dimana setiap orang diperkirakan mendapat kesulitan (*masyaqqah*), jika tidak melakukan transaksi *gharar* tersebut, baik kebutuhan (*hajat*) itu bersifat umum ataupun khusus.

Hajat yang dimaksud harus jelas (*muta'ayyinah*) yakni tidak ada pilihan halal kecuali akad yang mengandung *gharar* tersebut, seperti bolehnya menjadi

anggota asuransi konvensional (yang mengandung gharar) selama tidak ada asuransi syariah. Karena kebutuhan masyarakat terhadap asuransi menjadi kebutuhan mendesak, karena jika tidak berasuransi maka beban biaya pengobatan memberatkan masyarakat.

4.3 Discount Dalam Transaksi Jual Beli

Discount termasuk salah dari empat macam sarana promosi, yaitu promosi penjualan (sales promotion). Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah pelanggan. Promosi ini dilakukan untuk menarik pelanggan agar segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Agar pelanggan tertarik untuk membeli, promosi penjualan harus dibuat semenarik mungkin.

Jenis-jenis promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan sangat beragam, tergantung dari situasi konsumen atau kondisi pada saat itu. Adapun jenis promosi penjualan yang dapat dilakukan adalah:

1. Pemberian harga khusus (*special price*) atau potongan harga (*discount*) untuk produk tertentu.
2. Pemberian undian kepada setiap pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu.
3. Pemberian cinderamata serta kenang-kenangan lainnya kepada konsumen yang loyal.
4. Promosi penjualan lainnya.

2.3.1 Pengertian *Discount*

Menurut Bambang dan Tri Kuantoro, *discount* (potongan harga) adalah harga diturunkan, sehingga orang tertarik untuk membeli.³⁶ Adapun menurut Dwi Suwikyo, *discount* adalah pembelian dengan hak *regres* atas sebuah wesel berjangka yang pembayarannya dilakukan sekarang sebesar nilai sekarang (*present value*) dan wesel berjangka dimaksud.³⁷

Discount mencerminkan besarnya perbedaan harga yang ditawarkan kepada mereka yang mewakili suatu kelas tertentu langganan atau mereka yang membeli dengan syarat-syarat tertentu. Jika *discount* itu dipakai oleh penjual untuk melaksanakan kebijaksanaan pembedaan harganya, ia tidak hanya harus menawarkan konsesi harga yang dibutuhkan untuk menarik pembeli, tetapi juga harus beroperasi dengan cara yang konsisten dengan seluruh pemasaran perusahaannya.

Dalam jual beli Murabahah Lembaga Keuangan Syariah (LKS) mendapat *discount* dari *supplier*, harga sebenarnya adalah harga setelah *discount*; karena itu, *discount* adalah hak nasabah. Jika pemberian *discount* terjadi setelah akad, pembagian *discount* tersebut dilakukan berdasarkan perjanjian (persetujuan) yang dimuat dalam akad. Dalam akad, pembagian *discount* setelah akad hendaklah diperjanjikan dan ditandatangani.³⁸

³⁶Bambang Murdaka Eka Jati dan Tri Kuantoro Priyambodo, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Andi, 2015), hlm. 359.

³⁷Dwi Suwiknyo, *Kamus lengkap ekonomi islam*, (Jakarta: Total Media, 2009), hlm. 61.

³⁸Fatwa DSN No.16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam murabahah.

2.3.2 Jenis-Jenis *Discount*

Adapun jenis-jenis *discount* yang paling lazim dipakai untuk melaksanakan kebijaksanaan harga, yaitu:³⁹

a. *Discount* tunai

Discount tunai adalah pengurangan harga untuk pembeli yang segera membayar tagihannya atau membayar tagihan tepat pada waktunya.

Discount tunai biasanya ditetapkan sebagai suatu presentase harga yang tidak perlu dibayar. Bila mana faktur dibayar dalam beberapa hari tertentu, dan jumlah penuh harus dibayar jika pembayaran melampaui dalam periode *discount*. Contoh yang umum adalah “2/10 net 30”, yang berarti bahwa pembayaran akan jatuh tempo dalam 30 hari, tetapi pembeli dapat mengurangi 2% jika pembayaran tagihan dalam 10 hari. *Discount* harus diberikan untuk semua pembeli yang memenuhi persyaratan tersebut. *Discount* seperti itu biasa digunakan dalam banyak hal industry dan bertujuan meningkatkan likuiditas penjualan dan mengurangi biaya hutang tak tertagih.

b. *Discount kuantitas*

Discount kuantitas adalah instrumen yang paling banyak dipakai untuk menetapkan perbedaan harga di antara para langganan.

Ada 2 tipe *discount kuantitas*, yaitu: *kumulatif* dan *tidak kumulatif*. Masing-masingnya mempunyai tujuan yang berbeda dan kapasitas yang berbeda untuk mencerminkan perbedaan-perbedaan biaya penjualan. *Discount kuantitas tak kumulatif* adalah jenis *discount* yang memberikan pengurangan (*reduction*) dari

³⁹Stewart H. Rewoldt, dkk, *Strategi harga dalam pemasaran*, A. Hasymi Ali, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), hlm. 51-57.

harga yang ada atau yang terdaftar bagi para langganan yang membeli dalam jumlah (*quantities*) tertentu. *Discount* ini adalah berdasarkan pesanan, dan sasaran utamanya adalah untuk melaksanakan beberapa perubahan dalam pola pembelian pembeli. Perubahan ini mungkin kearah pesanan yang lebih besar, tetapi kurang sering, membeli untuk mengantisipasi permintaan, dan pembelian garis produk penuh. Pesanan yang lebihh besar tetapi kurang sering, memungkinkan penjadwalan produksi yang lebih efisien dan memberikan *economies of scale* (penghematan produksi/penjualan besar) dalam hal pembuatan rekening (*billing*), distribusi fisik, dan aktivitas penjualan. Oleh karena itu dapat diperoleh penghematan biaya bagi penjual yang dapat memperoleh pesanan-pesanan melalui *discount kuantitas tak kumulatif*. *Discount kuantitas kumulatif* adalah jenis *discount* ini juga dipakai untuk mengubah pola-pola pembelian. Akan tetapi *discount kuantitas kumulatif* ini berbeda dengan *discount kuantitas tak kumulatif* dalam hal didasarkan atas total pembelian selama suatu jangka waktu. Misalnya, *discount 2%* diberikan kepada seorang pembeli yang membeli sekurang-kurang 100 unit per tahun. Sasaran pokok pemasaran dari *discount kuantitas kumulatif* ini memberinya suatu konsesi harga berdasarkan total volume penjualan per jangka waktu, pembeli dapat dipandang untuk memusatkan pembeliannya sebanyak yang sesuai dengan kebutuhannya untuk mempertahankan sumber ganda suplai (*multiplr sources of supply*).

c. *Discount fungsional* dagang

Discount fungsional dagang adalah penurunan harga yang diberikan kepada seorang pembeli karena kedudukannya dalam suatu saluran distribusi.

Jika *discount* ini diberikan untuk mengkompensasi langganan yang adalah *resellers* (para penjual lagi) untuk prestasi mereka melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran tertentu. Jika pembelian *discount* itu diberikan untuk mendapatkan jalan masuk ke suatu saluran (*channel*) atau untuk merangsang *resellers* (para penjual lagi) mau memberikan sokongan promosi untuk produk ini. *Discount fungsional* dagang sebagaimana telah disebutkan di atas, jenis *discount* ini mengkompensasi *resellers* (para penjual lagi) untuk melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran seperti mengadakan persediaan, melaksanakan promosi penjualan, dan menawarkan kredit. Karena sedemikian banyaknya *resellers* sekarang yang berstatus dagang campuran, artinya grosir yang mengerjakan eceran dan sebaliknya, maka konsep membayar *resellers* berdasarkan prestasi fungsional menjadi lebih berarti dari pada membayar mereka berdasarkan klasifikasi dagang. Jika tujuan penjual memakai *discount* adalah untuk membayar fungsi-fungsi yang dilaksanakan oleh *resellers*, maka struktur *discount*-nya haruslah berorientasi pada biaya yang ditanggung oleh *resellers* ini untuk melaksanakan level prestasi tertentu.

d. *Allowances promosi*

Allowances promosi adalah penurunan harga atau pembayaran yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai imbalan atas jasa-jasa promosi yang dilakukan oleh pembeli.

Contoh *allowances promosi* adalah pemberian *discount* 2% kepada pembeli jika ia mau memberikan ruangan etalase yang menonjol untuk produk penjual selama suatu jangka waktu tertentu. Tipe lain dari *allowances promosi* dapat

diberikan untuk menunjang suatu program iklan bersama (*cooperative advertising program*) atau untuk memberikan pembayaran rangsangan bagi personalia penjualan. Tujuan pemasaran dari *allowances promosi* adalah untuk mendapatkan kerjasama promosi dari *resellers* (penjual lagi). Perbedaan-perbedaan dalam *allowances promosi* di antara para langganan mungkin merupakan perbedaan dalam biaya-biaya penjualan.

2.3.3 Faktor Terjadinya Discount

Ada beberapa faktor yang menyebabkan perusahaan memberikan potongan harga (*discount*) pada produk yang dijualnya. Menurut Bukhari Alma ada beberapa hal yang menyebabkan dilakukan pemberian potongan harga (*discount*) kepada konsumen, yaitu:⁴⁰

- a. Konsumen membayar lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan,
- b. Pembelian dalam jumlah besar
- c. Adanya perbedaan timbangan

Sedangkan menurut Djasmin saladin ada beberapa alasan perusahaan memprakarsai pemotongan harga (*discount*), yaitu:⁴¹

- a. Kelebihan kapasitas,
- b. Merosotnya bagian pasar akibat makin ketatnya persaingan,
- c. Untuk mengumpulkan pasar melalui biaya yang lebih rendah.

⁴⁰Bukhari Alma, *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*, (Bandung: Alfabet,2000), hlm. 132

⁴¹Etheses.Uin-malang.ac.id>08220028_bab 2. Diakses pada tanggal 23 februari jam 10.00

Menurut Anne Ahira, dalam penerapannya strategi *discount* tidak dilakukan secara sembarangan atau pada sembarang kondisi, langkah atau kebijakan ini menyangkut beberapa kondisi, diantaranya:⁴²

a. Produk melimpah

Strategi *discount* diterapkan ketika jumlah produk yang ada cukup melimpah atau jauh melebihi jumlah permintaan yang ada.

Untuk itu diperlukan langkah agar stok produk yang besar tidak macet atau justru malah menumpuk dan memenuhi gudang. Apabila hukum ekonomi menyebutkan bahwa besarnya *supply* yang tidak dibarengi peningkatan *demand* akan mendorong terjadinya penurunan harga.

b. Rendahnya permintaan pasar

Kondisi ini bisa berupa rendahnya tingkat konsumsi masyarakat akibat rendahnya pendapatan ataupun terjadinya krisis ekonomi sehingga menyebabkan lesunya sector riil.

Seperti halnya dengan hukum ekonomi, rendahnya *demand* atau permintaan pasar terhadap suatu produk akan mendorong terjadinya penurunan harga. Pada kondisi semacam ini penurunan harga merupakan konsekuensi logis dari kondisi pasar yang ada. Sehingga pengertian diskon sebagai langkah menurunkan harga merupakan keharusan yang dilakukan perusahaan agar tetap bertahan, bukan suatu strategi bisnis. Ketika *discount* diberikan melalui trik promosi yang memikat sehingga berhasil mengkondisikan pasar sekaligus merangsang masyarakat untuk membeli, itu baru bisa disebut strategi yang cukup jitu.

⁴²www.anneahira.com.>pengertian-diskon. Diakses pada tanggal 23 februari jam 10.23

c. Persaingan harga

Suatu bisnis tentu tidak terlepas dari masalah persaingan. Berkumpulnya sejumlah usaha sejenis di suatu wilayah akan mendorong meningkatnya persaingan yang terjadi.

Indikator yang paling mudah untuk memenangkan pertarungan adalah dengan menerapkan harga yang lebih rendah disbanding pesaing lain. Apabila ada satu usaha yang memulai dengan menurunkan harga prodk, maka akan memancing pengusaha lainnya untuk berlaku sama, yaitu dengan menurunkan harga atau memberikan *discount* yang lebih besar.

2.3.4 Tujuan Sistem *Discount*

Tujuan pemberian potongan harga atau discount yang dilakukan penjual terhadap produk yang dijualnya menurut Karande dan Kumar adalah untuk mengurangi produk yang tersimpan dan meningkatkan penjualan pada kategori produk tertentu.

Tujuan diadakannya discount atau potongan harga menurut Nitisemito, adalah:⁴³

- a. mendorong pembeli untuk membeli dalam jumlah yang besar sehingga volume penjualan diharapkan akan bisa naik. Pemberian potongan harga akan berdampak terhadap konsumen, terutama dalam pola pemebelian konsumen yang akhirnya juga berdampak terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan.

⁴³Etheses.Uin-malang.ac.id>08220028_bab 2. Diakses pada tanggal 23 februari jam 10.00

- b. Pembelian dapat dipusatkan perhatiannya pada penjual tersebut, sehingga hal ini dapat menambah atau mempertahankan langganan penjual yang bersangkutan
- c. Merupakan *sales service* yang dapat menarik terjadinya transaksi pembelian.

BAB TIGA
PENETAPAN HARGA DAN *TAGHRIR* DALAM PELAKSANAAN
SISTEM *DISCOUNT* PAKAIAN PADA MATAHARI *MALL* BANDA ACEH

3.1 Profil Matahari *Mall* Banda Aceh

Matahari *Mall* memulai perjalanannya pada tanggal 24 Oktober 1958, dengan membuka gerai pertamanya berupa toko fashion anak-anak di daerah Pasar Baru Jakarta. Matahari melangkah maju dengan membuka *department store* modern pertama di Indonesia pada tahun 1972. Sejak itu, jaringan ritel Matahari telah tersebar ke 151 gerai di 70 kota, beserta gerai online MatahariStore.com. Dengan memperkerjakan lebih dari 50.000 orang dan 80% pembelian langsung dan konsinyasi produk yang berasal dari sekitar 850 pemasok local, Matahari telah menjadikan dirinya sebagai merk asli nasional.¹

Matahari *Mall* merupakan perseroan yang melakukan spin off dari PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP) untuk membentuk sebuah entitas baru, yakni PT Matahari Department Store Tbk (Matahari) di tahun 2009. Pada bulan April 2010 Asia Color Company Limited, anak perusahaan dari CVC Capital Partners Asia Pacific III L.P. dan CVC Capital Partners Asia Pacific III Parallel Fund-A, LP. (bersama dengan CVC Asia Fund III) menjadi pemegang saham mayoritas Matahari.²

Matahari *Mall* Banda Aceh yang berdiri sejak tahun 2010, Lokasinya berada di jalan T. Hasan Dek, Beurawe Kecamatan Kuta Alam, atau tepatnya berada di ujung jembatan simpang Suraya Banda Aceh. Kehadiran Matahari *Mall*

¹www.matahari.co.id/news_detail, dibuka pada 13 juli 2017 jam 17.00

² *Ibid.*

di Banda Aceh ini merupakan gerai perdana di provinsi Aceh dan juga menjadi gerai ke-17 yang hadir di wilayah Sumatera.³

3.2 Sistem Penetapan Harga Dalam Pelaksanaan *Discount* Pakaian Pada Matahari Mall Banda Aceh

Adapun jenis pakaian yang terdapat pada Matahari *Mall* yaitu terdiri dari pakaian untuk wanita, pakaian pria, dan pakaian anak. Beragam pakaian yang dijual, pakaian pria mulai dari baju kemeja, baju kaos, jaket, jas, celana, *underware*, baju muslim, dan lain sebagainya. Adapun pakaian untuk wanita ada kemeja, *blus*, cardigan, kaus, rok, celana, baju muslim, *underware*, dan lain sebagainya. Pakaian untuk anak baik untuk laki-laki maupun perempuan ada jelana, kaos, kemeja, jaket, *dress*, *underware*, baju muslim, dan lain sebagainya.

Merk pakaian yang dijual pada Matahari *Mall* cukup beragam, ada merk Nevada, Cardinal, 3Second Cloting, Giordano, The Executive, Altic, Details, Logo, ST YVES, Sorela, 90 Degrees, Rodeo, Super T, Dust, Exit, Triset, Puricia, Annisa, Semata Wayang, Geel A, Cotton On, Ramayana, Crocodile, Aero, Pito Ditec, dan berbagai merek lainnya.⁴

Dalam penelitian ini penulis tidak memfokuskan pada merk tertentu dan peruntukan tertentu, namun melihat secara keseluruhan *discount* pakaian pada Matahari *Mall*. Pada Matahari *Mall discount* dilakukan tidak memiliki waktu atau even tertentu namun dilakukan pada setiap harinya, selalu ada *discount* yang ditawarkan dengan beragam tingkatan *discount*. *Discount* yang ditawarkanpun

³*Ibid.*

⁴Hasil wawancara penulis dengan Agung Rahmat pramuniaga pada Matahari *Mall* Banda Aceh pada tanggal 17 Juli 2017.

beragam mulai dari 20%, 30%, 50%, 70%, 50% +plus 40%, ini berlaku untuk semua merk dan untuk semua peruntukan baik pria, wanita, dan anak-anak.⁵ Perbedaan tingkatan *discount* pada setiap pakaian disebabkan karena semakin lama barang tersebut berada di gerai maka semakin besar *discount* yang ditawarkan pada pakaian tersebut, begitu juga sebaliknya apabila barang yang berada di gerai baru berkisar antara 2 atau 3 bulan maka *discount* yang ditawarkan hanya berkisar antara 20% sampai dengan 30%.⁶

Sistem pelaksanaan *discount* pakaian pada Matahari Mall yaitu apabila barang yang ada di *catalog*⁷ tidak laku satupun maka pada barang tersebut akan ditetapkan harga *discount* sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh central Matahari Mall yang berada di Jakarta. Aturan yang ditetapkan oleh central Matahari Mall itu tidak tetap atau mutlak sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Misalkan satu pakaian telah masuk pada gerai selama 2 bulan namun tidak laku satupun maka sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh central Matahari maka pada barang tersebut akan ditetapkan *discount* sebesar 20%, namun apabila setelah ditetapkan *discount* 20% namun barang tersebut tidak laku juga maka pakaian tersebut setelah 1 bulan akan diberikan tambahan *discount* 10% menjadi 30%, setelah diberikan tambahan *discount* 30%, jika tidak laku juga dalam jangka waktu 2 bulan maka diberikan pula *discount* 50%, 1 bulan selanjutnya jika tidak laku juga maka akan diberikan *discount* 70% pada pakaian

⁵*Ibid.*

⁶Hasil wawancara penulis dengan Erna Amalia pramuniaga pada Matahari Mall Banda Aceh pada tanggal 14 Juli 2017.

⁷ Catalog adalah carik kartu, daftar, atau buku yang membuat nama benda atau informasi tertentu yang ingin disampaikan, disusun secara beruntun, teratur, dan alfabetis, dan daftar barang yang dilengkapi dengan nama, harga, mutu, dan cara pemesanannya.

tersebut, 2 bulan setelah ditetapkan *discount* 70%, tidak laku juga baru diberikan *discount* 50% +plus 40%.⁸

Matahari *Mall* Banda Aceh sebagai salah satu cabang Matahari yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia melakukan penetapan harga pada setiap produknya dengan menetapkan harga tinggi setelah memperhitungkan segala biaya yang dikeluarkan pada setiap produk dan seberapa besar keuntungan yang diperoleh pada setiap penjualan dari masing-masing produk. Harga yang ditetapkan pada setiap produk pakaian ditetapkan sehingga memungkinkan untuk dilakukan harga *discount* namun pihak Matahari Mall tidak mengalami kerugian pada setiap penjualan tersebut. Misalkan satu pakaian wanita bermerek *Dust* dijual dengan harga Rp. 599.000.00 sebagai harga awal dari pakaian tersebut. Kemudian ditetapkan harga *discount* yang dimulai dari 20% berarti harganya menjadi $599.000 \times 20 : 100 = 479.000$, 30% menjadi $599.000 \times 30 : 100 = 419.300$, 50% menjadi $599.000 \times 50 : 100 = 299.500$, sampai dengan 70% jadi $599.000 \times 70 : 100 = 179.700$. Jika harga awal yang ditetapkan sebesar Rp.599.000.00 namun barang yang dijual laku maka pihak Matahari Mall mendapatkan keuntungan yang sangat besar pada setiap penjualan tersebut, karena sekalipun ditetapkan *discount* 70% Matahari *Mall* tetap memperoleh keuntungan dari pakaian yang dijual tersebut.⁹

Disisi lain Matahari *Mall* juga melakukan penjualan apabila satu pakaian yang masuk ke gerai pada bulan juli dengan harga Rp. 500.000.00 dua bulan selanjutnya masuk lagi pakaian dengan artikel yang sama yaitu sama model dan

⁸Hasil wawancara penulis dengan Erna Amalia pramuniaga pada Matahari *Mall* Banda Aceh pada tanggal 14 Juli 2017.

⁹*Ibid.*

warnanya dengan harga Rp. 700.000.00 maka barang yang telah masuk pada bulan juli berubah harganya menjadi Rp. 700.000.00 karena ada sebagian pakaian tertentu tidak diberi label harga namun hanya memiliki kode barang dilebelnya.¹⁰ Pihak Matahari *Mall* memperoleh keuntungan yang lebih pada pakaian tertentu yang memiliki khasus yang sama, namun kecurangan yang dilakukan demikian tentunya merugikan masyarakat, karena masyarakat tidak mengetahui mana barang yang telah terlebih dahulu masuk dengan barang yang baru masuk ke gerai. Barang yang seharusnya murah namun bisa bertambah harganya di karenakan ada barang baru yang masuk dengan artikel yang sama.

Tujuan dilakukan discount pada Matahari Mall yaitu:¹¹

1. Agar barang yang dijual terlihat fresh sehingga bisa menarik customer (pelanggan) baru maupun lama, untuk membeli barang yang dijual.
2. Agar barang yang dijual tidak tertinggal mode.
3. Supaya barang lama tetap laku, dan mengurangi stok barang yang ada di gudang.

Dengan diadakannya *discount* pada setiap pakaian dan pada setiap merk mampu meningkatkan penjualan, karna kata discount bagi sejumlah besar masyarakat terutama bagi pelanggan (*customer*) pada Matahari *Mall* menjadi daya tarik sendiri untuk membeli pakaian tersebut. Pada kenyataannya pakaian yang *didiscount* memiliki perbedaan kualitas dengan pakaian yang tidak *discount*, karena barang yang *discount* otomatis telah berada lama di gerai sehingga

¹⁰*Ibid.*

¹¹Hasil wawancara penulis dengan Yuni Merlinda HRD pada Matahari *Mall* Banda Aceh pada tanggal 4 Juni 2017.

memungkinkan barang tersebut mengalami kerusakan, warnanya menjadi pudar, tidak layak pakai, dan berbagai kemungkinan lainnya.¹²

Perdagangan pada umumnya yang melakukan penetapan harga pada setiap barang yang dijual setelah memperhitungkan segala biaya dan keuntungan dari setiap barang yang diperoleh, baru ditetapkan harga pada barang yang akan dijual. Begitu juga pada pakaian yang dijual pada Matahari *Mall* penetapan harga dilakukan setelah mempertimbangkan segala biaya baik itu biaya pengiriman barang, gaji pegawai dan kerugian maupun keuntungan yang akan diperoleh dari suatu barang. Namun penetapan harga pada Matahari *Mall* Banda Aceh ditentukan oleh central Matahari *Mall*, sehingga ketika barang sampai ke gerai barang tersebut telah memiliki harga, dan harga pakaian yang di jual pada setiap wilayah itu berbeda tergantung dari jarak wilayah tersebut dengan central karena semakin jauh wilayah tersebut maka akan butuh biaya lebih besar untuk pengiriman barang pakaian.¹³ Namun tidak ada perbedaan penetapan harga yang dilakukan oleh central Matahari Mall Banda Aceh, baik untuk pakaian yang tidak diberi harga *discount* maupun pakaian yang mendapat harga *discount*.

3.3 *Discount* Pakaian Pada Matahari *Mall* Banda Aceh Dalam Tinjauan Menurut Penetapan *Taghrir*

Sebagaimana yang telah disebutkan pada bab II sebelumnya bahwa *taghrir* adalah melibatkan diri dalam suatu yang *gharar* (ketidak jelasan). Ketidak jelasan tersebut baik dalam *shighat* akad maupun dalam objek akad.

¹²Hasil wawancara penulis dengan Erna Amalia pramuniaga pada Matahari *Mall* Banda Aceh pada tanggal 14 Juli 2017.

¹³*Ibid.*

Ketidak jelasan (*gharar*) dalam *shighat* akad, yaitu meliputi: *bai'atani fii ba'iah*, yang merupakan jual beli dimana dalam satu akad ada dua harga yang dalam praktiknya tidak ada kejelasan akad (*jahalah*) atau harga mana yang akan diputuskan; *bai al hashah*, adalah sebuah transaksi di mana penjual dan pembeli bersepakat atas jual beli suatu barang dengan harga tertentu dengan lemparan batu kecil (*hashah*) yang dilakukan oleh salah satu pihak kepada yang lain dan dijadikan pedoman atas berlangsung tidaknya akad; *bai al mulamasah*, adalah adanya mekanisme tawar-menawar antara dua pihak atas suatu barang, dan apabila calon pembeli menyentuh barang tersebut, maka dia harus membelinya baik sang pemilik barang ridha atau tidak; *bai al muzabadzah*, adalah jual beli yang terjadi apabila penjual melempar sesuatu kepada pembeli maka transaksi jual beli harus berlangsung; *akad mu'alaq*, adalah sebuah jual beli di mana jadi tidaknya transaksi tersebut tergantung pada transaksi lainnya; *bai al muzabanah*, adalah jual beli buah kurma yang masih berada di pohon dengan beberapa *wasaq* buah kurma yang telah dipanen; *bai al mukhadharah*, adalah menjual buah yang belum masak yang masih berada di pohon sebelum layak panen; *bai habal al habalah*, adalah jual beli janin yang masih berada dalam kandungan induknya; *dharbatu al ghawash*, adalah melakukan akad transaksi jual beli untuk barang yang masih berada di dalam laut dan belum diketahui dapat atau tidaknya barang tersebut diserahkan; *bai muhaqalah*, adalah melakukan transaksi jual beli bahan makanan pokok dengan jumlah takaran makanan tertentu; *bai nitaj*, adalah transaksi jual beli sesuatu yang dihasilkan dari binatang ternak sebelum dituai; *bai*

al mudhaf, adalah kesepakatan untuk melakukan akad jual beli untuk waktu yang akan datang.¹⁴

Pada Matahari Mall Banda Aceh tidak terdapat *gharar* di dalam *shighat akad* pada transaksi jual beli dengan sistem *discount* sebagaimana telah di sebutkan di atas, namun *shighat* akad pada Matahari Mall dilakukan dengan redaksi akad yang jelas, meskipun transaksi jual beli tidak dilakukan dengan cara tawar-menawar dan tidak ada ucapan ijab kabul, namun secara tidak langsung pembeli sudah menunjukkan kesepakatan melakukan transaksi jual beli.

Tabel 1: *Gharar* ditinjau dari segi *shighat akad* terhadap pelaksanaan *discount* pada Matahari Mall Banda Aceh

<i>Gharar</i> dalam <i>shighat akad</i>	Pelaksanaan <i>discount</i> pada Matahari Mall Banda Aceh
<i>Bai'atani fii ba'iah</i> , yaitu jual beli dimana satu <i>akad</i> ada dua harga.	Harga yang ditentukan pasti pada saat transaksi berlangsung.
<i>Bai al mulamasah</i> , yaitu jual beli dengan mekanisme tawar-menawar, dan apabila pembeli menyentuh barang maka harus membeli.	Tidak adanya tawar-menawar dan ijab kabul, namun secara tidak langsung sudah menunjukkan kesepakatan melakukan jual beli.

Ketidak jelasan (*gharar*) dalam objek akad, yang meliputi: ketidaktahuan (*jahl*) dalam jenis objek akad, adalah tidak diketahuinya objek akad yang akan ditransaksikan, sehingga zat, sifat, serta karakter dari objek akad tidak diketahui

¹⁴ Nurul Huda dan Muhammad Heykal, *Lembaga Keuangan islam tinjauan teoritis dan praktis...*, hlm. 197-200.

(*majhul*); ketidaktahuan (*jahl*) dalam macam objek akad, adalah ketidakjelasan macam dari objek akad yang akan ditransaksikan, seperti halnya menjual sebuah mobil tanpa keterangan mobil macam apa yang akan dijual; ketidaktahuan (*jahl*) dalam sifat objek akad, adalah ketidakjelasan sifat dari objek akad yang akan ditransaksikan; ketidaktahuan (*jahl*) dalam ukuran dan takaran objek akad; ketidaktahuan (*jahl*) dalam zat objek akad; ketidaktahuan (*jahl*) dalam waktu akad; ketidakmampuan dalam penyerahan barang; melakukan akad atas sesuatu yang tidak nyata adanya (*ma'dum*); tidak adanya penglihatan (*ru'yah*) atas objek akad.¹⁵

Ditinjau dari *objek akad*, pada Matahari Mall juga tidak terdapat *gharar* dalam *objek akad* pada transaksi jual beli dengan menggunakan sistem *discount* seperti yang telah disebutkan di atas. Namun objek akad pada Matahari Mall dapat diketahui dengan jelas jenis *objek akadnya* yaitu berupa pakaian, *objek akad* ada ketika akad berlangsung, *objek akad* sesuai dengan syariat yaitu bukan merupakan barang najis dan bukan barang haram, dan *objek akadnya* dapat diserahkan terimakan.

Tabel 2: *Gharar* ditinjau dari segi objek *akad* terhadap pelaksanaan *discount* pada Matahari Mall Banda Aceh

<i>Gharar</i> dalam objek <i>akad</i>	Pelaksanaan <i>discount</i> pada Matahari Mall Banda Aceh
ketidaktahuan (<i>jahl</i>) dalam jenis objek	Dapat diketahui dengan jelas jenis <i>objek</i>

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 200-204.

<i>akad.</i>	<i>akad</i> yaitu berupa pakaian.
ketidakmampuan dalam penyerahan barang.	Objek <i>akad</i> dapat diserahkan terimakan.
melakukan akad atas sesuatu yang tidak nyata adanya (<i>ma'dum</i>).	Objek <i>akad</i> ada ketika transaksi berlangsung.

Dengan demikian pada Matahari Mall Banda Aceh *taghrir* tidak terdapat dalam *shighat akad* maupun *objek akad*, namun *taghrir* terdapat pada pelaksanaan *discount* dengan menggunakan kartu *member* yang disebut Matahari Club Card (MCC), Matahari Club Card (MCC) memiliki jenis keanggotaan, yaitu: *beauty*, *premium*, dan *regular*. Masa berlaku keanggotaan Matahari Club Card (MCC), yaitu: keanggotaan *beauty* dan *premium*, adalah 1 tahun sejak tanggal pendaftaran keanggotaan MCC, agar anggota MCC tetap menikmati manfaat dan keistimewaan keanggotaan MCC, perlu dilakukan perpanjangan keanggotaan MCC sebelum masa berlakunya berakhir. Keanggotaan *regular*, tidak ada pembatasan masa berlaku keanggotaan. Perubahan keanggotaan MCC dapat dilakukan dari *regular* ke *premium*, dan dari *premium* ke *beauty*. Perpanjangan dilakukan di *counter* informasi Matahari dengan membayar biaya iuran dan mengisi ulang form aplikasi keanggotaan MCC.¹⁶

Perolehan poin didapat dari pembelanjaan, untuk memperoleh poin anggota MCC terlebih dahulu menunjukkan kartu MCC kepada kasir sebelum melakukan transaksi. Bila tidak, transaksi tidak dicatat dan anggota MCC tidak memperoleh

¹⁶ Hasil wawancara penulis dengan Cut Fitriana pramuniaga pada Matahari Mall Banda Aceh pada tanggal 30 Juli 2017.

poin dari transaksi yang dilakukan. Perhitungan poin anggota MCC dilakukan per transaksi yang dilakukan oleh anggota MCC, dimana pembelian pakaian Matahari setiap kelipatan transaksi sebesar Rp. 20.000, akan mendapat poin, dengan ketentuan bahwa kartu regular mendapat 1 poin dan kartu beauty dan premium mendapat 2 poin. Poin yang diperoleh minimal 100 poin mendapat potongan harga senilai Rp. 100.000 dan poin hanya bisa ditukar untuk pembelian pakaian dengan label Matahari.¹⁷

Pada kartu member MCC anggota tidak mengetahui berapa perolehan poin yang telah dimiliki karena poin hanya bisa dicek pada *counter* Matahari. Meskipun anggota tidak melakukan pembelanjaan namun iuran harus tetap dibayar agar kartu *member* yang dimiliki tetap bisa aktif. Kartu *member* ini mengandung unsur *gharar*, karena membayar iuran keanggotaan ataupun uang administrasi untuk mendapatkan kartu. Karena terkadang berakhir masa berlaku kartu namun pemegangnya sama sekali belum menggunakannya atau menggunakannya namun potongan harga yang didapat tidak seimbang dengan uang yang dibayar kepada penerbit kartu hal ini merupakan *gharar*.

3.4 Kajian Hukum Islam Terhadap Sistem *Discount* Pakaian Pada Matahari

Mall Banda Aceh

Potongan harga atau *discount* yang terdapat pada Matahari *Mall* Banda Aceh dalam Islam di kenal dengan *an-naqis min al-thaman* (pengurangan harga) atau disebut juga *khasm*. *Discount* dalam jual beli Islam terdapat pada akad

¹⁷*Ibid.*

muwadla'ah atau *Al-Wadli'ah*. Akad *muwadla'ah* merupakan bagian dari prinsip jual beli dari segi perbandingan harga jual dan harga beli. *Bay al-muwadla'ah* adalah jual beli di mana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah dari pada harga pasar atau dengan potongan (*discount*). Penjualan semacam ini biasanya hanya dilakukan untuk barang-barang atau aktiva tetap yang nilai bukunya sudah sangat rendah. Menurut Samir, *Al-Wadli'ah* adalah menjual barang dengan harga pertama dengan pengurangan sesuatu yang telah diketahui.¹⁸

Wajib tertera harga awal pada barang yang akan di *discount*, dengan tujuan agar pengurangan harga dapat diketahui jumlahnya. Mengenai harga awal dari barang yang akan dikenai harga *discount* tidak boleh bertentangan dengan kondisi barang yang ada. Karena apabila bertentangan maka termasuk ke dalam kategori *riba*.

Dalam suatu transaksi perdagangan selalu melibatkan dua pihak yaitu pihak pembeli sebagai pihak penerima barang dan penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang. Orang yang terjun ke dunia usaha, berkewajiban mengetahui hal-hal yang dapat mengakibatkan jual beli itu sah atau tidak (*fasid*). Ini dimaksudkan agar muamalat berjalan sah dan segala sikap dan tindakannya jauh dari kerusakan yang tidak dibenarkan.¹⁹

Sah tidaknya jual beli sangat berkaitan erat dengan rukun dan syarat. Ditinjau dari rukun dan syaratnya, jual beli yang dilakukan pada Matahari Mall Banda Aceh sudah memenuhi syarat. Syarat-syarat tersebut diantaranya mengenai

¹⁸Etheses.Uin-malang.ac.id>08220028_bab 2. Diakses pada tanggal 25 Juli 2017 jam 09.00

¹⁹Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnan*, jilid 12..., hal. 46

penjual dan pembeli telah melakukan jual beli dengan ridha dan sukarela, tanpa ada paksaan dan kedua belah pihak berkompeten dalam melakukan praktek jual beli, yakni dia adalah seorang *mukallaf*. Mengenai objek jual beli merupakan barang yang suci dan bermanfaat, bukan barang najis atau barang yang haram, merupakan hak milik penuh, objek jual beli dapat diserahkan terimakan, dan jumlah pembayarannya diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak.

Syarat objek akad yang dihentikan adalah karena *mal mutaqawwam* (bernilai menurut syara') serta bebas dari najis dan pakaian-pakaian yang diperjual belikan pada Matahari Mall merupakan pakaian yang bernilai dan bebas dari najis.

Pada prinsipnya penjual berhak menawarkan barangnya dengan harga sesuai yang diinginkannya. Karena barang yang dijual adalah miliknya. Dan seseorang berhak untuk memberlakukan barangnya sesuai yang diinginkan. Sehingga, penjual berhak menurunkan harga, memberi *discount* atau potongan harga kepada konsumennya. Dan juga berhak menetapkan harga yang berbeda untuk konsumennya.

Semagaimana *discount* yang dilakukan pada Matahari Mall Banda Aceh yang menetapkan harga tinggi pada setiap pakaian yang dijualnya yang memungkinkan dengan harga tersebut ditetapkan harga *discount* nantinya. sekalipun di dalam islam tidak ditetapkan aturan dalam batasan mengambil keuntungan selama keuntungan itu didapatkan dengan cara yang halal. Sebagaimana disebutkan dalam hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari:

عن عروة البارقي أنّ النَّبِيَّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْطَاهُ دِينَارًا يَشْتَرِي لَهُ بِهِ شَاةً
 اشْتَرَى لَهُ بِهِ شَاتَيْنِ فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بِدِينَارٍ وَجَاءَهُ بِدِينَارٍ وَشَاةً فَدَعَا لَهُ بِالْبُرْكَاتِ فِي
 بَيْعِهِ وَكَانَ لَوْ اشْتَرَى التُّرَابَ لَرَبِحَ فِيهِ²⁰

Artinya : Dari ‘Urwah al-Bāriqi ”Bahwasannya Nabi saw. memberinya uang satu dinar untuk dibelikan kambing. Maka dibelikannya dua ekor kambing dengan uang satu dinar tersebut, kemudian dijualnya yang seekor dengan harga satu dinar. Setelah itu ia datang kepada Nabi saw. dengan membawa satu dinar dan seekor kambing. Kemudian beliau mendo’akan semoga jual belinya mendapat berkah. Dan seandainya uang itu dibelikan tanah, niscaya mendapat keuntungan pula”. (H.R. Bukhari).

Dari hadis di atas dapat diketahui bahwa Islam tidak memberikan batasan tertentu terhadap laba atau keuntungan dalam perdagangan. Namun hal ini diserahkan kepada masing-masing pedagang dan tradisi masyarakat sekitar, dengan tetap memelihara kaidah-kaidah dalam hukum islam dan memperhatikan keadilan serta tidak menimbulkan kerugian bagi masyarakat. Pembatasan keuntungan dengan batasan tertentu dalam perdagangan terhadap semua jenis barang, di semua lingkungan, pada semua waktu, dalam semua kondisi, dan bagi semua golongan manusia yang berbeda, merupakan hal yang selamanya tidak akan dapat mewujudkan keadilan. Dengan demikian jelaslah bahwa para pedagang diperbolehkan mengambil keuntungan dari barang dagangannya sesuai

²⁰ Muhammad Nashiruddin Al-Albani, Shahih Sunan Tirmizi, (Jakarta: Pustaka Azam, 2006), hlm. 84.

dengan yang diinginkannya selama tidak dengan jalan menipu, menimbun, atau dengan jalan haram lainnya yang tidak sesuai dengan syari'at Islam. Namun islam menganjurkan mengambil keuntungan sepatutnya dalam setiap penjualan hal ini agar timbulnya rasa saling suka rela antara kedua belah pihak yang melakukan jual beli baik itu penjual maupun pembeli. Keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sedangkan keuntungan yang sangat rendah akan membuat lesu perdagangan karena pedagang kehilangan motivasi. Sebaliknya, bila pedagang mengambil keuntungan sangat tinggi juga akan membuat lesu perdagangan karena lemahnya permintaan konsumen.

Dalam Islam diberikan kebebasan dalam melakukan jual beli selama jual beli yang dilakukan tidak melanggar dengan aturan yang ada. Namun dalam Al-Quran tidak dijumpai atau disebutkan aturan tentang *discount* secara jelas, tetapi hanya dijelaskan aturan jual beli secara umum sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 275 di bawah ini:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...²¹

Artinya: ...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...(Q.S.

Al-Baqarah ayat 275)

Dari ayat dan kaidah di atas yang menjelaskan hukum jual beli secara umum namun tidak membahas secara khusus mengenai *discount*. Namun, Islam mengatur segala aspek agar semua terhindar dari kerugian dunia dan akhirat. Praktek jual beli dengan *discount* telah dibenarkan dalam Islam dengan mematuhi syarat dan rukun tertentu dan terhindar dari segala hal yang telah dilarang.

²¹Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Surabaya: Mekar, 2002), hlm. 58

Namun keabsahannya tergantung kepada kedua belah pihak dalam melaksanakan rukun dan syarat serta memperhatikan segala hal yang telah dilarang.

BAB EMPAT PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, wawancara, dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Penetapan harga pada Matahari *Mall* Banda Aceh ditentukan oleh central Matahari *Mall*, Penetapan harga dilakukan setelah mempertimbangkan segala biaya baik itu biaya pengiriman barang, gaji pegawai dan kerugian maupun keuntungan yang akan diperoleh dari suatu barang, sehingga ketika barang sampai ke gerai barang tersebut telah memiliki harga, dan harga pakaian yang di jual pada setiap wilayah itu berbeda tergantung dari jarak wilayah tersebut dengan central karena semakin jauh wilayah tersebut maka akan membutuhkan biaya lebih besar untuk pengiriman barang pakaian. Namun tidak ada perbedaan penetapan harga yang dilakukan oleh central Matahari Mall Banda Aceh, baik untuk pakaian yang tidak diberi harga *discount* maupun pakaian yang mendapat harga *discount*.
2. Pada Matahari *Mall* Banda Aceh *taghrir* tidak terdapat dalam *shighat* akad maupun objek akad, namun *taghrir* terdapat pada pelaksanaan *discount* dengan menggunakan kartu member yang disebut Matahari Club Card (MCC). Kartu member ini mengandung unsur *gharar* dan *spekulasi*, karena membayar iuran keanggotaan ataupun uang administrasi untuk mendapatkan

kartu. Karena terkadang berakhir masa berlaku kartu namun pemegangnya sama sekali belum menggunakannya atau ia menggunakannya namun potongan harga yang didapat tidak seimbang dengan uang yang dibayar kepada penerbit kartu, hal ini merupakan gharar dan spekulasi.

3. Tinjauan hukum Islam terhadap sistem *discount* pakaian yang diterapkan oleh Matahari *Mall* Banda Aceh dibagi menjadi dua, yaitu: pertama, diperbolehkan, karena rukun dan syarat pada akad jual beli telah terpenuhi, Syarat-syarat tersebut diantaranya mengenai penjual dan pembeli telah melakukan jual beli dengan ridha dan sukarela, tanpa ada paksaan dan kedua belah pihak berkompeten dalam melakukan praktek jual beli, yakni dia adalah seorang mukallaf. Mengenai objek jual beli merupakan barang yang suci dan bermanfaat, bukan barang najis atau barang yang haram, merupakan hak milik penuh, objek jual beli dapat diserahkan terimakan, dan jumlah pembayarannya diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak. Kedua, dilarang, karena terdapat unsur-unsur yang dilarang dalam jual beli yaitu *taghrir*. Hal ini ditemukan pada kartu member.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan maka dapat diberikan saran-saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan pembelajaran bagi para pelaku usaha yaitu:

1. Diharapkan bagi para pelaku usaha terutama Matahari Mall Banda Aceh melakukan penetapan harga sesuai dengan harga yang ditentukan oleh syari'at, meskipun menetapkan harga tinggi pada barang yang dijual tidak ada larangan, namun alangkah baiknya harga barang sesuai dengan barang tersebut. Dan hendaknya senantiasa menggunakan sistem *discount* yang sesuai dengan konsep jual beli dalam Islam tanpa adanya tindakan penipuan dan *taghrir* dalam hal barang maupun harga agar senantiasa mendapatkan kebaikan baik secara dunia maupun akhirat.
2. Diharapkan kepada pemerintah untuk menetapkan ketentuan tentang *discount* agar tidak ada pihak yang dirugikan dari sistem *discount* yang dilakukan oleh para pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku:

Abdullah, Al-Muslih & Shalah ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta : Darul Haq, 2004).

Al-Hamd, Abdul Qadir Syaibah, *Syarah Bulughul Maram*, Izzudin Karimi, dkk, (Jakarta: Darul Haq, 2007).

Al-Albani, Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan Tirmizi*, (Jakarta: Pustaka Azam, 2006).

Alma, Bukhari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2000).

Al-Muslih, dkk, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta: Daarul Haq, 2004).

Bakar, Marzuki Abu, *Metodologi Penelitian*, (Banda Aceh, 2013).

Cravens, David W, *pemasaran strategis*, edisi ke-4/ jilid 2, (Jakarta: Graha Ilmu , 2009).

Dahlan, Abdul Azis, *Ensiklopedi Hukum Islam*.

Fatwa DSN No.16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam murabahah.

Huda, Nurul dan Muhammad Heykai, *Lembaga keuangan islam: tinjauan teoritis dan praktis*, Jakarta: kencana prenada media group, 2010

Isnaini, Arif, *Model dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: Ntp Press, 2005).

Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Media pustaka phoenix,2012).

Karim, Adiwarmarman Azwar, *Sejarah pemikiran ekonomi islam*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008).

Karim, Adiwarmarman dan Oni Sahroni, *riba, gharar dan kaidah-kaidah ekonomi syariah: analisis fikih dan ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015).

Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010).

Kasmir, *kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006).

Kristanto, Heru, *kewirausahaan (entrepreneurship)*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009).

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, (Jakarta: Prehallindo, 2005).

Rewoldt, Stewart H, *Strategi harga dalam pemasaran*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991).

Saladin, Djasmin, *Manajemen Pemasaran: Analisa, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*, (Bandung: Linda Karya, 2003).

Sabiq, Sayyid, *Fikih Sunnah, jilid 12*, (Bandung: Alma'arif,1987).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R d D*, (Bandung: Alfabeta, 2013).

Sunggono, Bambang, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009).

Utomo, Setiawan Budi, *Fikih Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, Jakarta: Gema Insani, 2008.

Wahjono, Sentot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2010).

Webset:

Etheses.Uin-malang.ac.id>08220028_bab 2. Diakses pada tanggal 23 februari 2017 jam 10.00.

www.anneahira.com.>pengertian-diskon. Diakses pada tanggal 23 februari jam 10.23

Discountsuper2011. diakses pada tanggal 3 Agustus 2016.

Wawancara:

Hasil wawancara penulis dengan Agung Rahmat pramuniaga pada Matahari Mall Banda Aceh pada tanggal 17 Juli 2017.

Hasil wawancara penulis dengan Cut Fitriana pramuniaga pada Matahari Mall Banda Aceh pada tanggal 30 Juli 2017.

Hasil wawancara penulis dengan Erna Amalia pramuniaga pada Matahari Mall Banda Aceh pada tanggal 14 Juli 2017.

Hasil wawancara penulis dengan Yuni Merlinda HRD pada Matahari Mall Banda Aceh pada tanggal 4 Juni 2017.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

Jl. SyekhAbdurRaufKopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7557442 Situs :www.syariah.ar-raniry.ac.id

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: Un.08/FSH/PP.00.9/3337/2016**

T E N T A N G

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan KKU Skripsi pada Fakultas Syariah dan Hukum, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing KKU Skripsi tersebut;
b. Bahwa Yang namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing KKU Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Operasional Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri IAIN Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri;
7. Keputusan Menteri Agama 492 Tahun 2003 tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS dilingkungan Departemen Agama RI;
8. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
10. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015 tentang Pemberi Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur Program Pasca Sarjana dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

M E M U T U S K A N

- Menetapkan** :
- Pertama** : Menunjuk Saudara (i) :
a. Dr. Soraya Devy, M.Ag Sebagai Pembimbing I
b. Sitti Mawar, S.Ag., MH Sebagai Pembimbing II
untuk membimbing KKU Skripsi Mahasiswa (i) :
- N a m a** : Dian Maulina
N I M : 121309886
Prodi : HES
J u d u l : Perspektif Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon Pakaian Pada Matahari Mall Banda Aceh (Studi Terhadap Penetapan Harga Dan Taghirnya)
- Kedua** : Kepada pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- Ketiga** : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2016;
- Keempat** : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada tanggal : 26 Oktober 2016
D e k a n,

Dr. Khairuddin, S.Ag., M.Ag
NIP. 197309141997031001

Tembusan :

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Ketua Prodi HES;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Dian Maulina
 Tempat Tanggal Lahir : Ujung Padang, 19 September 1995
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Kebangsaan/Suku : Indonesia/Aceh
 Status : Belum Nikah
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Alamat : Jln. Utama Rukoh, Lr. Banna, Darussalam, Banda Aceh
 Email : dianmaulina19@gmail.com

Nama Orang Tua

- a. Ayah : Zulkarnaini
- b. Pekerjaan : Petani
- c. Ibu : Samsinar
- d. Pekerjaan : IRT
- e. Alamat : Desa Ujung Padang, Kec. Manggeng, Kab. Aceh Barat Daya

Riwayat Pendidikan

- a. SD Negeri 3 Aceh Barat Daya, lulus pada tahun 2007
- b. MTsN Manggeng, Aceh Barat Daya, lulus pada tahun 2010
- c. SMA N 2 Aceh Barat Daya, lulus pada tahun 2013
- d. Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah (HES), tahun masuk 2013 sampai sekarang.

Demikian daftar riwayat hidup ini di buat dengan sebenar-benarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banda Aceh, 13 Juli 2016

Penulis

Dian Maulina