

---

---

## Tinjauan Mazhab Fikih terhadap Sistem Diskon Pakaian di Ramayana Mall Panakkukang

Yuliana<sup>1\*</sup>, A. Zainal Azhar Ishak<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>UIN Alauddin Makassar, Indonesia.

E-mail: <sup>1</sup>yulianasyam2121@gmail.com, <sup>2</sup>zainalazharishak@gmail.com

\*Corresponding Author

---

---

Submitted : 12 October 2021

Revised : 04 February 2022

Accepted: 04 February 2022

---

---

### Abstrak

Diskon yang ditawarkan oleh toko-toko besar sebagai media untuk melariskan dagangan begitu menggiurkan bagi konsumen, akan tetapi yang menjadi pertanyaan adalah sistem diskon yang digunakan apakah sesuai dengan prinsip ber muamalah dalam islam atau tidak. Pokok masalah pada penelitian ini adalah bagaimana penerapan sistem discount pakaian di Ramayana Mall Panakkukang, dan bagaimana analisis sistem potongan harga (discount) menurut mazhab Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan sistem discount pakaian di Ramayana Mall Panakkukang, dan sistem potongan harga (discount) menurut mazhab fiqih. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif lapangan (field kualitatif research) dengan pendekatan deskriptif dan sosiologis. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pihak Ramayana memberikan diskon pada produk tertentu dan tidak menerapkan *markup* barang atau penambahan harga karena barang yang dijadikan diskon adalah barang yang sudah masuk dalam data agen, dengan tujuan untuk menghabiskan stok berlebih barang atau produk yang sudah lama dan mengurangi barang yang stok nya sudah lama di gudang. Ditinjau dari analisis mazhab fiqih transaksi jual beli di Store Ramayana Mall Panakkukang Makassar antara pihak pengelola Store Ramayana (penjual) maupun konsumennya (pembeli) tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut hukum Islam, hal ini yang mengindikasikan bahwa dalam transaksi jual beli dengan adanya potongan harga pada jualan pakaian di Store Ramayana di Mall Panakkukang Makassar adalah boleh atau sah karena transaksi yang berlaku di Store Ramayana tidak bertentangan dengan hukum Islam.

**Kata Kunci:** Mazhab Fikih; Sistem Diskon; Pakaian.

### Abstract

*Discounts offered by large stores as a medium to sell merchandise are so tempting for consumers, but the question is whether the discount system used is in accordance with the principles of muamalah in Islam or not. The main problem in this study is how to apply the clothing discount system at Ramayana Mall Panakkukang, and how to analyse the discount system according to the Islamic school. The purpose of this study is to find out how the application of the clothing discount system at Ramayana Mall Panakkukang, and the discount system according to the school of fiqh. The type of research used in this study is field qualitative research with a descriptive and sociological approach. The data sources used are primary and secondary data sources. The data collection methods used are observation, interview, and documentation methods. The results of*

*this study show that Ramayana provides discounts on certain products and does not apply item mark-ups or price additions because the items used as discounts are items that have been included in the agent's data, with the aim of spending excess stock of old goods or products and reducing goods that have been in stock for a long time in the warehouse. Judging from the analysis of the school of fiqh, buying and selling transactions at the Ramayana Mall Panakkukang Makassar Store between the Ramayana Store manager (seller) and consumers (buyers) do not contain elements prohibited under Islamic law, this indicates that in buying and selling transactions with discounts on selling clothes at the Ramayana Store at Mall Panakkukang Makassar is permissible or legal because the transactions that apply at the Ramayana Store are not contrary to the law Islam.*

**Keywords:** *Mazhab Fikih; Discount System; Clothing.*

## 1. Pendahuluan

Nilai diskon menjadi salah satu pemicu konsumen untuk sekedar mengetahui produk yang diberi diskon atau bahkan membeli produk tersebut. Diskon sebagai upaya dalam pengurangan harta secara langsung terhadap suatu produk yang dibeli pada waktu tertentu yang dilakukan oleh penjual kepada konsumen. Penawaran diskon yang menarik menjadi daya tarik tersendiri. Nilai diskon memberi pengaruh pada pola pikir konsumen bahwa produk yang ditawarkan menjadi lebih murah. Semakin tinggi nilai diskon kecenderungan akan lebih menarik minat beli konsumen. Faktor diskon inilah yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen.<sup>1</sup> Diskon dapat memberi efek baik pada minat beli konsumen. Diskon memberi pengaruh ada konsumen setidaknya membeli satu pakaian. Namun, adapula konsumen yang tertarik untuk membeli tiga pakaian dengan mendapatkan satu produk pakaian gratis (satu produk pakaian dengan harga terendah diberikan gratis).<sup>2</sup>

Potongan harga atau yang dikenal dengan istilah diskon yang memiliki pengertian yaitu pengurangan dari harga daftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang juga mengorbankan fungsi pemasaran atau menyediakan fungsi tersebut untuk dirinya sendiri. Potongan harga dapat menjadi alat yang bermanfaat dalam perencanaan strategi pemasaran.<sup>3</sup> Tujuan pemberian potongan harga atau diskon yang dilakukan penjual terhadap produk yang dijualnya menurut Karande dan Kumar adalah untuk mengurangi produk yang tersimpan dan

---

<sup>1</sup> Ahmad Syauqi, Fauzi Arif Lubis, and Atika Atika, "Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline 'Gratis Ongkir' Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)," *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 2, no. 4 (2022): 734–49, <https://doi.org/https://doi.org/10.35899/biej.v4i1.424>.

<sup>2</sup> Rudy Irwansyah, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021). h. 142-143

<sup>3</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat: Sistem Transaksi Dalam Fiqih Islam* (Jakarta: Amzah, 2010). h. 6.

meningkatkan penjualan pada kategori produk tertentu.<sup>4</sup> Dalam agama Islam yang dijelaskan dalam Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad saw telah meletakkan prinsip-prinsip perdagangan atau bisnis yang menjadi dasar utama dalam menjalankan aktivitas transaksi.<sup>5</sup> Prinsip-prinsip tersebut harus terpenuhi dalam setiap aktivitas ekonomi, mulai dari proses akad sampai pada proses pelaksanaan kegiatan ekonomi. Berdasarkan Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad saw yang diperkuat dalam riwayat (sejarah) kiprah dagang Nabi Muhammad saw, maka para ulama telah menetapkan prinsip-prinsip perdagangan atau bisnis dalam ekonomi syariah (Islam).<sup>6</sup>

Islam menganggap penting urusan muamalah. Islam juga mengatur hubungan antara manusia dengan manusia lainnya. Manusia diciptakan oleh sang pencipta dengan berbekal kekuatan yang luar biasa. Namun kekuatan itu tersembunyi di balik diri manusia itu sendiri. Islam menyuruh untuk mencari rezeki yang halal. Dengan kata lain, Islam tidak mengatur urusan akhirat saja. Islam menghendaki kesejahteraan hidup manusia baik dunia dan di akhirat.<sup>7</sup> Jual beli merupakan salah satu kegiatan ber muamalah. Jual beli tidak terlepas dari kegiatan dan kehidupan ber muamalah, karena jual beli merupakan bentuk dasar dari kegiatan ekonomi manusia dan merupakan aktivitas yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Jual beli termasuk mata pencaharian yang lebih sering dipraktekkan sahabat Rasulullah Saw. Dengan demikian, Islam tidak menghendaki pemeluknya melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan ajarannya, seperti praktik riba dan penipuan.<sup>8</sup>

Dalam hal ini, kepeloporan Nabi Muhammad saw dalam meninggalkan segala praktik riba (*usury interest*), transaksi fiktif (*garar*), perjudian dan spekulasi (*maysir*) dan komoditi haram dalam jual beli. Segala sumber daya alam adalah milik Allah swt, maka realisasinya yaitu tidak dibenarkan melakukan cara-cara bisnis yang dapat menimbulkan kerusakan, baik kerusakan lahir

---

<sup>4</sup> Selly Intan Fajarwati, Maman Surahman, and Yandi Maryandi, "Analisis Jual Beli Dengan Diskon Menurut Fikih Muamalah Pada Distro Bloods Cabang Kota Sukabumi," *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2019): 562–69, <https://doi.org/10.29313/syariah.v0i0.16675>.

<sup>5</sup> Muhammad Sabir and Rifka Tunnisa, "Jaminan Fidusia Dalam Transaksi Perbankan; Studi Komparatif Hukum Positif Dan Hukum Islam," *Mazahibuna: Jurnal Perbandingan Mazhab* 2, no. 1 (2020): 80–97, <https://doi.org/10.24252/MH.V2i1.14284>.

<sup>6</sup> Abdulahana, *Kaidah-Kaidah Keabsahan Multi Akad (Hybrid Contract) Dan Desain Kontrak Ekonomi Syariah* (Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2020). h. 1.

<sup>7</sup> Suci Aprianti and Siti Aisyah, "Transaksi Jual Beli Oleh Anak Sebagai Pelaku Bisnis Menurut Imam Syafi'i Dan Hanafi (Analisis Maqashid Al-Syariah)," *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 1, no. 3 (2020): 452–67, <https://doi.org/10.24252/shautuna.v1i3.14919>.

<sup>8</sup> Sumarni Arny, Hadi Daeng Mapuna, and Muhammad Anis, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pada Marketplace Online Lazada," *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* 2, no. 4 (2021): 222–40, <https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v3i3.21658>.

seperti kerusakan ekosistem bumi, maupun kerusakan batin seperti kerusakan sistem dan tatanan ekonomi sosial.<sup>9</sup>

Ada tiga prinsip pokok (fundamental) yang dilarang dalam berbisnis, yaitu; 1) riba, 2) *gharar* dan, 3) *maysir* (spekulasi). Riba merupakan penambahan-penambahan yang diisyaratkan oleh orang yang memiliki harta kepada orang yang meminjam hartanya (uangnya), karena pengunduran janji pembayaran oleh peminjam dari waktu yang telah ditentukan.<sup>10</sup> *Gharar* adalah segala bentuk jual beli yang di dalamnya terkandung *jahalah* (unsur ketidakjelasan).<sup>11</sup> *Maysir* adalah sesuatu yang mengandung unsur judi dengan melakukan tindakan tertentu untuk mengambil keputusan tanpa disertai dengan data yang mendukung.<sup>12</sup>

Di dalam kehidupan ini Allah swt telah menjadikan manusia masing-masing saling membutuhkan satu sama lainnya.<sup>13</sup> Supaya mereka tolong-menolong tukar menukar keperluan dalam segala urusan kepentingan hidup masing-masing, baik dengan jalan jual beli, sewa menyewa, bercocok tanam, atau perusahaan yang lain-lain, baik dalam urusan kepentingan sendiri maupun kemaslahatan umum.<sup>14</sup> Kebutuhan manusia yang biasa disebut dengan *dharuri*, yaitu kebutuhan yang tidak mungkin ditinggalkan sehingga manusia tidak dapat hidup tanpa kegiatan, Seperti halnya dengan jual beli, jual beli juga merupakan sarana tolong menolong antara sesama manusia, sehingga Islam menetapkan kebolehnya.<sup>15</sup>

Kerangka pemasaran dalam bisnis Islami adalah aktivitas yang dilandasi oleh saling ridha dan rahmat antara penjual dan pembeli dalam sebuah aktivitas di dalam pasar.<sup>16</sup> Jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar barang atau benda yang memiliki nilai, secara sukarela di antara kedua belah pihak, salah satu pihak menerima benda dan pihak lainnya menerima uang sebagai kompensasi barang, sesuai dengan perjanjian dan ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan

---

<sup>9</sup> Abdulahana, *Kaidah-Kaidah Keabsahan Multi Akad (Hybrid Contract) Dan Desain Kontrak Ekonomi Syariah*. h. 3.

<sup>10</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, X (Jakarta: Rajawali Press, 2016). h. 58.

<sup>11</sup> Mulyawana Abd. Gafur and Abdul Wahid Haddade, "Perlindungan Konsumen Dalam Akad Jual Beli Online Atas Hak Khiyar Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Di Kel. Pabiringa Kec. Binamu Kab. Jeneponto)," *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 1, no. 3 (2020): 321–37, <https://doi.org/10.24252/shautuna.v1i3.14910>.

<sup>12</sup> Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010). h. 21.

<sup>13</sup> Abdul Syatar et al., "Pencantuman Labelisasi Halal Bagi Kepercayaan Konsumen Perspektif Masalah Mursalah," *KALOSARA: Family Law Review* 2, no. 2 (2023): 84–97, <https://doi.org/10.31332/KALOSARA.V2I2.4376>.

<sup>14</sup> Abdul Syatar and Arif Rahman, "Transformation of Fiqh in the Forms of Pilgrimage and Zakat Legislation," *Mazahibuna: Jurnal Perbandingan Mazhab* 1, no. 2 (2019): 120–33, <https://doi.org/10.24252/MH.V1I2.11646>.

<sup>15</sup> Reski Andayani and Rahma Amir, "Analisis Perbandingan Hukum Islam Dan Hukum Positif Terhadap Pelaksanaan Jual Beli Ijon: Studi Kasus Di Kabupaten Bantaeng," *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab Dan Hukum* 2, no. 1 (2021): 168–78, <https://doi.org/10.24252/shautuna.v2i1.17741>.

<sup>16</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2013). h. 6.

disepakati. Islam mempertegas legalitas dan keabsahan jual-beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep riba.<sup>17</sup> Allah swt adalah dzat yang maha mengetahui atas hakikat persoalan kehidupan, bahwa dalam suatu perkara terdapat kemaslahatan dan manfaat maka diperbolehkan. Sebaliknya, jika di dalam terdapat kerusakan dan mudarat, maka Allah swt mencegah dan melarang untuk melakukannya.<sup>18</sup>

Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara semua umat manusia, mempunyai landasan atau dasar hukum yang jelas baik dari Al-Qur'an, Hadits, dan telah menjadi salah satu ijma' ulama dan kaum muslimin. Bahkan jual beli bukan hanya sekedar muamalah, akan tetapi salah satu media untuk melakukan kegiatan saling tolong menolong sesama manusia.<sup>19</sup> Prinsip-prinsip keadilan sosial Sayyid Quthb pada hakikatnya merupakan esensi kemanusiaan yakni kebebasan (individualitas), kebersamaan (kolektivisme), dan tolong-menolong yang didasarkan pada ketentuan syariah.<sup>20</sup> Ketiga prinsip ini merupakan tanggung jawab setiap anggota masyarakat untuk mewujudkannya dalam kehidupan bersama, karena masyarakat diidentikkan dengan sosok tubuh yang setiap anggotanya merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan satu sama lain dalam segala hal.<sup>21</sup>

Pada dasarnya potongan harga dalam jual beli termasuk ke dalam bentuk jual beli itu sendiri. Sedangkan jual beli merupakan proses perpindahan hak kepemilikan yang dalam Islam diperbolehkan dan dihalalkan oleh Allah Swt. Dengan diperbolehkannya jual beli, maka manusia dapat memperoleh apa yang diinginkan sesuai dengan ketentuanketentuan yang telah diatur dalam Al-Qur'an. Sedangkan hikmah diperbolehkannya jual beli dalam Islam untuk menghindarkan manusia dari kesulitan dalam ber-muamalah dengan hartanya. Seseorang

---

<sup>17</sup> Muhammad Shuhufi, Nurfadilah Kasman, and Nurjannah, "Perindungan Hukum Terhadap Transaksi Jual Beli Kosmetik Berbasis E-Commerce: Perspektif Mazhab Al-Syafi'i," *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 4, no. 1 (2023): 99–115, <https://doi.org/10.24252/shautuna.vi.30552>.

<sup>18</sup> Munir Salim, "Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam," *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan* 6, no. 2 (2017): 371–86.

<sup>19</sup> Nur Azizah and Muhammad Anis, "Tinjauan Hukum Islam Perjanjian Jual Beli Tanah Melalui E-Commerce Di Gowa," *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab Dan Hukum* 2, no. 3 (2021): 735–42, <https://doi.org/10.24252/shautuna.v2i3.22245>.

<sup>20</sup> Abrar Anugrah, Abdi Wijaya, and M. Arafah, "Jual Beli Makanan Bertambah Pajak Di Makassar; Studi Komparasi Hukum Positif Dengan Mazhab Syafi'i," *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 3, no. 3 (2022): 489–502, <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/shautuna.vi.28006>.

<sup>21</sup> Marilang Marilang, "Rekonstruksi Epistemologi Teori Keadilan John Rawls," *Jurnal Hukum Unsulbar* 1, no. 1 (2018): 41–56, <https://doi.org/10.31605/j-law.v1i1.50>.

memiliki harta di tangannya namun dia tidak memerlukannya, sebaliknya dia memerlukan harta, namun harta yang diperlukannya itu ada di tangan orang lain.<sup>22</sup>

Mall Panakkukang merupakan tempat belanja di Kota Makassar yang menyajikan *Ramayana Department Store* sebagai salah satu media belanja konsumen. *Ramayana Department Store* merupakan suatu tempat yang menyajikan produk-produk berkualitas. Pakaian, tas, sepatu, mainan anak-anak dan lain-lain disajikan di tempat tersebut. Penataan yang rapi dan desain ruang yang menarik menjadi sarana sajian yang ditawarkan.

## **2. Metode Penelitian**

Jenis Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif lapangan (field kualitatif research), yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subjek itu sendiri). Pendapat ini langsung menunjukkan latar dan individu-individu dalam latar itu secara keseluruhan, subjek penelitian, secara menyeluruh. Lokasi penelitian akan difokuskan yang beralamat di Jl. Boulevard Ruko Cemp, No. 11-8, Masale, Ramayana Mall Panakkukang, Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis, adalah pendekatan yang difokuskan untuk mengkaji gejala sosial terhadap fenomena yang terjadi dalam masyarakat.

## **3. Hasil dan Pembahasan**

### **3.1. Penerapan Sistem Potongan Harga (discount) Pakaian di Ramayana Mall Panakkukang**

Store Ramayana Mall Panakkukang merupakan salah satu tempat penjualan pakaian di Kota Makassar. Pada tempat tersebut dijual berbagai jenis model pakaian dari berbagai macam merek. Keanekaragaman merek memberikan nilai jual yang berbeda pada setiap pakaian. Harga tinggi menjadi ketakutan bagi konsumen. Untuk mengatasi hal tersebut, maka diberlakukan diskon dalam setiap pembelian produk pakaian. Keberadaan diskon menjadi sarana penjualan pakaian. Diskon sebagai harga yang lebih rendah, sehingga konsumen hanya membayar nilai yang diminta pembeli. Nilai diskon antar lain: waktu pembayaran yang lebih awal dari waktu yang ditentukan sebelumnya, jumlah pembelian yang dilakukan serta pembelian pada waktu tertentu

---

<sup>22</sup> Fajarwati, Surahman, and Maryandi, "Analisis Jual Beli Dengan Diskon Menurut Fikih Muamalah Pada Distro Bloods Cabang Kota Sukabumi." h. 566.

seperti pada waktu hari raya dan sebagainya.

Indikator diskon adalah harga murah dan jumlah pembelian pakaian, sedang variabel minat beli dengan indikator membeli pakaian. Pada indikator harga murah, variasi nilai diskon menjadi acuan konsumen dalam membeli produk tersebut. Perbedaan nilai diskon dalam pembelanjaan antara satu, dua, atau tiga produk pakaian menjadi pilihan tersendiri bagi konsumen. Ketertarikan konsumen dalam membeli tiga produk pakaian cenderung tinggi. Nilai diskon yang diberikan dengan memberikan satu produk pakaian dengan gratis menjadi pemicu konsumen untuk memanfaatkan program diskon dengan membeli lebih dari satu produk pakaian.

Indikator jumlah pembelian pakaian pada variabel diskon menunjukkan bahwa konsumen membeli produk pakaian dengan jumlah bervariasi. Konsumen ada yang membeli satu, dua, atau bahkan tiga pakaian dengan berbagai merek. Pola pikir konsumen yang membeli satu pakaian karena konsumen merasa cukup membeli satu pakaian saja. Pembelian dua pakaian, konsumen memiliki pola pikir karena mendapat diskon yang lebih banyak dibanding dengan membeli satu pakaian. Pada konsumen yang membeli tiga produk pakaian karena merasa mendapat keuntungan lebih dengan cukup membayar dua produk pakaian saja yang mana produk pakaian dengan harga terendah tidak perlu dibayar.

Keanekaragaman pola pikir konsumen memberikan daya tarik tersendiri pada hasil penelitian. Diskon dapat memberikan nilai tersendiri pada pola pikir konsumen dalam menentukan atau memilih produk yang akan dibeli. Diskon terlihat menarik minat beli konsumen. Hal tersebut tampak dari minat konsumen dalam membeli pakaian. Minat beli sebagai sikap atau perilaku konsumen yang mempunyai keinginan untuk melakukan pembelian atau memilih suatu produk yang diinginkan, hal tersebut berdasarkan pengalaman, penggunaan dan kegiatan konsumsi produk. Indikator membeli pakaian pada variabel minat beli terlihat dari antrian pembeli yang akan melakukan transaksi di kasir. Pada antrian pembayaran di kasir terjalin komunikasi antara kasir dan pembeli dalam penerapan diskon yang dimaksud.

Komunikasi yang terjadi adalah mengenai produk pakaian dan jumlah yang dibeli oleh konsumen serta nilai perolehan diskon yang diperoleh oleh konsumen. Konsumen akan memberikan pembenaran jika apa yang dinyatakan oleh kasir adalah benar. Tujuan dari komunikasi tersebut adalah supaya ada kejelasan antara dua belah pihak antara karyawan dan konsumen mengenai produk yang dibeli oleh konsumen. Karyawan melakukan percakapan

dengan konsumen yaitu menyebutkan jumlah pakaian yang dibeli. Karyawan menyebutkan nilai diskon yang diperoleh oleh pembeli. Keterkaitan diskon dan minat beli terlihat pada kegiatan transaksi tersebut.

Konsumen cenderung tertarik untuk membeli pakaian dengan jumlah lebih banyak untuk mendapat diskon lebih banyak pula. Penerapan diskon pada pembelian pakaian memberi efek baik. Minat beli tercipta dengan adanya penerapan diskon tersebut. Setidaknya konsumen akan membeli satu pakaian dengan demikian konsumen sudah mendapat diskon. Tetapi ada pula konsumen yang tertarik untuk membeli lebih dari satu pakaian dengan mendapatkan satu produk pakaian gratis (satu produk pakaian dengan harga terendah diberikan gratis). Hal tersebut merupakan cara yang tanpa disadari oleh konsumen untuk memancing keinginan membeli bagi konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti telah jalankan yang menyatakan diskon memiliki pengaruh signifikan pada minat beli, yang dalam hasil penelitian mengungkapkan bahwa potongan harga berpengaruh terhadap keinginan atau minat beli konsumen.

Adapun hasil wawancara dari HRD Store Ramayana Mall Panakkukang menyatakan mengenai program *discount* pada penjualan pakaian, yaitu

*“Kami dari pihak Ramayana mengadakan diskon terutama jenis barang pakaian mempunyai tujuan untuk mengikatkan dan menambah daya jual ke costumer. Program discount ini selalu ada setiap hari, tetapi tidak semua item, dan itu hanya diskon kecil-kecilan saja. Diskon besar-besaran biasanya di adakan pada waktu weekend dan di waktu season tertentu seperti hari lebaran Idul Fitri, hari raya Idul Adha, hari raya Imlek, dan lain-lain”.*<sup>23</sup>

Selanjutnya, dilanjutkan oleh salah satu Manager Store Ramayana, menjelaskan mengenai program *discount*, yaitu

*“Ya untuk memenuhi dan meningkatkan target pusat omset penjualan, dan diskon itu sendiri juga menjadi daya tarik bagi para calon konsumen kita yang tadinya tidak ingin beli akhirnya jadi beli karena diadakannya diskon di Ramayana ini”.*<sup>24</sup>

Sikap konsumen terhadap diskon dan hadiah memiliki efektifitas terhadap niat beli. Sehingga penelitian menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian bahwa penerapan diskon dapat menarik minat beli para pembeli selaku konsumen di Store Ramayana Mall Panakkukang.

Keberadaan diskon sebagai pemicu minat beli konsumen. Daya tarik nilai diskon yang

---

<sup>23</sup>Emmy, (HRD Ramayana). *Wawancara*. Mall Panakkukang-Makassar, 28 September 2022.

<sup>24</sup>Nukmal Amdar, (Manager Store Ramayana). *Wawancara*. Mall Panakkukang-Makassar, 28 September 2022.

ditawarkan akan memberi pilihan pada konsumen dalam menentukan jumlah pembelian. Berbagai cara diskon dilakukan dalam upaya penjual untuk meningkatkan penjualan produk. Metode diskon menjadi salah satu cara dalam meningkatkan keinginan beli konsumen.

Sedangkan pada costumer, Fatma memberikan tanggapannya mengenai program discount di Store Ramayana, yaitu

*“Menurut saya diskon adalah pemotongan harga pada barang dan saya sering belanja pakaian di Ramayana. Saya dapat informasinya dari sosial media kadang di Instagram dan kadang juga melalui dari Facebook juga dan kadang dari teman saya. Menurut saya sangat menguntungkan karena kita beli barang dan dapat pemotongan harga ya kan dan alhamdulillah banget, Saya kadang beli 2 Sampai 3 pakaian saja tergantung pakaian mana yang diskonnya paling banyak”.*<sup>25</sup>

Sedangkan costumer lainnya memberikan pendapatnya mengenai program discount di Ramayana, yaitu

*“Saya pernah mendapatkan diskon baju kaos yang diskonnya sampai 70% dan barangnya juga branded. Saya mendapatkan informasinya di Facebook Ramayana, setiap Ramayana live ada notifikasi masuk di hp saya, jadi saya bisa langsung mengecek barang apa saja yang di diskon hari itu. Di sosial media dan kadang juga saya mendapat brosur yang di bagikan di jalan. Menurut saya ya sangat menguntungkan, ya kapan lagi kita bisa dapat barang-barang branded dengan harga murah. Saya biasanya paling banyak beli hanya 3 sampai 4pcs pakaian saja.”*<sup>26</sup>

Kemudian dalam waktu yang pelaksanaan program *discount* ini, manager store Ramayana memberikan pendapatnya, yaitu

*“Ramayana biasanya mengadakan discount pada waktu-waktu tertentu saja seperti weekend, atau hari-hari besar lainnya, seperti Ramadhan, lebaran, natal, anniversary took dan lainnya. Karena hal ini, orang-orang cenderung lebih banyak yang berbelanja dibandingkan pada hari biasa”.*<sup>27</sup>

Pada hasil wawancara dari Manager Store Ramayana, juga menjelaskan proses yang dilakukan saat memberikan sosialisasi program *discount* ini, yaitu

*“Dari pihak Ramayana membentuk sebuah tim yaitu ada tim yang digerakkan turun ke lapangan untuk membagikan brosur promo diskon, dan ada juga tim yang bertugas mempromosikan program diskon melalui media sosial, jadi tiap tim memiliki tugas masing-masing”.*<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup>Fatma, (Costumer/Pembeli Ramayana). *Wawancara*. Mall Panakkukang-Makassar, 28 September 2022.

<sup>26</sup>Ayu, (Costumer/Pembeli Ramayana). *Wawancara*. Mall Panakkukang-Makassar, 28 September 2022.

<sup>27</sup>Nukmal Amdar, (Manager Store Ramayana). *Wawancara*. Mall Panakkukang-Makassar, 28 September 2022.

<sup>28</sup>Nukmal Amdar, (Manager Store Ramayana). *Wawancara*. Mall Panakkukang-Makassar, 28 September 2022.

Sedangkan HRD Ramayana memberikan pendapatnya mengenai bentuk sosialisasi dalam promo discount di Ramayana, yaitu

*“Ramayana mensosialisasikan atau mempromosikan diskon melalui media sosial dan ada juga yang turun ke lapangan membagikan brosur di jalanan. Bahkan Ramayana juga melayani pesanan melalui online, jadi tidak perlu keluar rumah jika ingin berbelanja, customer juga bias memesan barang diskon yang diinginkan melalui media sosial Ramayana”*.<sup>29</sup>

Selanjutnya, mengenai sistem pelaksanaan program discount di Ramayana ini, dijelaskan oleh kasir yang bertugas di Ramayana, yaitu

*“Pihak Ramayana memberikan diskon pada produk tertentu dan tidak menerapkan markup barang atau penambahan harga karena barang yang dijadikan diskon adalah barang yang sudah masuk dalam data agen, dengan tujuan untuk menghabiskan stok berlebih barang atau produk yang sudah lama dan mengurangi barang yang stoknya sudah lama di gedung”*.<sup>30</sup>

Kemudian diperjelas lagi oleh HRD Ramayana mengenai sistem program discount pada barang pakaian, yaitu

*“Sistem pemberian discount di Ramayana ini apabila produk tertentu sudah dalam data aging/usia barang sudah lama, dan masih menumpuk di gudang. Dan tidak semua item diberikan diskon. Kemudian cara membedakan diskon 50% barangnya hanya sekali pemotongan diskon, sedangkan 50%+20% barangnya 2x mengalami pemotongan harga”*.<sup>31</sup>

Ditambahkan pendapat oleh kasirnya, mengenai sistem diskon pada produk pakaian, yaitu:

*“Dalam hal cara membedakannya dalam pemberian diskon dengan misalkan diskonnya 50% dari harga awal, kemudian harga yang telah di diskon di beri tambahan 20% lagi dan mejadi tantangan disini adalah competitor antar store atau pesaing yang menjual produk bahkan harga yang serupa. Dan kendala yang sering dihadapi biasanya traffic customer dengan kondisi cuaca. Sejauh ini dengan adanya penerapan diskon justru mendapatkan keuntungan, meskipun beberapa produk keuntungannya tidak terlalu besar. Tidak semua jenis pakaian disini diberikan diskon, sebagian besar hanya produk tertentu saja seperti T-Shirt atau kemeja”*.<sup>32</sup>

Diskon diberikan dengan tujuan tertentu baik hal tersebut menguntungkan bagi perusahaan maupun konsumen. Diskon diberikan karena barang yang telah menumpuk di gudang. Tujuan dari penetapan harga diskon haruslah jelas karena akan mempengaruhi langsung

---

<sup>29</sup>Fatma, (Customer/Pembeli Ramayana). *Wawancara*. Mall Panakkukang-Makassar, 28 September 2022.

<sup>30</sup>Dewi, (Kasir Ramayana). *Wawancara*. Mall Panakkukang-Makassar, 29 September 2022.

<sup>31</sup>Emmy, (HRD Ramayana). *Wawancara*. Mall Panakkukang-Makassar, 28 September 2022.

<sup>32</sup>Dewi, (Kasir Ramayana). *Wawancara*. Mall Panakkukang-Makassar, 29 September 2022.

atas kebijakan harga dan metode penetapan harga yang digunakan, mendorong pembelian dalam jumlah besar, mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan kontan atau waktu yang lebih pendek, mengikat pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lain.

Pihak Ramayana memberikan diskon pada produk tertentu dan tidak menerapkan *markup* barang atau penambahan harga karena barang yang dijadikan diskon adalah barang yang sudah masuk dalam data agen, dengan tujuan untuk menghabiskan stok berlebih barang atau produk yang sudah lama dan mengurangi barang yang stoknya sudah lama di gedung.

Ini adalah bagian terakhir yang berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulannya adalah jawaban hipotesis, tujuan penelitian dan penemuan penelitian. Kesimpulan tidak boleh hanya berisi pengulangan hasil dan diskusi. Ini harus menjadi ringkasan hasil penelitian seperti yang diharapkan penulis dalam tujuan penelitian atau hipotesis. Saran berisi saran yang terkait dengan ide-ide lebih lanjut dari penelitian.

### 3.2. Kedudukan Sistem Potongan Harga (Discount) Menurut Mazhab

Potongan harga atau yang dikenal dengan istilah diskon yang memiliki pengertian yaitu pengurangan dari harga daftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang juga mengorbankan fungsi pemasaran atau menyediakan fungsi tersebut untuk dirinya sendiri. Potongan harga dapat menjadi alat yang bermanfaat dalam perencanaan strategi pemasaran.<sup>33</sup> Tujuan pemberian potongan harga atau diskon yang dilakukan penjual terhadap produk yang dijualnya menurut Karande dan Kumar adalah untuk mengurangi produk yang tersimpan dan meningkatkan penjualan pada kategori produk tertentu.<sup>34</sup>

Potongan harga atau diskon dalam terminologi Fikih Muamalah, sebagaimana yang disebutkan menurut Syabbul Bachri dikenal dalam istilah fuqaha dengan sebutan "*al-naqis min al-tsaman*" (pengurangan harga).<sup>35</sup> Diskon juga disebut dengan istilah *khasm*. Diskon dalam jual beli Islam terdapat pada akad *muwâdla'ah* atau *Al-Wadli'ah*. Akad *muwâdla'ah* merupakan bagian dari prinsip jual beli dari segi perbandingan harga jual dan harga beli. *Bay' al-muwâdla'ah* adalah jual-beli di mana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar atau dengan potongan (*discount*).

<sup>33</sup> Arif Isnaini, *Model Dan Strategi Pemasaran* (Makassar: Ntp Press, 2005). h.89.

<sup>34</sup> Fajarwati, Surahman, and Maryandi, "Analisis Jual Beli Dengan Diskon Menurut Fikih Muamalah Pada Distro Bloods Cabang Kota Sukabumi." h. 565.

<sup>35</sup> Syabbul Bahri, "Hukum Promosi Produ Dalam Perspektif Hukum Islam," *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 8, no. 1 (June 2013): 135–54, <https://doi.org/10.21274/epis.2013.8.1.135-154>.

Penjualan semacam ini biasanya hanya dilakukan untuk barang-barang atau aktiva tetap yang nilai bukunya sudah sangat rendah.<sup>36</sup> Rukun dan syarat jual beli pada *bay' al-muwâdla'ah* sama seperti yang terdapat pada *bay' murabahah* dengan tambahan yang terdapat pada keumuman jual beli. Mengenai harga awal dari barang yang akan dikenai diskon tidak boleh bertentangan dengan kondisi barang yang ada. Karena apabila bertentangan maka termasuk ke dalam kategori riba.<sup>37</sup>

Hukum jual beli diskon adalah diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti penipuan kepada konsumen, menimbulkan mudharat kepada orang lain, dan lain sebagainya.<sup>38</sup> Pada dasarnya potongan harga dalam jual beli termasuk ke dalam bentuk jual beli itu sendiri. Sedangkan jual beli merupakan proses perpindahan hak kepemilikan yang dalam Islam diperbolehkan dan dihalalkan oleh Allah swt. Dengan diperbolehkannya jual beli, maka manusia dapat memperoleh apa yang diinginkan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah diatur dalam Al-Qur'an. Sedangkan hikmah diperbolehkannya jual beli dalam Islam untuk menghindarkan manusia dari kesulitan dalam ber-muamalah dengan hartanya.<sup>39</sup> Seseorang memiliki harta di tangannya namun dia tidak memerlukannya, sebaliknya dia memerlukan harta, namun harta yang diperlukannya itu ada di tangan orang lain.

Secara konseptual, potongan harga merupakan bentuk "hadiah" dari pihak penjual kepada pihak pembeli dalam rangka promosi untuk memikat pembeli, sehingga mau membeli produk yang ditawarkan pihak penjual. Dalam suatu transaksi jual beli atau perdagangan selalu melibatkan dua pihak yaitu pihak pembeli sebagai pihak penerima barang dan penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang. Sebelum transaksi terjadi kedua belah pihak harus mencapai kesepakatan mengenai harga dari barang-barang yang diperjualbelikan beserta syarat-syarat lainnya, termasuk di dalamnya mengenai potongan harga pada barang yang akan dibeli.

Potongan harga atau diskon dapat menjadi salah satu cara yang digunakan penjual untuk menarik minat pembeli dalam melakukan transaksi pembelian dalam hal ini biasa disebut dengan

---

<sup>36</sup> Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006). h. 27.

<sup>37</sup> Fajarwati, Surahman, and Maryandi, "Analisis Jual Beli Dengan Diskon Menurut Fikih Muamalah Pada Distro Bloods Cabang Kota Sukabumi." h. 565.

<sup>38</sup> Nurjannah Nurjannah, Irwan Misbach, and Rahmawati Muin, "The Maslahah of Muslim Consumer Behavior in Using E-Wallet in Makassar City," *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* 7, no. 1 (2021): 1–18, <https://doi.org/10.24952/fitrah.v7i1.3331>.

<sup>39</sup> Abdi Wijaya et al., "The Implementation of E-Commerce Consumer Option Rights (Khiyar) in Realizing Transaction Justice: A Study of Maqasid Al-Shariah," *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam* 17, no. 1 (2023): 69–82, <https://doi.org/https://doi.org/10.24090/mnh.v17i1.7673>.

strategi pemasaran (promosi). Konsep potongan harga atau diskon yang diteliti dalam pembahasan ini diantaranya menyangkut ketentuan berlakunya diskon, tujuan diskon, sistem pemberian dan besarnya diskon, dan kriteria serta kualitas produk yang mendapatkan diskon. Diskon diberikan kepada pembeli diantaranya dengan sistem pembelian secara grosir atau pembelian dalam jumlah besar. Sehingga harga barang berbeda tergantung banyaknya jumlah yang dibeli. Sistem semacam ini sama seperti yang dilakukan pada Store Ramayana di Mall Panakkukang Makassar yang menjual pakaian dengan *discount* ketika memasuki musim-musim tertentu misalnya saat akan lebaran. Store Ramayana di Mall Panakkukang Makassar memberikan diskon dengan tujuan promosi atau menarik daya beli masyarakat. Sehingga dapat diketahui bahwa sistem diskon merupakan strategi penjual dalam pemasaran produknya dan juga merupakan sesuatu yang umum digunakan yang dapat berguna sebagai perangsang bagi pembeli untuk membeli dalam jumlah besar atau pembelian berulang.

Terkait hal di tersebut, dalam jual beli ada rukun dan syarat sahnya jual beli. Diantara yang terkait dalam jual beli adalah termasuk adanya potongan harga dalam jual beli tersebut terdapat rukun atau unsur penjual dan pembeli (subyek), barang (obyek) dan akad. Islam telah mengajarkan bahwa segala perbuatan yang berhubungan dengan sesama manusia harus berlandaskan pada akad dan manfaat terhadap sesamanya dan juga bahwa setiap perbuatan yang merugikan pihak lain itu dilarang terutama dalam pemakaian barang dan/atau jasa, karena Allah swt telah mengisyaratkan bahwa transaksi ekonomi dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia harus dengan cara yang baik dan benar, yaitu harus saling merelakan dan cara-cara yang bathil dilarang oleh agama. Dalam Q.S An-Nisa':29 yang berbunyi,

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadaMu”.

Adapun dalam pandangan mazhab belum ada yang lebih spesifik mengkaji mengenai persoalan *discount* ini, karena ini termasuk dalam persoalan kontemporer. Namun dalam hal ini peneliti akan menganalisis praktek potongan harga dalam transaksi jual beli dalam Islam yang dimana yang menjadi obyek penelitian yaitu program *discount* pada penjualan pakaian di Store Ramayana di Mall Panakkukang Makassar dilihat dari rukun dan syarat yaitu:

- a. Segi Subjeknya

Melihat dari ketentuan syarat tentang akad jual beli dalam Islam bahwa akid (penjual dan pembeli) harus baligh, berakal, keinginannya sendiri. Seperti yang dikatakan oleh Sayyid Sabiq bahwa orang yang disyariatkan adalah berakal dan dapat membedakan (memilih). Akad orang bodoh, anak kecil dan orang mabuk tidak sah.<sup>40</sup>

Menurut madzhab Hambali, syarat jual beli ialah kedua belah pihak (penjual dan pembeli) bertransaksi atas kemauan sendiri secara lahir batin. Menurut madzhab Hambali, jual beli sesuatu yang sepele oleh anak kecil sah sekalipun ia belum *tamyiz* dan tanpa seizin walinya.<sup>41</sup>

Menurut madzhab Asy-Syafi'i, tidak sah jual beli oleh empat orang: Pertama, anak kecil, sekalipun sudah *tamyiz*. Kedua, orang tidak waras. Ketiga, budak (hamba sahaya), sekalipun mukalaf. Keempat orang buta. Transaksi jual beli mereka batal.

Menurut madzhab Maliki, pemaksaan yang membatalkan jual beli ialah pemaksaan tanpa landasan yang benar. Ini terbagi dua: Pertama, semata-mata pemaksaan agar menjual. Misalnya, orang zhalim memaksa seseorang menjual properti nya atau sebagian properti nya kepadanya.

Kedua, pemaksaan agar menjual dengan harga tertentu. Misalnya, si zhalim memaksanya menjual kepadanya dengan harga yang tidak sepadan sehingga terpaksa ia menjual properti nya dengan harga itu. Ini bukan semata-mata pemaksaan agar menjual, melainkan pemaksaan agar menerima penyebab penjualan.

Menurut madzhab Hanafi, setiap akad yang dipaksakan kepada seseorang hukumnya sah karena kaidah para ulama madzhab Hanafi ialah "setiap orang yang dipaksa berucap, ucapannya sah", tetapi ucapan tersebut ada yang bisa dibatalkan dan ada yang tidak. Yang bisa dibatalkan misalnya ihwal jual beli atau penyewaan. Yang tidak bisa dibatalkan misalnya ihwal talal pemerdekaan budak, nikah, dan nadzar.<sup>42</sup>

Menurut pengamatan peneliti, transaksi jual beli di Store Ramayana Mall Panakkukang Makassar baik penjual dalam hal ini diwakili oleh karyawan toko adalah sudah dewasa dan berakal, dan bagi pembeli juga sudah dewasa dan berakal. Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa transaksi jual beli kaitannya potongan harga di Store Ramayana di Mall Panakkukang Makassar dari segi subyek sudah memenuhi syara'.

#### b. Segi Objeknya

---

<sup>40</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah Jilid 12* (Bandung: Al-Ma'arif, 1996). h. 51.

<sup>41</sup> Syaikh Abdurrahman Al-Juzairi, *Fikih Empat Mazhab* (Bandung: Pustaka Al-Kautsar, 2017). h. 283.

<sup>42</sup> Al-Juzairi. h. 285.

Syarat barang yang diperjualbelikan atau di akadkan dalam Islam: ada barangnya (dalam majlis), dapat dimanfaatkan, milik sendiri. Dari beberapa syarat obyek barang yang di akadkan tersebut, dalam praktek transaksi jual beli di Store Ramayana di Mall Panakkukang Makassar sudah terpenuhi, Hanya pada poin yang ketiga yakni bukan milik sendiri, akan tetapi sudah diwakili oleh para karyawan Store Ramayana Mall Panakkukang Makassar.

c. Segi Akadnya

Ditinjau dari segi akad jual beli bagi 3 bagian, yakni dengan lisan, dengan perantara dan dengan perbuatan. Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan oleh kebanyakan orang, bagi orang bisu diganti dengan isyarat, dan ijab qabul tersebut dilakukan dalam satu majelis (satu tempat). Sedangkan praktik transaksi potongan harga yang dipajang setiap tempat penjualan pakaian pada Store Ramayana Mall Panakkukang Makassar tidak terungkap secara lisan tetapi kerelaan antara penjual dan pembeli serta berada dalam satu tempat. Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa transaksi jual beli kaitannya dengan potongan harga pada Store Ramayana Mall Panakkukang Makassar sudah memenuhi ketentuan rukun dan syarat yakni adanya penjual dan pembeli, akad dan obyek.

Adapun Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam murabahah, yaitu

1. Harga (tsaman) dalam jual beli adalah suatu jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak, baik sama dengan nilai (*qimah*) benda yang menjadi obyek jual beli, lebih tinggi maupun lebih rendah.
2. Harga dalam jual beli murabahah adalah harga beli dan biaya yang diperlukan ditambah keuntungan sesuai dengan kesepakatan.
3. Jika dalam jual beli murabahah LKS mendapat diskon dari supplier, harga sebenarnya adalah harga setelah diskon; karena itu, diskon adalah hak nasabah.
4. Jika pemberian diskon terjadi setelah akad, pembagian diskon tersebut dilakukan berdasarkan perjanjian (per-setujuan) yang dimuat dalam akad.
5. Dalam akad, pembagian diskon setelah akad hendaklah diperjanjikan dan ditandatangani.<sup>43</sup>

Terkait pemaparan tersebut, maka menurut analisa peneliti transaksi jual beli kaitannya

---

<sup>43</sup> Majelis Ulama Indonesia-Dewan Syariah Nasional, "Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 16/DSN-MUI/IX/2000 Tentang Diskon Dalam Murabahah," mui.or.id, 2000.

dengan potongan harga yang berlaku di Store Ramayana Mall Panakkukang Makassar tidak bertentangan dengan hukum Islam, karena Islam sendiri menyatakan bahwa inti dalam transaksi jual beli itu adalah ada kerelaan, suka sama suka ataupun tidak ada unsur keterpaksaan antara pihak penjual dan pembeli, barang yang dijual jelas dan bermanfaat untuk konsumen dan syarat rukunnya terpenuhi, dalam hal ini transaksi jual beli kaitannya dengan potongan harga Store Ramayana di Mall Panakkukang Makassar maupun konsumennya tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut hukum Islam, hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang diberikan peneliti baik kepada konsumen maupun kepada pengelola Store Ramayana di Mall Panakkukang Makassar.

Hukum Islam menyatakan bahwa inti dalam transaksi jual beli itu adalah ada kerelaan, suka sama suka serta tidak ada unsur keterpaksaan baik pihak penjual maupun pembeli, barang yang dijual jelas dan bermanfaat untuk konsumen, dalam hal ini transaksi jual beli di Store Ramayana Mall Panakkukang Makassar antara pihak pengelola Store Ramayana (penjual) maupun konsumennya (pembeli) tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut hukum Islam, hal ini yang mengindikasikan bahwa dalam transaksi jual beli dengan adanya potongan harga pada jualan pakaian di Store Ramayana di Mall Panakkukang Makassar adalah boleh atau sah karena transaksi yang berlaku di Store Ramayana tidak bertentangan dengan hukum Islam. Maka dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pemberian potongan harga barang di Store Ramayana di Mall Panakkukang Makassar secara umum tidak bertentangan dengan ketentuan Hukum Islam.

Transaksi jual beli kaitannya dengan potongan harga yang berlaku di Mall Panakkukang Makassar tidak bertentangan dengan hukum Islam, karena Islam sendiri menyatakan bahwa inti dalam transaksi jual beli itu adalah ada kerelaan, suka sama suka ataupun tidak ada unsur keterpaksaan antara pihak penjual dan pembeli, barang yang dijual jelas dan bermanfaat untuk konsumen dan syarat rukunnya terpenuhi, dalam hal ini transaksi jual beli kaitannya dengan potongan harga di Mall Panakkukang Makassar hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang diberikan peneliti baik kepada konsumen maupun kepada pengelola Mall Panakkukang Makassar.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya dari hasil penelitian dengan judul “Tinjauan Mazhab terhadap Sistem Diskon Pakaian (Studi Kasus di Ramayana Mall Panakkukang)”, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa Pihak Ramayana memberikan diskon pada produk tertentu dan tidak menerapkan *markup* barang atau penambahan harga karena barang yang dijadikan diskon adalah barang yang sudah masuk dalam data agen, dengan tujuan untuk menghabiskan stok berlebih barang atau produk yang sudah lama dan mengurangi barang yang stoknya sudah lama di gedung. Hukum Islam menyatakan bahwa inti dalam transaksi jual beli itu adalah ada kerelaan, suka sama suka serta tidak ada unsur keterpaksaan baik pihak penjual maupun pembeli, barang yang dijual jelas dan bermanfaat untuk konsumen, dalam hal ini transaksi jual beli di Store Ramayana Mall Panakkukang Makassar antara pihak pengelola Store Ramayana (penjual) maupun konsumennya (pembeli) tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut hukum Islam, hal ini yang mengindikasikan bahwa dalam transaksi jual beli dengan adanya potongan harga pada jualan pakaian di Store Ramayana di Mall Panakkukang Makassar adalah boleh atau sah karena transaksi yang berlaku di Store Ramayana tidak bertentangan dengan hukum Islam.

#### Daftar Pustaka

- Abd. Gafur, Mulyawana, and Abdul Wahid Haddade. “Perlindungan Konsumen Dalam Akad Jual Beli Online Atas Hak Khiyar Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Di Kel. Pabiringa Kec. Binamu Kab. Jeneponto).” *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 1, no. 3 (2020): 321–37. <https://doi.org/10.24252/shautuna.v1i3.14910>.
- Abdulahana. *Kaidah-Kaidah Keabsahan Multi Akad (Hybrid Contract) Dan Desain Kontrak Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2020.
- Al-Juzairi, Syaikh Abdurrahman. *Fikih Empat Mazhab*. Bandung: Pustaka Al-Kautsar, 2017.
- Andayani, Reski, and Rahma Amir. “Analisis Perbandingan Hukum Islam Dan Hukum Positif Terhadap Pelaksanaan Jual Beli Ijon: Studi Kasus Di Kabupaten Bantaeng.” *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab Dan Hukum* 2, no. 1 (2021): 168–78. <https://doi.org/10.24252/shautuna.v2i1.17741>.
- Anugrah, Abrar, Abdi Wijaya, and M. Arafah. “Jual Beli Makanan Bertambah Pajak Di Makassar; Studi Komparasi Hukum Positif Dengan Mazhab Syaf’i.” *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 3, no. 3 (2022): 489–502. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/shautuna.vi.28006>.

- Aprianti, Suci, and Siti Aisyah. "Transaksi Jual Beli Oleh Anak Sebagai Pelaku Bisnis Menurut Imam Syafi'i Dan Hanafi (Analisis Maqashid Al-Syariah)." *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 1, no. 3 (2020): 452–67. <https://doi.org/10.24252/shautuna.v1i3.14919>.
- Arifin, Zainul. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006.
- Arny, Sumarni, Hadi Daeng Mapuna, and Muhammad Anis. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pada Marketplace Online Lazada." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* 2, no. 4 (2021): 222–40. <https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v3i3.21658>.
- Azizah, Nur, and Muhammad Anis. "Tinjauan Hukum Islam Perjanjian Jual Beli Tanah Melalui E-Commerce Di Gowa." *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab Dan Hukum* 2, no. 3 (2021): 735–42. <https://doi.org/10.24252/shautuna.v2i3.22245>.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad. *Fiqh Muamalat: Sistem Transaksi Dalam Fiqih Islam*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Bahri, Syabbul. "Hukum Promosi Produ Dalam Perspektif Hukum Islam." *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 8, no. 1 (June 2013): 135–54. <https://doi.org/10.21274/epis.2013.8.1.135-154>.
- Fajarwati, Selly Intan, Maman Surahman, and Yandi Maryandi. "Analisis Jual Beli Dengan Diskon Menurut Fikih Muamalah Pada Distro Bloods Cabang Kota Sukabumi." *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2019): 562–69. <https://doi.org/10.29313/syariah.v0i0.16675>.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Irwansyah, Rudy. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- Isnaini, Arif. *Model Dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Ntp Press, 2005.
- Marilang, Marilang. "Rekonstruksi Epistemologi Teori Keadilan John Rawls." *Jurnal Hukum Unsulbar* 1, no. 1 (2018): 41–56. <https://doi.org/10.31605/j-law.v1i1.50>.
- Nasional, Majelis Ulama Indonesia-Dewan Syariah. "Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 16/DSN-MUI/IX/2000 Tentang Diskon Dalam Murabahah." [mui.or.id](http://mui.or.id), 2000.
- Nurjannah, Nurjannah, Irwan Misbach, and Rahmawati Muin. "The Maslahah of Muslim Consumer Behavior in Using E-Wallet in Makassar City." *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* 7, no. 1 (2021): 1–18. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v7i1.3331>.
- Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunnah Jilid 12*. Bandung: Al-Ma'arif, 1996.
- Sabir, Muhammad, and Rifka Tunnisa. "Jaminan Fidusia Dalam Transaksi Perbankan; Studi Komparatif Hukum Positif Dan Hukum Islam." *Mazahibuna: Jurnal Perbandingan Mazhab* 2, no. 1 (2020): 80–97. <https://doi.org/10.24252/MH.V2i1.14284>.
- Salim, Munir. "Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam." *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan* 6, no. 2 (2017): 371–86.
- Shuhufi, Muhammad, Nurfadilah Kasman, and Nurjannah. "Perindungan Hukum Terhadap

- Transaksi Jual Beli Kosmetik Berbasis E-Commerce: Perspektif Mazhab Al-Syafi'i." *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 4, no. 1 (2023): 99–115. <https://doi.org/10.24252/shautuna.vi.30552>.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. X. Jakarta: Rajawali Press, 2016.
- Suwiknyo, Dwi. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Syatar, Abdul, and Arif Rahman. "Transformation of Fiqh in the Forms of Pilgrimage and Zakat Legislation." *Mazahibuna: Jurnal Perbandingan Mazhab* 1, no. 2 (2019): 120–33. <https://doi.org/10.24252/MH.V1I2.11646>.
- Syatar, Abdul, Rifaldi Rifaldi, Muammar Bakry, Zulhas'ari Mustafa, and Mulham Jaki Asti. "Pencantuman Labelisasi Halal Bagi Kepercayaan Konsumen Perspektif Masalah Mursalah." *KALOSARA: Family Law Review* 2, no. 2 (2023): 84–97. <https://doi.org/10.31332/KALOSARA.V2I2.4376>.
- Syauqi, Ahmad, Fauzi Arif Lubis, and Atika Atika. "Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline 'Gratis Ongkir' Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)." *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 2, no. 4 (2022): 734–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.35899/biej.v4i1.424>.
- Wijaya, Abdi, Achmad Musyahid Idrus, Tahani Asri Maulidah, Mulham Jaki Asti, and Nurjannah Nurjannah. "The Implementation of E-Commerce Consumer Option Rights (Khiyar) in Realizing Transaction Justice: A Study of Maqasid Al-Shariah." *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam* 17, no. 1 (2023): 69–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.24090/mnh.v17i1.7673>.