

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masa zaman sekarang dengan perdagangan yang meluas, dengan bertambahnya ilmu pengetahuan, teknologi, dan informasi yang mudah didapat maka semakin luas alur keluar masuknya barang dan jasa melintasi batas-batas Negara. Hal ini dimanfaatkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan produk barang dan jasa (Imaniati, 2002:161). Menurut Muhammad Amin Suma etika bisnis ialah Ilmu yang membahas tentang usaha dagang dari pandangan baik buruk dan benar salah menurut ukuran sikap, sedangkan etika bisnis Islam ialah ilmu yang membahas tentang usaha ekonomi khususnya perdagangan dari sudut pandang baik buruk serta salah dan benar menurut standar akhlak Islam (Suma, 2008:293).

Bisnis dalam Islam menjadi rangkaian aktivitas yang tidak terbatas kepemilikan barang dan jasa serta profitnya, begitupun pengelolannya dibatasi oleh syari'at Islam. Sedangkan etika bisnis Islam adalah salah satu rambu yang seharusnya dijadikan tolak ukur untuk memiliki perilaku pebisnis supaya pihak-pihak yang tidak ikut transaksi terjaga hak dan kepemilikannya, juga etika bisnis Islam merupakan penerapan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-qur'an dan sunnah Nabi Saw dalam berbisnis.

Masa Rasulullah Saw, Islam mengajarkan etika dalam bisnis termasuk cara bermuamalah atau berdagang sesuai dengan ajaran Islam. Islam juga mengatur tentang semua kehidupan tanpa terkecuali, termasuk dalam ruang lingkup bisnis, yang didalamnya mencakup tentang perdagangan yang bersih dari tipu daya dan perilaku manusia dalam berhubungan dengan sesamanya untuk memenuhi kehidupan hidupnya didunia (Zen, 2011:16). Etika bisnis adalah cara dalam melakukan kegiatan bisnis yang mencakup segala aspek, individu, kelompok perusahaan, bahkan masyarakat sekitar. Etika bisnis menjadi standar acuan oleh seorang manajer dalam mengatur organisasi

bisnisnya, dalam mengatur karyawannya, serta mengambil keputusan demi keberlangsungan hidup organisasinya. Masa sekarang ini dunia bisnis tidak lepas dari persaingan atau kompetisi antara pebisnis. Etika merupakan cerminan tindakan, kesopanan, kebiasaan, serta kelakuan dalam berbisnis. Oleh karena itu, etika juga penting dilakukan untuk keberlangsungan jangka panjang dalam sebuah bisnis. Dalam dunia bisnis tidak jarang diberlakukannya konsep menghalalkan segala cara demi pencapaian tujuan. Bahkan mereka tidak takut untuk melakukan tindakan buruk serta tindakan kriminal demi tercapainya tujuan mereka (Dalimunthe, 2004:157).

Kejelasan mengenai rukun dan syarat suatu bisnis juga penting dalam Islam. Mulai dari yang hubungan dengan penjual, pembeli, ataupun objek akad dari jual beli yang dilakukan. Ada 3 hal yang perlu diperhatikan dalam tawar menawar suatu produk. Pertama, produk yang ditawarkan harus jelas baik dari bentuk fisik barang, takaran, isi produk, ketahanan barang tentunya dengan komposisi bahan yang baik. Kedua, produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal. Ketiga, barang yang diberi diskon tidak ada unsur kebohongan. Oleh karena itu praktik jual beli harus penuh bertanggung jawab dan bisa memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan. Jual beli yang sesuai dengan syariah didalamnya terdapat kejujuran, terpenuhinya syarat dan rukun akad dari jual beli tersebut dan Allah SWT melarang manusia untuk berlaku curang dan menganjurkan untuk bertransaksi atas dasar suka sama suka (Khadafi, 2023:43-55). Sebagaimana dijelaskan didalam Q.S Annisa' ayat 29-30 sebagai berikut;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾
وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ عُدْوَانًا وَظُلْمًا فَسَوْفَ نُصْلِيهِ نَارًا وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا ﴿٣٠﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling memakan harta sesama kalian dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kalian. Dan janganlah kalian membunuh diri kalian, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepada kalian. Dan barang siapa berbuat demikian dengan melanggar hak dan aniaya, maka kami kelak akan memasukkannya ke dalam neraka. Yang demikian itu adalah mudah

bagi Allah. Jika kalian menjauhi dosa-dosa besar diantara dosa-dosa yang dilarang kalian mengerjakannya, niscaya Kami hapus kesalahan-kesalahan kalian (dosa-dosa kalian yang kecil) dan Kami memasukkan kalian ke tempat yang mulia (surga)”

Allah SWT melarang hamba-hamba-Nya yang beriman menggunakan cara-cara yang dilarang oleh Syariah, seperti riba, perjudian, dan praktik lain yang termasuk dalam kategori ini dan melibatkan berbagai bentuk penipuan. Terlepas dari kenyataan bahwa praktik-praktik ini tampaknya mengikuti hukum Syariah, Allah lebih sadar bahwa para pelanggar benar-benar hanya terlibat dalam riba melalui penipuan. Kegiatan bisnis diikuti dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut :

1. *Unity* (Tauhid). Konsep tauhid (Keesaan) berarti hubungan vertikal antara Allah SWT dengan diri manusia itu sendiri dengan memberikan batas-batas atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada manusia tanpa mengorbankan hak-hak manusia lainnya, dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam secara keseluruhan untuk menuju tujuan akhir yang baik.
2. *Equilibrium* (Keseimbangan). Menerapkan sikap yang adil antar sesama manusia juga termasuk cara mendekatkan diri pada ketakwaan, karena itu dalam bisnis, Islam melarang menipu, walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan ketidakpastian sekalipun. Situasi ini dapat memberikan ketidaksesuaian pada mekanisme pasar atau adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak transparan oleh salah satu pihak. Islam mengajarkan agar penganutnya berlaku adil dan selalu berbuat kebenaran.
3. *Free will* (Kehendak bebas). Kebebasan menjadi hal yang penting dalam etika bisnis Islam, bebas yang dimaksud tidak merugikan kepentingan bersama dan hanya mementingkan keinginan pribadi. Umat Islam dibebaskan untuk berinovasi dalam muamalah termasuk pada berbisnis, akan tetapi yang tidak diperbolehkan bagi umat Islam adalah melakukan hal-hal yang diharamkan dalam dalil.

4. *Responsibility* (Tanggung jawab). Segala macam aktivitas yang dilakukan setiap orang akan dipertanggungjawabkan saat hari kiamat nanti. Manusia tidak lepas dari kesalahan baik yang disengaja atau tidak disengaja, maka dengan kesadaran manusia itu sendiri memohon ampun kepada Allah SWT serta berperilaku baik kepada siapapun dapat menjadikan seseorang pribadi yang bertanggung jawab atas tindakannya sendiri.
5. *Benevolence* (Kebajikan). Kebajikan artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat (Badroen, 2006 : 89-101)

Transaksi jual beli dalam berdagang tentunya tidak jauh dari keuntungan bisnis seseorang. Oleh karena itu, para pebisnis menggunakan strategi pemasaran untuk melakukan sebuah keuntungan supaya memberikan pemasukan yang besar dalam bisnisnya, strategi pemasaran yang dilakukan dalam pemasaran jual beli yaitu dengan sistem potongan harga atau disebut dengan diskon.

Diskon adalah pengurangan 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. Potongan harga merupakan pengurangan terhadap harga yang telah ditetapkan, hal tersebut dikarenakan pembeli memenuhi syarat yang telah ditetapkan (Isnaini, 2005:89). Sistem diskon sering digunakan oleh produsen atau penjual dalam meningkatkan penjualannya, karena bisa menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan. Sistem diskon biasanya dilakukan dengan cara memotong beberapa persen dari harga asli, dengan menggunakan persentase, sehingga harga yang ditawarkan akan berkurang dengan harga asli dari penawaran produk.

Secara keseluruhan, diskon yang diberikan kepada pembeli adalah salah satu cara yang dapat dipakai penjual dalam menjalankan salah satu fungsi pemasarnya, ada jenis promosi yang menggunakan diskon. Semua orang pasti sering menjumpai program seperti itu di toko-toko atau di *mall* dan swalayan. Pemberian diskon meskipun tidak selalu mengakibatkan kenaikan volume penjualan diharapkan mampu menjadi salah satu alternatif pertimbangan seseorang dalam mengambil keputusan pembelian (Asri, 1991: 315). Konsumen mendapatkan potongan harga dari harga aslinya untuk barang tertentu. Potongan harga yang didapati menjadi daya minat pembeli untuk memiliki barang dagang. Diskon yang diberikan biasanya berkisar antara 5% bahkan 70%. Dalam membeli produk setiap pembeli harus cermat dalam memilih harga barang yang akan dibeli. Membandingkan harga barang dari satu tempat penjualan dengan tempat yang lain tentu bisa dilakukan. Termasuk juga apabila terdapat diskon di suatu tempat perbelanjaan, tentunya pembeli juga mengetahui harga umum barang tersebut yang dijual di pasaran sebelum diberlakukan potongan harga atau diskon. Hal ini disebut dengan istilah *reference price* (Ferdian, 2008:8).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena yang terjadi di Ramayana di Plaza Andalas Padang, terkait dengan penerapan strategi diskon pada hari-hari besar tertentu. Berdasarkan pengamatan penulis, pihak Ramayana kerap menawarkan diskon besar seperti diskon 50%+20% pada produk-produk mereka, khususnya saat hari raya atau momen-momen tertentu. Diskon ini menjadi daya tarik utama bagi konsumen yang ingin membeli barang dengan harga lebih murah. Namun, setelah melakukan analisis yang lebih mendalam, penulis menemukan adanya perbedaan harga yang mencolok antara harga barang pada hari biasa dengan hari-hari besar.

Bisnis jual beli yang dilakukan manusia terkadang tidak langsung dari produsen ke konsumen, tetapi juga menggunakan pihak lain yaitu distributor. Distributor adalah perorangan atau badan usaha yang bertindak atas namanya sendiri yang ditunjuk oleh pemasok untuk melakukan pembelian,

penyimpanan, penjualan serta pemasaran barang dalam partai besar, distributor merupakan orang yang mendistribusikan barang. Dari hasil pra survei yang penulis telah lakukan, pihak Ramayana mengklaim bahwa mereka 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 mengurangi persediaan barang yang berlebih atau produk yang sudah habis masanya di gedung. Barang yang di distribusikan hendaknya menggunakan etika bisnis Islam. Dalam ajaran Islam lebih baik menjunjung tinggi nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah dalam segala aspek kehidupan. Etika dalam berbisnis tentu menjadi hal penting dalam Islam, norma yang dilakukan pebisnis hendaknya berbasis Al-Qur'an dan Hadist. Prinsipnya umat manusia diajarkan untuk berbuat baik, baik pada diri sendiri, berbuat baik pada lingkungan alam maupun lingkungan sosial serta beriman kepada Allah SWT.

Etika bisnis Islam dipahami terdapat hal-hal yang haram dan yang diharamkan dalam menjalankan suatu bisnis. Tugas utama etika bisnis Islam adalah menentukan cara-cara untuk menjadi penengah antara permintaan moral dan kepentingan strategis perusahaan. Etika bisnis Islam memberikan penjelasan bahwa perilaku bisnis yang sesuai dengan Al-Qur'an adalah yang bermanfaat bagi kemaslahatan umat manusia dan mendatangkan keberkahan serta rezeki bagi semua pihak.

Islam mengajarkan agar setiap aktivitas bisnis harus memenuhi standar moral yang tinggi, termasuk di dalamnya prinsip untuk tidak menipu konsumen dan memberikan harga yang wajar sesuai dengan nilai barang. Praktik menaikkan harga terlebih dahulu sebelum memberikan diskon besar bisa dianggap melanggar prinsip kejujuran (*shiddiq*), karena konsumen merasa tertipu dengan iming-iming diskon yang besar padahal harga barang sudah dinaikkan sebelumnya. Selain itu, tindakan ini juga berpotensi melanggar prinsip keadilan (*adil*), di mana konsumen seharusnya

mendapatkan harga yang wajar tanpa adanya perubahan harga yang merugikan mereka.

Tauhid menunjukkan bahwa Allah SWT telah menetapkan batasan terhadap tindakan yang dilakukan manusia karena setiap tindakan selalu tercatat dalam berbagai aspek. Adanya Tauhid mengajak manusia agar melibatkan aspek religius dalam segala hal dengan tidak mengambil keuntungan sepihak saja. Kegiatan yang dilakukan sehari-hari harus dilakukan sesuai dengan perintah Allah SWT dan menjauhi larangannya salah satunya merugikan orang lain termasuk kedalam prinsip tauhid. Keseimbangan, kebersamaan, dan keterbukaan merupakan sikap yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun kualitas bisnis.

Prinsip keseimbangan/Kesejajaran (*Al-Mizan*) dalam bisnis Islam menekankan pada keadilan, baik bagi produsen maupun konsumen. Dalam hal ini, praktik menaikkan harga barang terlebih dahulu sebelum memberikan diskon besar bertentangan dengan prinsip keseimbangan. Ketika harga barang dinaikkan tanpa pemberitahuan yang jelas kepada konsumen lalu diberikan diskon besar, konsumen merasa seolah-olah mendapatkan diskon yang besar, padahal sebenarnya mereka tetap membayar harga yang lebih tinggi dari harga semula. Hal ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara hak konsumen dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan, yang akhirnya merugikan konsumen. Prinsip keseimbangan berguna saat di mana transaksi yang jujur dan adil haruslah menciptakan manfaat yang baik bagi kedua belah pihak (penjual dan pembeli).

Prinsip kebenaran memiliki keterkaitan dengan prinsip tauhid karena kebenaran dalam etika bisnis Islam sangat berguna untuk mencegah kerugian bagi pihak yang melakukan transaksi serta kerjasama. Jika berperilaku benar maka termasuk mengikuti perintah Allah SWT, secara dalam sistem diskon yang diterapkan dalam Ramayana ini tidak sesuai dengan prinsip kebenaran, karena pemilik toko melakukan perubahan harga yang berbeda di hati-hari tertentu justru dinaikkan dari harga hari normalnya. Hal ini disadari oleh

beberapa konsumen yang pernah berbelanja Ramayana di hari yang berbeda yakni hari normal dengan hari- hari besar ditiap tahunnya. Dari hasil pra penelitian tersebut diatas, penulis tertarik meneliti bagaimana mekanisme sistem diskon yang diterapkan pada Ramayana dari label diskon yang sudah tertera dengan kesesuaian etika bisnis Islamnya. Perilaku etik bisnis adalah tindakan bijaksana dan terkontrol. Hal ini menjelaskan kepada kita bahwa bisnis yang memiliki aturan yang memungkinkan setiap anggotanya mendapatkan keuntungan bersama, bukan hanya menguntungkan satu orang tetapi merugi yang lain.

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengungkap sejauh mana strategi tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, serta dampaknya terhadap perilaku konsumen, kredibilitas perusahaan, dan juga regulasi yang ada. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis akan mengkaji mengenai sistem diskon berdasarkan etika bisnis islam dengan judul **“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Sistem Diskon (Studi Pada Ramayana di Plaza Andalas Padang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas maka untuk lebih sistematis dan terarahnya pembahasan ini penulis akan merumuskan masalah penelitian ini dengan menganalisis etika bisnis islam dalam sistem diskon Ramayana di Plaza Andalas Padang.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana mekanisme sistem diskon Ramayana di Plaza Andalas Padang?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap sistem diskon pada Ramayana di Plaza Andalas Padang?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui mekanisme sistem diskon Ramayana di Plaza Andalas Padang.
2. Untuk menganalisis etika bisnis islam terhadap sistem diskon pada Ramayana di Plaza Andalas Padang.

1.5 Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan penelitian hal ini dapat dilihat dari:

1. Secara Teoritis

Sebagai bahan untuk menambah wawasan baru dan ilmu pengetahuan yang dapat dijadikan sumbangan pemikiran bagi jurusan Hukum Ekonomi Syariah yang berkaitan langsung dengan aspek kehidupan masyarakat dan juga dapat meningkatkan pemahaman terhadap etika bisnis Islam terhadap sistem diskon.

2. Secara Praktis

Dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan bagi praktisi, maupun pembaca serta menjadi referensi tambahan bagi yang berminat dalam permasalahan yang berhubungan dengan sistem diskon ditinjau etika bisnis Islam.

1.6 Studi Literatur

Penulis juga melakukan tinjauan kepustakaan dengan cara meneliti, mempelajari, menelaah karya ilmiah yang sudah ada dalam bentuk penulisan yang berupa skripsi, penulis juga mengambil tinjauan kepustakaan yang paling relevan dengan pembahasan yang penulis teliti, yaitu:

1. Skripsi yang ditulis oleh M. Ikhsan, NIM 1321030177, Jurusan Muamalah, Fakultas Syariah dan Hukum Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung. Judul penelitian “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli dengan

Sistem Diskon (Studi pada Toko Bata Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung)”. Rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana praktik jual beli dengan sistem diskon pada toko Bata kecamatan Panjang?. Bagaimana tinjauan hukum Islam tentang jual beli dengan sistem diskon pada Toko Bata Kecamatan Panjang?. Jenis Penelitian ini adalah kualitatif bersifat deskriptif. Hasil penelitian adalah praktek sistem diskon yang dilakukan pada Toko Bata Kecamatan Panjang dengan cara menaikkan harga aslinya setelah itu didiskon tanpa sepengetahuan calon pembeli, sistem diskon dimaksudkan untuk menarik perhatian dan minat calon pembeli, sistem diskon ini mengandung unsur penipuan. Serta tinjauan hukum Islam tentang praktek tersebut haram (tidak dibolehkan). Penelitian M. Ikhsan memiliki pokok pembahasan pada tinjauan hukum islam sedangkan penulis memiliki pokok pembahasan pada tinjauan etika bisnis islam.

2. Skripsi yang ditulis oleh Irmawati NIM 170303043, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai. Judul penelitian “Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Pembelian Harga Reseller dan Harga Pelanggan Biasa Di Toko Al Fazza Sinjai”. Rumusan masalah bagaimana Kebijakan penetapan harga pada pembelian harga reseller dan Harga Pelanggan Biasa Pada Toko Al Fazza Sinjai serta Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Pembelian Harga *Reseller* dan Harga Pelanggan Biasa. Penelitian ini merupakan penelitian *naturalistic* dengan pendekatan kualitatif. Kesimpulan penelitian adalah penetapan harga menjadi hal yang dipertimbangkan konsumen ketika membeli suatu barang, promosi menjadi berkembangnya keberhasilan suatu bisnis, produk yang bermanfaat bagi pembeli dan tempat menjadi strategi distribusi penting dengan memiliki lokasi yang strategis. Tinjauan etika bisnis Islam dengan penempatan harga yang tidak berlebihan antara harga *reseller* dengan harga pelanggan biasa. Penelitian Irmawati membahas tentang penempatan harga *reseller* dan harga pelanggan biasa pada suatu

toko sedangkan penulis membahas tentang sistem diskon yang diterapkan pada Ramayana.

3. Skripsi yang ditulis oleh Veti Andriani NIM 1351010251, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Judul penelitian “Analisis Pengaruh Pemberian Potongan Harga Melalui *Member card* Terhadap loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada *Mall Ramayana* Tanjung Karang)”. Rumusan masalah pengaruh pemberian potongan harga dengan member card terhadap loyalitas konsumen di *Mall Ramayana* Tanjung Karang?. Bagaimana pemberian Potongan harga melalui member card di *Mall Ramayana* Tanjung Karang ditinjau dalam perspektif etika bisnis islam?. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan data kuantitatif serta penelitian ini bersifat deskriptif analisis. Kesimpulan penelitian adalah potongan harga melalui *member card* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen serta terjadi hubungan positif antara variabel potongan harga melalui *member card* dan variabel loyalitas konsumen, semakin naik potongan harga melalui *member card* maka semakin meningkat loyalitas konsumen. Pemberian potongan harga melalui *member card* di *Ramayana Departement Store Lampung* belum semuanya sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis islam seperti adanya unsur menaikkan harga sebelum didiskon sehingga tidak sesuai dengan prinsip kejujuran, prinsip keadilan dan prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis islam, sedangkan prinsip kebebasan di *Ramayana* sudah sesuai dengan etika bisnis islam, karena adanya kebebasan konsumen untuk membeli atau tidak produk yang didiskon melalui *member card*, serta terdapat kotak surat kritik dan saran, yang memberikan kebebasan konsumen untuk memberikan kritik dan saran potongan harga melalui *member card Ramayana*. Penelitian Veti Andriani fokus pada data pendekatan kuantitatif sedangkan penulis fokus pada pendekatan kualitatif. Peneliti sebelumnya juga fokus membahas strategi promosi

melalui potongan harga dengan *member card* hingga pengaruh terhadap loyalitas konsumen sedangkan penulis lebih fokus pada sistem diskon yang diberikan tanpa *member card*.

4. Skripsi yang ditulis oleh Erik Fachri Khaerudin NIM 121300545 Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Judul penelitian “Tinjauan Hukum Islam Terhadap harga Barang Yang Dinaikkan Sebelum Diberlakukannya Diskon (Studi Kasus di Ramayana Mall Serang)”. Rumusan masalah penelitian Bagaimanakah mekanisme diskon yang berlaku di Ramayana Mall Serang?, Bagaimanakah tinjauan hukum Islam terhadap harga yang dinaikkan sebelum diberlakukan diskon?. Penelitian menggunakan pengolahan data penelitian kualitatif bersifat induktif. Kesimpulan penelitian mekanisme diskon yang terjadi di Ramayana Mall Serang adalah harga yang diberlakukan oleh pihak supplier, lalu disesuaikan dengan presentase diskon dan jenis diskon yang berlaku. Harga barang yang dinaikkan sebelum diberlakukan diskon menurut tinjauan hukum Islam adalah haram, dikarenakan diskon semacam itu termasuk kedalam jual beli gharar atau terdapat unsur penipuan didalamnya. Namun jika diskon yang ditetapkan sesuai dengan harga dan potongan yang berlaku dan tidak ada unsur penipuannya boleh dan bisa diberlakukan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Erik Fachri Khaerudin adalah dalam skripsi di atas membahas hukum Islam terhadap harga yang dinaikkan sebelum diberlakukannya diskon. Sedangkan penelitian yang penulis tulis yaitu membahas etika bisnis Islam terhadap sistem diskon.
5. Skripsi yang ditulis oleh Fanny Delia Gustiva NIM 1913040149 Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Judul penelitian “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Penjual Ayam Potong (Studi Kasus di Kelurahan Lubuk Lintah Kecamatan Kuranji Kota Padang)”. Rumusan masalah penelitian Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku penjual ayam potong di

Kelurahan Lubuk lintah Kecamatan Kuranji Kota Padang. Penelitian menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan penelitian deskriptif analisis. Kesimpulan penyebab pedagang ayam potong tidak memasukkan bagian tubuh ayam potong tersebut seperti kaki ayam, hati dan ampela ayam pada usaha ayam potong di Kelurahan Lubuk Lintah Kecamatan Kuranji Kota Padang adalah untuk mencari keuntungan yang lebih dan pembeli tidak meminta, dianggap oleh pedagang suka. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku penjual ayam potong di Kelurahan lubuk Lintah Kecamatan Kuranji Kota Padang adalah 3 orang pedagang sudah menerapkan prinsip etika bisnis islam sementara 4 orang pedagang belum semua prinsip prinsip etika bisnis islam diterapkannya, prinsip etika bisnis islam yang belum diterapkan adalah prinsip ketauhidan, prinsip kejujuran, prinsip kehendak bebas, prinsip keadilan dan prinsip tanggung jawab. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Fanny Delia Gustiva adalah dalam skripsi di atas membahas perilaku pedagang ayam potong. Sedangkan penelitian yang penulis tulis yaitu membahas sistem diskon.

6. Skripsi yang ditulis oleh Lestari Mulia NIM 2013040100 Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang . Judul penelitian “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaku Usaha Pendaftaran Imei *Smartphone* Studi Kasus di Kota Padang”. Rumusan masalah penelitian Bagaimanakah Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaku Usaha pendaftaran Imei *Smartphone* Studi Kasus di Kota Padang? Penelitian menggunakan pengolahan data penelitian kualitatif. Kesimpulan Padang dilakukan oleh 5 Konter yaitu Dubai Smartphone, Sumbar Smartphone, PStore, ArStore dan Genesis Store. Mereka me buka jasa pendaftaran IMEI untuk smartphone dengan menawarkan berbagai macam tarif mulai dari Rp. 250.000- Rp. 2.400.000 dan untuk sistemnya konsumen membawa smartphone dan boxnya serta memberikan kode IMEI dari smartphone, menunggu 1 sampai 2 hari jaringan akan kembali. Kedua,

Pendapat Konsumen Yang Mendaftarkan IMEI adalah mereka berpendapat bahwa pelaku usaha pendaftaran IMEI belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam. Ketiga, Prinsip Etika Bisnis Islam belum diterapkan sepenuhnya pada pelaku usaha pendaftaran IMEI smartphone di kota Padang. Prinsip yang dipenuhi oleh semua konter hanya Prinsip Keseimbangan dan Prinsip Kehendak Bebas, sedangkan untuk Prinsip Tauhid, Tanggung Jawab dan Kebenaran belum dipenuhi oleh ke 5 konter tersebut.. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Lestari Mulia adalah dalam skripsi di atas membahas pelaku usaha pendafatara IMEI *Smartphone* . Sedangkan penelitian yang penulis tulis yaitu membahas etika bisnis Islam terhadap sistem diskon.

1.7 Landasan Teori

Etika memiliki dua konsep yang berbeda. Pertama, etika seperti moralitas, mencakup moral dan norma-norma konkret yang memandu manusia dalam seluruh aspek kehidupannya. Kedua, etika juga melibatkan pemikiran kritis dan rasional. Etika membantu individu bertindak secara bebas namun tetap bertanggung jawab atas tindakan mereka (Mardani, 2014:26).

Etika bisnis Islam adalah pengkajian tentang bagaimana individu atau lembaga bisnis menjalankan kegiatan ekonomi atau transaksi yang menguntungkan dengan mematuhi prinsip-prinsip ajaran Islam (Haryanti, 2019:124-125). Adapun prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yaitu:

1. Kesatuan (Tauhid).
2. Keseimbangan/Kesejajaran.
3. Kehendak Bebas (Ikhtiyar).
4. Tanggung Jawab (Fardh).
5. Kebenaran (Djakfar, 2007:12).

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan ilmu mengenai jenjang-jenjang yang harus dilalui dalam proses penelitian. Berikut akan dijelaskan jenis penelitian, sumber, teknik pengumpulan data serta analisis data.

1.8.1. Jenis Penelitian

Penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), *field research* adalah melakukan penelitian dilapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung mendatangi responden (Suryabrata 1995,81). suatu penelitian yang dilakukan melalui pengamatan langsung untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian dengan menggunakan berbagai metode ilmiah untuk mendeskripsikan fenomena tersebut dalam konteks alami (Alfany 2020,10).

Pada penelitian ini peneliti melakukan langsung penelitian ke lapangan yaitu Ramayana di Plaza Andalas Padang karena Ramayana merupakan salah satu pusat pembelanjaan terbesar di kota Padang, yang menyediakan berbagai macam pakaian, supermarket hingga aksesoris dengan harga yang terjangkau untuk seluruh kalangan dibandingkan tempat lainnya serta Ramayana sering didapati memberikan potongan harga besar-besaran disetiap waktunya, maka peneliti melakukan wawancara langsung kepada pihak bagian SDM Ramayana di Plaza Andalas Padang tentang mekanisme sistem diskon yang disediakan Ramayana di Plaza Andalas Padang.

1.8.2. Sumber Data

Sumber data merujuk kepada segala hal yang mampu memberikan informasi terkait dengan data. Dalam penelitian ini, sumber data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder, yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Data Primer

Sumber data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya, baik melalui pengamatan langsung atau interaksi wawancara dengan responden dan informan (Samsu, 2017:95).

Sumber data primer penulis peroleh dengan melakukan wawancara (interview) dengan bagian SDM Ramayana di Plaza Andalas Kota Padang dan konsumen yang berbelanja di Ramayana.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono 2009, 246). Pada bahan data sekunder, penulis menggunakan sejumlah buku, artikel, skripsi, tesis, dan sumber lainnya sebagai tambahan referensi yang berkaitan dengan etika bisnis islam serta sistem diskon.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu :

1 Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain (Sugiyono 2018,229). Penelitian kualitatif dilakukan observasi yaitu dengan cara terjun langsung kelapangan dengan tujuan mengamati perilaku dan aktivitas yang dijadikan bahan penelitian. Peneliti dapat terjun langsung menjadi partisipan dalam pengumpulan data atau menjadi non partisipan yang hanya melakukan pengamatan. Maka dengan ini penulis yang diselidiki yaitu kelapangan serta melakukan pengamatan langsung ke Rmayana di Plaza Andalas Padang.

2 Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara, dimana mereka berbicara dan berinteraksi dengan individu yang mampu memberikan keterangan lisan kepada peneliti (Mardalis 2014,63-62). Data yang diperoleh diharapkan sesuai dan menjadi informasi kedepannya dalam hal ini mengenai etika bisnis islam terhadap

sistem diskon pada Ramayana di Plaza Andalas Kota Padang. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan memakai pedoman yang telah dipersiapkan. Peneliti melakukan tanya jawab dengan informan bagian SDM Ramayana serta didukung dengan tanya jawab 5 konsumen yang berbelanja di Ramayana Plaza Andalas Padang.

3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono 2018, 476). Teknik dokumentasi yang dilakukan dengan menganalisis dokumen-dokumen, melengkapi kebenaran data seperti catatan wawancara, jurnal, artikel, situs web dan materi tertulis lainnya yang dapat memberikan informasi tambahan tentang sistem diskon Ramayana di Plaza Andalas Padang.

1.8.4 Informan Penelitian

Penulis harus menentukan informan setelah menentukan lokasi dan waktu penelitian. Teknik *snowball sampling* digunakan untuk menentukan informan kunci yang dapat mengantarkan peneliti pada anggota kelompok atau orang yang diteliti. Teknik *snowball sampling* adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus dimana satu responden dapat menunjukkan hubungan antar responden atau antar kasus (Nurdiani 2014, 1110-1118). Dalam *snowball sampling* identifikasi awal dimulai dari seseorang yang masuk dalam kriteria penelitian sehingga menemukan informan kunci lainnya atau membuka akses para informan yang akan diteliti berkaitan dengan sistem diskon Ramayana di Plaza Andalas Padang yakni bagian SDM Ramayana kemudian penulis diarahkan kepada asisten manager untuk menjadi responded penelitian.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, dimana metode digunakan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak memasuki lapangan dan setelah selesai dilapangkan (Sugiyono 2013, 254). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil buku-buku, artikel dan wawancara dengan informan (Bungin 2007, 156). Setelah itu penulis melakukan pengumpulan data dari berbagai dokumentasi maupun wawancara.

Kemudian data yang terkumpul tersebut penulis akan menganalisis menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang terdiri dari prinsip kesatuan (tauhid), keseimbangan (adil), kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Setelah itu penulis akan menganalisis bagaimana penerapan sistem diskon pada Ramayana di Plaza Andalas ditinjau dari etika bisnis Islam, apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam atau tidak. Setelah semua data terkumpul peneliti menganalisis data tersebut hingga menghasilkan hasil penelitian sampai memperoleh kesimpulan penelitian yang peneliti lakukan.

