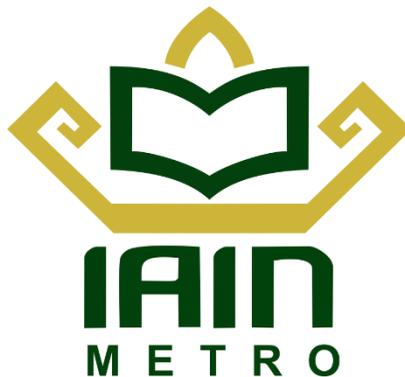


**SKRIPSI**  
**EFEKTIFITAS PEMBERIAN DISKON DALAM PELAKSANAAN JUAL  
BELI DI TOKO WIDODO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Oleh :  
GISKA PRADANA  
NPM.1804041070



Jurusan Ekonomi Syariah (Esy)  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**1445 H/2024 M**

**EFEKTIFITAS PEMBERIAN DISKON DALAM PELAKSANAAN JUAL  
BELI DI TOKO WIDODO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Diajukan Untuk Memenuhi Skripsi dan Memenuhi Sebagian  
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**GISKA PRADANA**  
NPM. 1804041070

Pembimbing : Hotman M.E.Sy

Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**1445 H/2024 M**



**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
(IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507  
Fax. (0725) 47296

**NOTA DINAS**

Nomor : -  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk Dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Metro  
Di-

Tempat

***Assalamu'alaikum Wr. Wb***

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Giska Pradana  
NPM : 1804041070  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : EFEKTIFITAS PEMBERIAN DISKON DALAM  
Skripsi : PELAKSANAAN JUAL BELI DI TOKO WIDODO  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb***

Metro, 15 November 2023

Dosen Pembimbing,

  
Hotman, M.E.Sy

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : EFEKTIFITAS PEMBERIAN DISKON DALAM  
PELAKSANAAN JUAL BELI DI TOKO WIDODO  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Nama : Giska Pradana

NPM : 1804041070

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

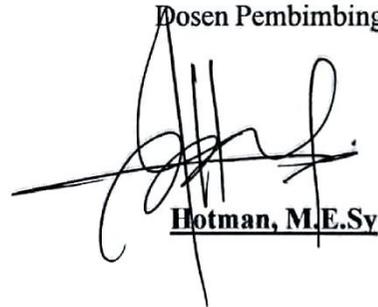
Jurusan : Ekonomi Syariah

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 15 November 2023

Dosen Pembimbing,



**Hotman, M.E.Sy**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : P-0080/Un-23-3/D/PP-00.9/01/2024

Skripsi dengan judul : EFEKTIFITAS PEMBERIAN DISKON DALAM PELAKSANAAN JUAL BELI DI TOKO WIDODO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM, disusun oleh GISKA PRADANA, NPM. 1804041070, Jurusan Ekonomi Syariah yang diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal : Kamis, 30 November 2023

**TIM PENGUJI**

Ketua/ Moderator : Hotman, M.E.Sy

Penguji I : Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H

Penguji II : Diana Ambarwati, M.E.Sy

Sekretaris : Misfi Laili Rohmi, M.Si

(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H  
NIP. 19720611 199803 2 001

## **ABSTRAK**

### **EFEKTIFITAS PEMBERIAN DISKON DALAM PELAKSANAAN JUAL BELI DI TOKO WIDODO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**Oleh:**

**GISKA PRADANA**

**NPM. 1804041070**

Diskon merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu usaha dalam memasarkan produk yang bertujuan untuk memperkenalkan, menawarkan, sehingga menarik minat konsumen pada produk yang ditawarkan. Sistem diskon yang baik adalah dengan mengikuti prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu menghindari unsur yang dilarang dalam bisnis Islam yaitu *riba*, unsur *gharar*, unsur *maisyir*, dan unsur *dzalim*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, sedangkan untuk objek pada penelitian ini dilakukan di toko widodo yang menerapkan diskon pada produknya, serta dengan subjek penelitian yaitu pemilik usaha, para karyawan toko dan para konsumen yang membeli produk diskon tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan terhadap pemilik, karyawan, dan konsumen toko widodo dan juga dokumentasi yang diambil dari kegiatan promosi yang dilakukan toko Widodo.

Diskon yang diterapkan oleh Toko Widodo dinilai efektif, hal tersebut dapat dilihat dari produk yang telah terjual yaitu sebanyak 24 pcs dari total produk sebanyak 30 pcs baju koko yang didiskon, dalam hal ini ada faktor psikologis mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan perbandingan 5 orang konsumen membeli secara spontan dan 1 orang konsumen membeli karena kebutuhan. Jika ditinjau dari ekonomi Islam penerapan potongan harga yang dilakukan oleh toko widodo sudah memenuhi prinsip-prinsip ekonomi Islam karena didalam penerapan diskon yang dilakukan Toko Widodo tidak terdapat *riba*, *gharar*, *maisyir*, sehingga dalam perspektif ekonomi Islam hal tersebut sudah sesuai dengan konsep ekonomi Islam.

**Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Diskon, Keputusan Pembelian, dan Ekonomi Islam**

## ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Giska Pradana

NPM : 1804041070

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan di daftar pustaka.

Metro, 15 November 2023

Yang menyatakan



Giska Pradana

NPM. 1804041070

**MOTTO**

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۗ

*Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.*

(Q.S Al-Insyirah: 5-6 )

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah* atas Rahmat Allah SWT yang telah dianugerahkan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas skripsi, dalam rangka memenuhi tugas sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E).

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu Tercinta yang tiada henti-hentinya memberikan suport moral dan materil, dan atas segala pengorbanan yang tanpa pamrih dan mengeluh. Terimakasih atas segala keluasan hati dan pikiran kedua orang yang sangat luar biasa.
2. Saudara, Teman, dan Orang Tersayang yang selalu mensupport dan selalu memberikan semangat untuk terselesaikannya skripsi ini.
3. Teman-teman seperjuangan yang telah sama-sama berjuang.
4. Almamter kebanggaan IAIN METRO .

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di IAIN Metro.

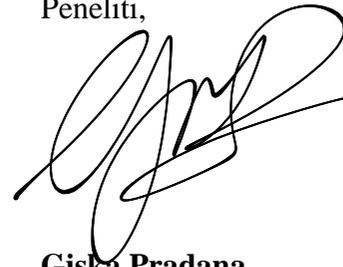
Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Hotman M.E.Sy, selaku Pembimbing pada penelitian ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan dukungannya di dalam menempuh pendidikan.
6. Kedua Orang Tua yang telah memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini
7. Pihak Toko Widodo yang telah bersedia membantu dan menyediakan waktunya dalam penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan

diterima dengan lapang dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat.

Metro, 15 November 2023  
Peneliti,

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

**Giska Pradana**  
NPM. 1804041070

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Judul .....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Nota Dinas.....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Persetujuan .....</b>	<b>iv</b>
<b>Halaman Pengesahan .....</b>	<b>v</b>
<b>Halaman Abstrak .....</b>	<b>vi</b>
<b>Halaman Orisinilitas Penelitian .....</b>	<b>vii</b>
<b>Halaman Motto .....</b>	<b>viii</b>
<b>Halaman Persembahan .....</b>	<b>ix</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xiv</b>
<b>Daftar Lampiran.....</b>	<b>xv</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan & Manfaat Penelitian.....	6
D. Penelitian Relevan .....	7
 <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pemasaran .....	12
1. Pengertian Pemasaran .....	12
2. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	12
B. Diskon .....	16
1. Pengertian Diskon.....	16
2. Jenis-jenis Diskon .....	16
C. Keputusan Pembelian.....	18
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	18
2. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	18

D. Ekonomi Islam .....	21
1. Prinsip Ekonomi Islam.....	21
2. Karakteristik dan Ciri-ciri Ekonomi Islam .....	22
3. Unsur-unsur Ekonomi Islam.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	25
B. Sumber Data .....	25
C. Tehnik Pengumpulan Data .....	28
D. Teknik Uji Keabsahan Data.....	29
E. Tehnik Analisa Data.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	37
1. Awal mula berdiri serta gambaran umum Toko Widodo .....	37
2. Produk-produk yang dijual di Toko Widodo .....	38
3. Metode pemasaran yang telah diterapkan di Toko Widodo .....	42
B. Diskon yang ada Pada Toko Widodo .....	44
1. Detail Produk yang Diskon .....	44
2. Kualitas produk Diskon .....	45
3. Cara Penerapan Diskon .....	46
4. Tujuan Pemberian Diskon .....	47
C. Pembahasan .....	48
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	52
B. Saran .....	52

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Keadaan Toko Widodo Megamall Kota Metro.....	38
Gambar 4.2 Seragam SD, SMP, SMP .....	39
Gambar 4.3 Seragam Pramuka.....	40
Gambar 4.4 Seragam KOPRI.....	40
Gambar 4.5 Baju Koko.....	41
Gambar 4.6 Pakaian Haji (Kain Ihram) .....	41
Gambar 4.7 Detail Baju Koko.....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Bimbingan Skripsi
2. Surat Izin Research
3. Surat Tugas
4. Surat Keterangan Bebas Pustaka
5. Surat Lulus Ujian Plagiasi
6. Outline
7. Alat Pengumpulan Data
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Dokumentasi
10. Daftar Riwayat Hidup

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dalam perkembangan dunia bisnis saat ini, tingkat persaingan antar pengusaha semakin ketat, tak terkecuali bisnis di Indonesia. Dengan lebih berkembangnya teknologi di era ini, setiap pengusaha dituntut untuk meningkatkan kinerja usahanya salah satunya dengan menerapkan strategi pemasaran, hal tersebut bertujuan demi memaksimalkan penjualan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh masing-masing pengusaha. Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis telah merambah kesemua sektor usaha, tak terkecuali sektor pakaian yang termasuk salah satu kebutuhan pokok manusia yang dimana tidak lepas dari persaingan bisnis yang ada. Dalam hal ini suatu usaha membutuhkan upaya dalam mengelola strategi pemasarannya, agar suatu usaha tersebut dapat melakukan jual beli dengan efektif dan efisien.

Setiap pengusaha seharusnya dapat meningkatkan penjualan produknya dengan menggunakan pemasaran yang efektif dan efisien, serta strategi khusus untuk mendongkrak volume penjualannya. Salah satu strategi pemasaran tersebut ialah strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) yaitu sebuah strategi yang menggabungkan unsur-unsur seperti *price* (harga), *product* (produk), *places* (distribusi) dan *promotion* (promosi).

Dalam bauran pemasaran terdapat *promotion* (promosi). Promosi penjualan yaitu memberikan tawaran khusus bagi para konsumen yang ingin membeli

suatu produk, seperti imbalan hadiah tertentu dengan pembelian dengan nominal tertentu, termasuk dalam pemberian diskon (potongan harga).

Diskon merupakan suatu strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha ataupun penjual agar dapat menaikkan penjualannya, dengan cara menerapkan berbagai jenis diskon seperti diskon tunai, diskon fungsional, diskon musim, maupun diskon kuantitas. Sedangkan dalam Islam praktik diskon diperbolehkan dengan syarat terhindar dari riba, penipuan, mudharat sehingga tidak merugikan salah satu pihak.

Seperti yang di firmankan Allah SWT pada surah An-Nisa ayat 29 sebagai berikut :

﴿٢٩﴾ ... يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ ...

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu...*<sup>1</sup>

Secara bahasa Jual beli merupakan mempertukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Sebagian fuqaha berpendapat juga bahwa jual beli ialah pertukaran harta benda dengan harta benda.<sup>2</sup> Jadi jual beli merupakan Salah satu transaksi tukar menukar barang yang mempunyai nilai dengan sejumlah mata uang yang sesuai dengan harga barang tersebut, yang dimana satu pihak menjual barang tersebut dan pihak lain membelinya sesuai dengan kesepakatan. Jual beli yang diperbolehkan dalam Islam yaitu jual beli yang seluruh rukun

<sup>1</sup> Qs An-Nisa (4) : 29.

<sup>2</sup> Siah Khosyi'ah, *Fiqih Muamalah Perbandingan* (Bandung : Pustaka Setia, 2014 ), 45

atapun syaratnya terpenuhi. Apabila salah satu rukun atau syaratnya tidak terpenuhi maka jual beli itu bisa dikatakan bahwa transaksi jual beli yang dilakukan tidak sah.

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari tata kehidupan masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi yang meliputi alokasi dan distribusi sumber daya alam yang diimplementasikan berdasarkan Alquran, hadis, ijmak, dan *qiyas* sesuai prinsip syariat Islam dalam mewujudkan kesejahteraan umat.<sup>3</sup>

Toko widodo merupakan sebuah toko pakaian yang menyediakan beberapa produk pakaian contohnya seperti seragam sekolah dasar (SD), seragam sekolah menengah pertama (SMP), seragam menengah atas (SMA), terdapat juga seragam Kopri, seragam pemda, alat-alat perlengkapan muslim dan juga alat-alat perlengkapan haji. Toko ini sudah berdiri sejak 1990 yang dimiliki oleh Alm Pak Yoko dan Ibu Kusmiati.<sup>4</sup>

Awal mula dipilihnya “Widodo” sebagai nama sekaligus menjadi merek diangkat dari sebuah nama yang merupakan anak dari pemilik toko yang bernama Widodo. Toko widodo mempunyai 2 toko yang terletak di Megamall Kota Metro dan Pasar Kopindo Blok R No. 43-44.<sup>5</sup>

Produk yang dijual pada toko ini sebagian besar berasal dari home industri yang dimana produksinya dilakukan oleh ibu-ibu ataupun kerabat dekat. Dikarenakan toko ini menjual seragam sekolah dan pemda, maka

---

<sup>3</sup> Azharsyah Ibrahim Erika Amelia Nashr Akbar Nur Kholis Suci Aprilliani Utami Nofrianto, Pengantar Ekonomi Islam, ( Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah), hal 57

<sup>4</sup> Ibu Kusmiati, Pemilik Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 19 Maret 2022 Pukul 15:25 Wib.

<sup>5</sup> Ibu Kusmiati, Pemilik Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 19 Maret 2022 Pukul 15:45 Wib.

sebagian besar konsumen berasal dari kalangan pelajar dan pegawai negeri. Pada saat tahun ajaran baru atau masuk sekolah penjualan pada ditoko ini dapat dikatakan meningkat secara signifikan dikarenakan toko tersebut atau merek tersebut sudah memiliki “tempatnya” dikalangan masyarakat atau dapat dikatakan sudah memiliki pelanggan tetap dalam hal kebutuhan seragam anak dan juga seragam pegawai negeri.<sup>6</sup> Akan tetapi toko widodo tidak hanya menjual seragam sekolah & seragam pemda saja, tetapi terdapat produk pakaian maupun perlengkapan muslim.

Dalam strategi pemasarannya toko widodo telah menggunakan berbagai jenis pemasaran yaitu dengan melakukan pengiklankan produk pada brosur yang disebar pada sekolah sekolah di kota metro maupun kalender yang dibagikan kepada konsumen yang telah membeli produknya hingga menerapkan diskon pada produknya.<sup>7</sup>

Diskon yang ada pada toko ini merupakan diskon yang hanya berlaku pada produk tertentu di toko widodo dengan nominal yang sudah ditentukan oleh pemilik toko, toko ini hanya memberikan diskon pada produk baju koko. Untuk penerapan potongan harga tersebut juga hanya diterapkan di toko widodo yang beralamatkan di Pasar Kopindo Blok R No. 43-44.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Ibu Kusmiati, Pemilik Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 19 Maret 2022 Pukul 16:05 Wib.

<sup>7</sup> Ibu Kusmiati, Pemilik Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 17 Oktober 2022 Pukul 10:00 Wib.

<sup>8</sup> Ibu Kusmiati, Pemilik Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 19 Maret 2022 Pukul 16:15 Wib.

Dalam sebuah sesi wawancara kepada konsumen yang bernama ibu Salma, beliau mengatakan

*“saya memilih membeli produk diskon ditujukan untuk suami, lumayan diskon baju koko murah tidak seperti toko lain, walau produk lama tetapi setelah saya cek kualitasnya ternyata masih baik, saya harap masiuh dapat digunakan hingga tahun depan”*<sup>9</sup>

Sehingga dapat diketahui bahwa beliau lebih memilih membeli di toko widodo tersebut dikarenakan karena adanya diskon dan menurut beliau bahwa kualitas produk tersebut tergolong masih baik untuk sebuah produk yang sudah lama tidak laku, dan juga toko pakaian lain tidak memberikan diskon kepada konsumennya.

Pada dasarnya konsumen melakukan pembelian suatu produk berdasarkan kebutuhannya akan tetapi ketika ada suatu produk yang sedang diskon terkadang konsumen tersebut langsung memutuskan untuk membelinya dikarenakan *worth to buy* (layak untuk dibeli), hal tersebut merupakan suatu tindakan yang alami terjadi pada manusia yang secara psikologis berfikir bahwa kapan lagi dapat membeli produk dengan harga rendah yang berkualitas.

Hal tersebut membuat peneliti tertarik membahas mengenai sistem diskon tersebut dalam penelitian ini yang berjudul “Efektifitas Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Toko Widodo Perspektif Ekonomi Islam”.

---

<sup>9</sup> Ibu Salma, Konsumen Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 14 September 2023 pukul 09:58 Wib

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Efektifitas pemberian diskon dalam pelaksanaan jual beli di toko widodo perspektif ekonomi Islam ?

## **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah efektifitas pemberian diskon dalam pelaksanaan jual beli pada toko widodo perspektif ekonomi Islam.

### 2. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Secara Teoritis

- 1) Menambah khazanah keilmuan yang dapat berguna bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam.
- 2) Sebagai acuan untuk penelitian serupa dimasa yang akan datang sertadapat dikembangkan lebih lanjut demi mendapatkan hasil yang sesuai dengan perkembangan zaman.

#### b. Secara Praktis

Memberikan masukan pemikiran kepada pihak yang terkait langsung dengan objek penelitian maupun masyarakat luas dalam rangka memperbaiki sistem yang tidak sesuai dengan tata aturan yang ada dan menyikapi hal-hal tentang mu'amalah khususnya jual beli yang tidak sesuai dengan etika bisnis dalam Islam.

#### **D. Penelitian Relevan**

Agar pengulangan pembahasan maupun pengulangan penelitian tidak terulang yang berkaitan dengan penelitian maka diperlukan wacana atau pengetahuan tentang penelitian-penelitian sejenis yang telah diteliti sebelumnya. Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa peneliti yang melakukan penelitian yang mengangkat tema sama yakni mengenai strategi pemasaran dengan cara memberikan diskon adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian yang dilakukan oleh Clara Anissatul Laily berasal dari Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus melakukan penelitian pada tahun 2017 yang berjudul “PERAN PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK MELALUI DISKON KARTU MEMBER DI OMAH UWOH PATI” dengan permasalahan bagaimana perilaku konsumen dalam penelitian produk di Omah Uwoh Pati dan bagaimana perilaku konsumen dalam menilai promosi diskon kartu member di Omah Uwoh Pati. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis perilaku konsumen dalam pembelian di Omah Uwoh Pati dan untuk menganalisis perilaku dalam menilai promosi diskon kartu member di Omah Uwoh Pati. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa ada beberapa tahapan konsumen pada saat melakukan pengambilan keputusan antrara lain (1) pengenalan masalah atau kebutuhan, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku setelah pembelian. Hal tersebut menghasilkan bahwa

dalam Menentukan strategi pemasaran melalui diskon kartu member di Omah Uwoh berjalan efektif, semua itu dikarenakan syarat-syarat yang diterapkan di Omah Uwoh rumit. Sehingga konsumen tidak tertarik untuk melakukan pembelian menggunakan diskon kartu member. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dibahas yaitu sama-sama membahas mengenai penerapan sistem diskon, sedangkan perbedaan dengan penelitiannya peneliti yaitu penelitian ini berfokus penerapan diskon dengan sistem kartu member di Omah Uwoh Pati.<sup>10</sup>

2. Pada Penelitian yang dilakukan oleh Juwanto Edy Saputro yang berasal dari Prodi Hukum Ekonomi Syariah di IAIN Metro pada tahun 2018 melakukan penelitian yang berjudul “PEMBERIAN DISKON DALAM PELAKSANAAN JUAL BELI DI PASAR CENDRAWASIH KOTA METRO PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH” dengan rumusan masalah bagaimana pemberian diskon dalam pelaksanaan jual beli di pasar cendrawasih kota Metro menurut perspektif hukum ekonomi syariah. Dengan tujuan Untuk mengetahui pemberian diskon dalam pelaksanaan jual beli di pasar cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Islam. Hasil dari penelitian ini adalah Bahwa yang dibolehkan memberikan diskon dalam hukum ekonomi syariah adalah toko Isabel dan toko Sahara yaitu menggunakan diskon sebesar 10%,20%, 30%, dan 40%, dan tokoh tersebut dalam memberikan diskon dengan cara adanya

---

<sup>10</sup> Clara Anissatul Laily, “Peran Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Melalui Diskon Kartu Member Di Omah Uwoh Pati”(Kudus : Stain Kudus, 2017).

kejujuran, keterbukaan antara penjual dan pembeli serta memasang papan harga diskon tersebut. (2) Bahwa yang tidak diperbolehkan memberikan diskon dalam hukum ekonomi syariah adalah toko Voltus yaitu menggunakan diskon sebesar 50% sampai dengan 70%. Dalam memberikan diskon pada toko Voltus barang yang diberi diskon kualitas barangnya sudah tidak baik bahkan tidak layak pakai, toko ini tidak adanya, keterbukaan antara penjual dan pembeli serta barang yang ditawarkan sudah lima tahun lalu dengan stok terbatas (3) Objek jual beli tersebut harus suci, bermanfaat, bisa diserahterimakan, dan merupakan milik penuh salah satu pihak dan diketahui objek yang diperjual belikan dan juga pembayarannya.<sup>11</sup>

3. Pada penelitian yang dilakukan oleh Afibatus Afida dan, M. Taufiq Zam zami yang berasal dari fakultas Hukum Ekonomi Syariah di Universitas Agama Islam Negeri Salatiga. Melakukan penelien pada tahun 2020 yang diberi judul "*Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga*" dengan rumusan masalah Banyak asumsi dari masyarakat bahwa diskon yang diberikan di Ramayana kota Salatiga dengan berjangka waktu mengambil strategi dengan cara menaikkan harga yang lebih tinggi terlebih dahulu, sehingga apabila diberikan diskon menjadi terkesan murah, seperti dapat membeli

---

<sup>11</sup> Juwanto Edy Saputro, "*Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*" (Metro : IAIN Metro, 2018).

barang dengan separuh harga dengan tujuan untuk mengetahui perspektif hukum Islam terhadap praktik jual beli menggunakan diskon dengan berjangka waktu. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa pemberian diskon itu diperbolehkan, akan tetapi harus terhindar dari riba, penipuan, madharat, sehingga tidak merugikan salah satu pihak. Transaksi jual beli dalam pemberian diskon juga harus didasarkan pada prinsip “An Taradhin Minkum” yaitu kerelaan antara kedua belah pihak. Dalam praktik jual beli menggunakan diskon dengan berjangka waktu di Ramayana kota Salatiga, masih ada beberapa yang mengandung unsur Tadlis dan Gharar yaitu transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak berupa harga (memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar), serta adanya keragu-raguan dan kebimbangan dalam keberadaan objek jual beli, ketidaktahuan sifat, ukuran, jenis, dan lain sebagainya. Sehingga Islam tidak memperbolehkannya, karena didalamnya mengandung unsur penipuan dan merugikan beberapa konsumen sebagai pembeli. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dibahas yaitu sama-sama membahas mengenai penerapan sistem diskon, sedangkan perbedaan dengan penelitiannya peneliti yaitu penelitian ini berfokus penerapan diskon dengan cara menaikkan terlebih dahulu harga barang yang akan

didiskon sehingga harga potongan lebih kecil daripada harga semula, dan biasanya menggunakan presentase.<sup>12</sup>

Dari penelitian terdahulu di atas, dapat diketahui bahwa kajian tentang jual beli dalam pemberian diskon dalam pelaksanaan jual beli di Toko Widodo pada Pasar Kopindo Blok R No. 43-44 Kota Metro dalam Perspektif Ekonomi Islam ternyata belum pernah diteliti. Meskipun dalam satu cakupan tema yang sama yakni diskon atau yang berkenaan dengan objek penelitiannya berbeda, yaitu di Pasar Kopindo Blok R No. 43-44 Kota Metro.

---

<sup>12</sup>Afibus Afida Dan, M. Taufiq Zamzami, *“Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu Di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga”*(Salatiga:Iain Salatiga, 2020) Vol 04

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pemasaran**

##### **1. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan sosial dan manajerial yang membuat individu maupun kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan melewati proses pembuatan dan pertukaran timbal balik antara produk dan nilai dengan orang lain.<sup>1</sup>

Pada dasarnya konsep pemasaran tidak jauh beda dengan konsep penjualan dan promosi ataupun periklanan, yang pada dasarnya merupakan bagian dari pemasaran.

##### **2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

Strategi pemasaran merupakan sebuah usaha yang dilakukan demi menghadapi persaingan pasar yang bertujuan dapat menggaet lebih banyak konsumen dan ditujukan supaya mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Pengusaha harus memiliki strategi yang tepat dalam pemasaran produknya agar dapat mengoptimalkan penjualan.

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu suatu kumpulan alat pemasaran yang terkendali dan dipadukan oleh pengusaha untuk menghasilkan

---

<sup>1</sup> Muhammad Yusuf Saleh, Dan Miah Said, “*Konsep Dan Strategi Pemasaran*” (Makasar : Cv Sah Media, 2019), 1

respon yang diinginkan konsumen.<sup>2</sup> Singkatnya bauran pemasaran merupakan perpaduan berbagai macam aktivitas pemasaran dalam satu waktu dengan tujuan menarik konsumen.

Bauran pemasaran terdiri atas “4P” yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Saluran Distribusi), *Promotion* (Promosi), rinciannya adalah sebagai berikut:

**a. Produk (*Product*)**

Produk terdiri dari barang dan produk jasa, produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Produk merupakan titik pusat dalam kegiatan marketing. Kegiatan marketing lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk tersebut.<sup>3</sup> Dalam strategi pemasaran bauran ini tidak dapat berjalan dengan optimal jika produk yang ditawarkan tidak bermutu atau produk yang dicari atau disenangi konsumen. Oleh sebab itu para pengusaha memperhatikan produk yang akan dijual supaya sesuai dengan keinginan konsumen.

**b. Harga (*Price*)**

Harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang harus dibayar pada saat konsumen membeli suatu barang atau produk jasa. Harga dapat menentukan suatu strategi pemasaran produk. Dalam penerapannya harga bukan saja yang murah maupun harga tinggi saja yang dapat menentukan, tetapi harga yang tepat sesuai dengan barang

---

<sup>2</sup> Endhar Widjaya Putra, Srikandi Kumadji, Dan Edy Yulianto, “*Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*” (Malang : Universitas Brawijaya Malang, 2016) Vol.38

<sup>3</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung : Alfabeta, 2013), 202

atau produk jasa.<sup>4</sup> Dalam hal menentukan harga yang tepat dapat memperhatikan beberapa faktor seperti contohnya faktor harga pokok barang, kualitas barang, kemampuan daya beli masyarakat, persaingan usaha, konsumen yang dituju dan sebagainya.

**c. Saluran Distribusi (*Place*)**

Saluran distribusi sangat penting bagi produsen dalam hal memasarkan suatu produknya. Perencanaan pola distribusi yang dilakukan tidak dapat sembarangan ditentukan oleh produsen agar dapat menjangkau konsumen.<sup>5</sup> Sangat sulit bagi produsen menjual produknya jika tidak ada distributor lain dibawahnya. Jadi peran distributor dalam hal pendistribusian barang dari produsen langsung ke tangan konsumen sangat vital.

**d. Promosi (*Promotion*)**

Promosi merupakan upaya untuk menarik konsumen dengan produk yang ditawarkan, sedangkan definisi dari strategi promosi adalah suatu program yang terkendali dan terpadu dari metode komunikasi hingga material yang dirancang oleh perusahaan untuk menghadirkan produknya agar diminati oleh calon konsumen.<sup>6</sup> Dalam promosi terdapat kombinasi sebagai berikut :

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, 202

<sup>5</sup> *Ibid.*, 204

<sup>6</sup> *Ibid.*, 205

1) Iklan (*Advertising*)

Iklan yang dimaksud merupakan suatu informasi yang menjelaskan secara rinci mengenai barang maupun produk jasa yang berbentuk presentasi atau penyajian sesuai ide-ide promosi yang di tempatkan pada media masal seperti media cetak, elektronik, papan reklame, spanduk, poster dan sebagainya.

2) Penjualan perorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perorangan merupakan suatu aktivitas jual beli yang dilakukan oleh agen-agen penjualan yang secara langsung turun dari rumah-kerumah ataupun hanya ditoko.

3) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

*Public relations* atau *publicity* merupakan suatu upaya suatu usaha dalam membangun relasi antara penjual dan pembeli, dalam upaya tersebut ditujukan agar suatu usaha mendapat citra yang baik (*positif*) dimata konsumen.

4) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan yaitu memberikan tawaran khusus bagi para konsumen yang ingin membeli suatu produk, seperti imbalan hadiah tertentu dengan pembelian dengan nominal tertentu, ataupun dalam bentuk potongan harga.

## **B. Diskon**

### **1. Pengertian Diskon**

Menurut Tjiptono menjelaskan definisi diskon merupakan penerapan sistem potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai suatu wujud penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembelian yang menyenangkan bagi penjual.<sup>7</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa diskon adalah suatu program dalam strategi pemasaran yang dilakukan dengan menerapkan potongan harga untuk suatu produk tertentu jangka waktu tetap dan diskon pembelian harga yang dibayar penjual kepada pembeli. Diskon ditentukan sesuai dengan setiap kebijakan dan tujuan pemilik usaha.

### **2. Jenis-jenis Diskon**

Adapun jenis-jenis diskon menurut Philip Kotler adalah sebagai berikut:

#### **a. Diskon tunai**

Diskon tunai merupakan potongan harga yang diberikan ketika konsumen melakukan pembayaran tepat waktu, biasanya hal tersebut diterapkan pada penjualan jasa maupun tagihan.

---

<sup>7</sup> Endhar Widjaya Putra, Srikandi Kumadji, Dan Edy Yulianto, “*Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*” (Malang : Universitas Brawijaya Malang, 2016) Vol.38

b. Diskon kuantitas

Diskon kuantitas merupakan diskon yang didapatkan ketika konsumen membeli suatu produk dengan jumlah banyak mendapatkan potongan harga.

c. Diskon fungsional

Diskon fungsional adalah diskon yang diberikan dengan syarat-syarat khusus seperti contoh ketika konsumen yang membeli suatu barang untuk dijual kembali maka dia akan mendapatkan harga diskon.

d. Diskon musim

Diskon musim merupakan potongan harga yang diberikan kepada konsumen pada saat-saat tertentu saja, contohnya pada saat musim liburan maka pihak penginapan memberikan diskon kepada para tamu untuk menarik minat tamu.<sup>8</sup>

Metode diskon dilaksanakan dengan berbagai cara guna menarik perhatian calon konsumen. Penjual dapat bebas memilih metode diskon yang ingin diterapkan yang menurutnya cocok dengan tujuannya, menyesuaikan dengan kebutuhannya. Meski hanya membeli produk pakaian, konsumen tetap akan mendapatkan diskon. Pada dasarnya ada konsumen yang hanya perlu membeli satu produk saja, namun ada juga konsumen yang tertarik untuk membeli dalam jumlah yang lebih besar untuk memanfaatkan metode diskon. Metode diskon diterapkan untuk menarik perhatian konsumen.

---

<sup>8</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (Indonesia : Pt Macanan Jaya Cemerlang, 2008), 104

## **C. Keputusan Pembelian**

### **1. Pengertian Keputusan Pembelian**

Keputusan merupakan suatu tindakan atau aksi yang dilakukan oleh konsumen pada saat dihadapkan pada suatu pilihan. Pada hal ini biasanya konsumen memiliki pilihan lebih dari satu, yang dimana ia harus memilih harus membeli produk tersebut atau harus membeli produk lain.<sup>9</sup>

Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap orang dalam hidupnya selalu dihadapkan pada suatu pilihan dimana ia harus dapat mengambil keputusan, seseorang membandingkan produk satu dengan produk lainnya biasanya disertai dengan informasi yang ia punya mengenai produk tersebut agar ia dapat memutuskan untuk membeli produk tersebut.

### **2. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian**

Pada jual beli terdapat faktor yang dapat mempengaruhi suatu keputusan pembelian, seperti yang dikemukakan dalam etta mamang & sopiah, Pride dan Ferrel mengelompokkan faktor yang mempengaruhi konsumen menjadi 3 kelompok, yaitu:

#### **a. Faktor pribadi**

Faktor pribadi merupakan faktor yang unik berasal dari konsumen/pembeli. Faktor pribadi dibagi menjadi tiga, yaitu:

---

<sup>9</sup> Sudaryono, "*Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*" (Jakarta : Lentera Ilmu Cendekia, 2014) 209

- 1) Faktor demografi

Faktor demografi berkaitan dengan siapa yang membuat keputusan pembelian, faktor tersebut meliputi ciri-ciri individual seperti jenis kelamin, suku, ras, agama, pendapatan.

- 2) Faktor situasional

Faktor ini ada ketika kondisi konsumen membuat keputusan pembelian tersebut di pengaruhi oleh faktor-faktor eksternal.

- 3) Faktor tingkat keterlibatan

Faktor tingkat keterlibatan ini dapat dilihat dari pertimbangan lebih seorang konsumen ketika dihadapkan pada keputusan pembelian.

- b. Faktor psikologis

Faktor psikologis yang ada disetiap diri seseorang dapat mempengaruhi perilakunya dalam mengambil suatu keputusan sebagai konsumen.

Faktor-faktor psikologis sebagai berikut :

- 1) Motif

Motif adalah kekuatan internal mengarahkan kegiatan seseorang ke arah pemenuhan kebutuhan atau pencapaian sasaran.

- 2) Persepsi

Persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian, dan penginterpretasian masukan informasi untuk menghasilkan makna.

- 3) Kemampuan dan pengetahuan

Kemampuan adalah kesanggupan seseorang dalam melakukan tugas tertentu. Sedangkan pengetahuan ketika individu mendapatkan informasi dari proses pembelajaran.

4) Sikap

Sikap merujuk pada suatu perasaan positif maupun negatif terhadap sebuah objek atau kegiatan tertentu.

5) Kepribadian

Kepribadian adalah ciri dari seorang individu yang bersifat unik. Kepribadian bisa berasal dari keturunan atau pengalaman pribadi.

c. Faktor sosial

Manusia adalah makhluk sosial, manusia hidup berdampingan dengan manusia lain bergantung dengan manusia lain, perilaku konsumen seseorang dapat dipengaruhi oleh lingkungannya masing-masing. Faktor sosial meliputi :

1) Peran dan pengaruh keluarga

Dalam memutuskan pembelian keluarga mempunyai andil besar dalam hal menentukan seseorang dalam membeli suatu barang, hal tersebut bisa terjadi dikarenakan bahwa setiap anggota keluarga memiliki keinginan, pendapat dan selera masing-masing.

2) Kelompok referensi

Kelompok referensi merupakan suatu kelompok yang menjadi sebagai media atau wadah perbandingan mengenai suatu merek, didalam suatu kelompok tersebut terdiri dari orang-orang yang memiliki selera

berbeda maupun sama. Sehingga suatu kelompok referensi dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

### 3) Kelas sosial

Kelas sosial merupakan suatu lingkungan atau kelompok yang memiliki kelas sosial yang setara. Kelas sosial merupakan pembeda terhadap suatu masyarakat kalangan atas dengan kalangan bawah.

### 4) Budaya dan subbudaya

Budaya dapat berpengaruh dalam seorang konsumen yang membeli barang ataupun menggunakannya, serta budaya juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang dibeli dan digunakannya.<sup>10</sup>

## **D. Ekonomi Islam**

### 1. Prinsip Ekonomi Islam

Landasan ekonomi Islam didasarkan pada tiga konsep fundamental, yaitu keimanan kepada Allah (tauhid), Kepemimpinan (Khilafah), dan Keadilan ('adalah). Secara umum, ekonomi Islam merupakan ekonomi yang sesuai dengan ajaran agama Islam, yaitu berdasarkan Alquran dan sunnah Nabi Muhammad SAW.<sup>11</sup>

Dalam ekonomi Islam, prinsip yang diutamakan adalah karakteristik pengambilan keputusan bukan hanya untuk individu namun juga mendorong aktivitas ekonomi masyarakat.

---

<sup>10</sup> Mamang, Etta & Sopiah, Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian ( Yogyakarta : Andi Offset, 2013), 335

<sup>11</sup> Zulkifli Rusby, Ekonomi Islam (Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2017), 3

## 2. Karakteristik Ekonomi Islam

Terdapat beberapa karakteristik dalam sistem ekonomi Islam menurut Abdullah At-Tariqi antara lain:

### a. Bersumber dari Illahiyah

Ekonomi Islam bersumber dari muamalah yang berlandaskan agama Islam yang mengikat semua manusia tanpa terkecuali.

### b. Unsur pertengahan dan berimbang

Ekonomi Islam mengedepankan kepentingan pribadi dan kemaslahatan masyarakat dalam bentuk yang berimbang.

### c. Ekonomi berkecukupan dan berkeadilan

Dalam perekonomian Islam ekonomi bertujuan untuk memenuhi dan mencukupi kebutuhan manusia. Hal ini berbeda dari ekonomi kapitalis dan sosialis dimana fokus perhatiannya adalah kekayaan.

### d. Ekonomi pertumbuhan dan keberkahan

Islam memandang harta dapat dikembangkan dengan bekerja. Hal itu hanya dapat terwujud dalam usaha keras untuk menumbuhkan kemitraan dan memperluas unsur unsur produksi demi terciptanya pertumbuhan ekonomi dan keberkahan secara kebersamaan<sup>12</sup>

## 3. Unsur-unsur Ekonomi Syariah

### a. Unsur spiritualitas, moralitas, dan etika

### b. Unsur keuntungan pengganti riba

### c. Unsur larangan: produksi barang jasa yang haram

---

<sup>12</sup> *Ibid*, 8

- d. Unsur larangan: riba
- e. Unsur larangan: judi atau maysir
- f. Unsur larangan: gharar
- g. Unsur modal dan menjauhi utang
- h. Unsur amanah: kesucian kontrak dan menepati janji<sup>13</sup>

#### 4. Larangan Utama dalam Ekonomi Islam

##### a. Larangan Maysir dalam Transaksi

Maysir berasal dari kata *yasaar* yang artinya kaya, dengan analisis bahasa karena dengan permainan itu akan menyebabkan pemenangnya menjadi kaya. Ada pula yang berpendapat bahwa kata maysir berasal dari kata *yusrun* yang artinya membagi-bagi daging unta. Hal ini sejalan dengan sifat maysir/judi yang ada pada masa Jahiliah yang karenanya ayat Alquran itu diturunkan; di mana mereka membagi-bagi daging unta menjadi dua puluh delapan bagian.<sup>14</sup> dapat diartikan bahwa *maysir* merupakan judi hal tersebut sudah tentu dilarang dalam perspektif Islam.

##### b. Larangan Gharar dalam Transaksi

Secara etimologis kata *gharar* berarti al-khatar dan sesuatu yang membahayakan, yaitu sesuatu yang tidak diketahui kepastian benar atau salahnya, spekulasi; risiko; bahaya (risk); ketidakpastian (uncertainty atau ); atau juga berarti judi; gambling atau maysir. Menurut ahli bahasa lainnya jual beli *gharar* adalah jual beli yang pada lahirnya menggiurkan

---

<sup>13</sup> *Ibid*, 8

<sup>14</sup> Azharyah Ibrahim Erika Amelia Nashr Akbar Nur Kholis Suci Aprilliani Utami Nofrianto, Pengantar Ekonomi Islam,( Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah), hal 447

pembeli sedangkan isinya tidak jelas.<sup>15</sup> Gharar dapat diartikan sebagai suatu yang tidak pasti atau spekulasi, hal ini dilarang dalam Islam karena dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak yang bertransaksi.

c. Larangan Riba/Bunga dalam Transaksi

Riba secara bahasa bermakna ziyâdah (tambahan, “increase, addition, expansion, or growth). Dalam pengertian lain, secara linguistik riba juga berarti “tumbuh” dan “membesar”. Sementara itu, menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan “tambahan” dari harta pokok atau modal secara batil. Maksud dari “tambahan” di sini, yaitu tambahan kuantitas dalam penjualan aset yang tidak boleh dilakukan dengan perbedaan kuantitas, tambahan dalam utang yang harus dibayar karena tertunda pembayarannya, seperti bunga utang, dan tambahan yang ditentukan dalam waktu penyerahan barang berkaitan dengan penjualan aset yang diharuskan adanya serah terima langsung.<sup>16</sup> Riba merupakan bunga atau biaya tambahan ketika membayar sesuatu hal tersebut dilarang dalam transaksi jual beli Islam yang bersumber dari Al-Quran.

---

<sup>15</sup> Ibid, 459

<sup>16</sup> Ibid, 476

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan yang dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan tempat penelitiannya. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami atau yang terjadi pada subjek penelitian.<sup>1</sup>

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan menggali data yang bersumber dari lapangan atau langsung yaitu di Toko Widodo.

##### **2. Sifat Penelitian**

Pada penelitian ini bersifat kualitatif, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau langsung dari yang diamati. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data.<sup>2</sup> Yang dimaksud dalam pengertian diatas adalah untuk menyajikan data, menganalisis data, dan menginteprestasikan hasil penelitian tersebut.

---

<sup>1</sup> A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian* (Jakarta: Kencana, 2017), 338.

<sup>2</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 43.

Untuk penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif karena penelitian ini mengungkap fakta-fakta yang ada dari data-data yang dikumpulkan, serta menguraikan dan menggambarkan peristiwa-peristiwa yang terjadi. Dalam hal ini peneliti hanya ingin mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan keadaan sesuatu yang diteliti. Maka dalam penelitian ini lebih menekankan pada pandangan mengenai gambaran peristiwa yang dibentuk oleh kata-kata secara ilmiah.

Maka penelitian akan mengungkap berupa keterangan-keterangan yang bersifat tidak mengandung uji signifikan, sehingga tidak ada taraf kesalahan, karena penelitian ini tidak bermaksud membuat generalisasi, sehingga tidak ada kesalahan generalisasi. Dalam penelitian ini peneliti berusaha memaparkan, mendeskripsikan, menguraikan hasil penelitian tentang Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Toko Widodo Perspektif Ekonomi Islam.

## **B. Sumber Data**

Sumber data adalah salah satu yang paling vital dalam penelitian, kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data, maka data yang diperoleh juga akan meleset dari yang diharapkan. Oleh karena itu, peneliti harus mampu memahami sumber data, baik berupa data mana yang mesti digunakan dalam penelitiannya itu.<sup>3</sup>

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dan informasi dari wawancara kepada informan, membaca dan mengutip dari berbagai sumber.

---

<sup>3</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi : Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran*, (Jakarta : Kencana 2013), 129.

Teknik penyusunannya melalui dua sumber yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder yaitu:

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.<sup>4</sup> Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti untuk tujuan penelitian. Maka dalam mencari sumber data yang utama harus diperhatikan dengan baik karena akan di jadikan sebagai obyek penelitian.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* yaitu *Purposive Sampling*. Peneliti memilih peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>5</sup> Penggunaan teknik *Purposive Sampling* dinilai cocok diterapkan pada penelitian ini dikarenakan penelitian ini mengambil sampel dari pemilik toko, karyawan toko dan hanya konsumen yang telah membeli produk yang sedang diskon.

Data yang dihasilkan dari sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data, baik secara individual maupun perseorangan, seperti hasil wawancara yang dilakukan peneliti. Sumber data primer diperoleh langsung dari wawancara yang ditujukan kepada pemilik toko widodo itu sendiri yaitu Ibu Kusmiati selaku pemilik, beberapa karyawan toko widodo itu sendiri yaitu ada Pak Cipto, Bu Siti, Mba Sri, Mba Tari, dan juga untuk

---

<sup>4</sup> *Ibid*, 129.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2010), 85

konsumen ada Ibu Salma, Pak Iwan, Ibu Nia, Pak Fauzi, Pak Arif, dan Pak Hendra.

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber kedua sesudah sumber data primer.<sup>6</sup> Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku yang berkaitan tentang Pelaksanaan Jual Beli, seperti buku yang berjudul *Konsep dan Strategi Pemasaran* dan buku yang berjudul *Kewirausahaan*.

## C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dan wajib dalam penelitian, sebab jika penulis tidak mengetahui teknik mendapatkan data maka tidak dapat mengetahui data yang valid, benar, dan standar yang sudah ditetapkan. Karena tujuan dari pengumpulan data adalah mendapatkan sumber-sumber data.<sup>7</sup>

Teknik pengumpulan data agar mendapatkan informasi secara kualitatif maka yang dilakukan oleh penulis adalah melalui wawancara dan dokumentasi. Terdapat beberapa instrumen dalam pengumpulan data sebagai berikut:

### 1. Teknik Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara

---

<sup>6</sup> S. Nasution, *Metode Research*, ( Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 144-145.

<sup>7</sup> Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), 133.

pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.<sup>8</sup>

Wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi terstruktur, yaitu pelaksanaan wawancara yang dilakukan dengan lebih jelas yang tujuannya agar narasumber lebih terbuka menyampaikan informasi sehingga permasalahan yang ada lebih jelas.<sup>9</sup> Wawancara dilakukan secara mendalam kepada pemilik toko widodo itu sendiri yaitu Ibu Kusmiati selaku pemilik, beberapa karyawan toko widodo yaitu Pak Cipto, Bu Siti, Mba Sri, Mba Tari, dan juga untuk konsumen ada Ibu Salma, Pak Iwan, Ibu Nia, Pak Fauzi, Pak Arif, Pak Hendra.

## 2. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.<sup>10</sup>

Jadi dalam penelitian menggunakan metode dokumentasi ini pengumpulan data dilakukan dengan menggali informasi yang dapat ditemukan baik dalam catatan, tulisan ataupun foto terkait dengan penelitian.

---

<sup>8</sup> *Ibid*, 372.

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Manajemen*, (Bandung : Alfabeta, 2014), 387

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 152.

Metode ini digunakan sebagai bahan informasi yang berupa profil dari tempat penelitian yaitu di Toko Widodo.

#### **D. Teknik Uji Keabsahan Data**

Keabsahan data dalam suatu penelitian merupakan salah satu syarat wajib agar hasil penelitian yang dihasilkan dapat di percaya. Hal ini ditujukan untuk mengetahui apakah data yang disajikan sudah sesuai atau belum. Dalam penelitian ini menggunakan metode perpanjangan pengamatan.<sup>11</sup>

Perpanjangan pengamatan dirasa tepat dalam penelitian ini, karena proses dari pengecekan kredibilitas data yang didapat melalui pertemuan dengan narasumber dengan rentang waktu yang berbeda. Dalam perpanjangan pengamatan ini dapat meningkat karena peneliti melakukan pengamatan kembali ke lokasi penelitian dengan narasumber sama atau yang baru. Pada dasarnya metode perpanjangan pengamatan dilakukan dengan melakukan pengecekan data berulang ke lapangan hingga data yang didapat valid atau kredibel.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan metode untuk menganalisis data-data yang sudah ada, teknik ini teknik yang terakhir setelah kita mendapatkan data-data penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang bersifat deskriptif kualitatif dan metode berfikirnya menggunakan secara induktif. Berfikir induktif merupakan suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, 271.

konkrit, peristiwa asli, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.<sup>12</sup>

Analisis data merupakan salah satu prosedur yang harus ada dalam penelitian. Proses ini sangat berkaitan erat dengan proses-proses sebelumnya. Data yang diperoleh merupakan data kualitatif oleh karena itu teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif dengan menggunakan metode berpikir induktif. Dimana pengambilan kesimpulan dimulai dari pernyataan atau fakta-fakta khusus menunjukkan kesimpulan yang bersifat umum.

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, 224.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Lokasi Penelitian**

##### **1. Awal mula berdiri serta gambaran umum Toko Widodo**

Toko widodo berdiri sejak 90-an yang didirikan langsung oleh pak yoko suami dari ibu kusmiati yang pada awalnya beliau melihat kota metro ini belum mempunyai toko pakaian seragam yang cukup lengkap dan memiliki kualitas yg baik sehingga beliau memutuskan untuk mendirikan toko widodo ini, untuk pemilihan nama widodo sebagai nama toko tersebut diambil dari nama salah seorang anak yang ke-4.<sup>1</sup>

Pada awal berdirinya toko widodo hanya dapat ditemukan di pasar kopindo saja lalu dengan seiringnya waktu beliau membuka cabang baru yang berlokasi di komplek pertokoan mega mall yang tidak jauh dari toko pertamanya yang direalisasikan pada tahun 2019 silam, bukan tanpa alasan beliau membuka cabang baru dengan adanya cabang baru yang lebih baru lebih luas dan lebih lengkap diharapkan dapat lebih menjangkau konsumen-konsumen baru dikarenakan tempatnya yang strategis berada didepan tidak jauh dari jalan besar sehingga mudah dijangkau, lalu diikuti juga dengan perluasan toko pertamanya yang ada di pasar kopindo yang pada awalnya hanya 1 petak ruko sekarang menjadi 2 petak ruko yang dijadikan 1 tempat

---

<sup>1</sup> Ibu Kusmiati, Pemilik Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 14 September 2023 Pukul 15:25 Wib.

sehingga menjadi lebih luas dapat menampung berbagai jenis produk. Toko Widodo saat ini memiliki jumlah total 13 karyawan yang ditempatkan pada kedua tokonya dengan pembagian 4 karyawan berada di toko widodo pasar kopindo dan sisanya yaitu 9 karyawan pada toko widodo mega mall. Pada saat ini toko widodo yang utama yang berada di mega mall dikarenakan lebih mudah dijangkau pelanggan yang beralamatkan di Jalan Jendral Sudirman Blok B, No.27 Komplek Pertokoan Megamall Kota Metro dan untuk toko pertamanya berada di Pasar Kopindo Blok R No. 43-44.<sup>2</sup>

Gambar 4.1 Keadaan Toko Widodo



## 2. Produk yang dijual di Toko Widodo

Toko widodo mungkin lebih dikenal oleh konsumennya sebagai toko seragam namun pada dasarnya toko widodo tidak hanya menjual produk seragam sekolah saja, selain menyediakan seragam mulai dari SD, SMP, dan SMA, toko widodo juga menjual berbagai jenis perlengkapan haji, seperti

<sup>2</sup> Ibu Kusmiati, Pemilik Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 19 Maret 2022 Pukul 16:05 Wib.

kain ihram sarung tangan haji dan sebagainya. Di toko widodo juga terdapat seragam KOPRI seragam Pramuka hingga perlengkapan pramuka, selain itu juga terdapat baju maupun perlengkapan muslim seperti contohnya baju koko, kopiah, sarung, hingga hijab, termasuk lengkap melihat apa yang dijual oleh toko widodo sebagai toko pakaian pada umumnya.<sup>3</sup>

**Gambar 4.2**  
**Seragam SD, SMP, SMP**



---

<sup>3</sup> *Ibid.*

**Gambar 4.3**  
**Seragam Pramuka**



**Gambar 4.4**  
**Seragam KOPRI**



**Gambar 4.5**  
**Baju Koko**



**Gambar 4.6**  
**Pakaian Haji (Kain Ihram)**



Untuk harga dari produk produk tersebut bervariasi mulai dari seragam SD Rp.135.000, seragam SMP Rp.160.000, seragam SMA Rp.180.000. Untuk seragam pramuka berbeda harga dengan seragam biasa yaitu seragam pramuka SD Rp.155.000, pramuka SMP Rp.185.000, pramuka SMA Rp.190.000. Untuk harga produk lain seperti baju koko Rp.150.000 dan seragam KOPRI dengan harga Rp.250.000, dan masih banyak lagi produk lain yang dijual toko widodo.<sup>4</sup>

Selain menyediakan produk seperti diatas, toko widodo juga menyediakan perlengkapan/aksesoris baju seragam sekolah, perlengkapan/aksesoris pramuka, buku, tas, bahkan menyediakan pakaian *training*.

### 3. Metode pemasaran yang dipakai oleh Toko Widodo

Promosi merupakan salah satu kegiatan yang berperan penting dalam mempengaruhi konsumen yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memasarkan produk-produknya dan juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan produknya. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh toko widodo yaitu dengan menerapkan periklanan (*Advertising*), dan promosi (*Promotion*).

Toko Widodo adalah sebuah bisnis pribadi yang bergerak didalam bidang pakaian seragam. Agar bisnis tersebut dapat mencapai tujuan yaitu menghasilkan keuntungan, maka pemilik toko perlu menerapkan pemasaran

---

<sup>4</sup> Tari, Karyawan Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 14 September 2023 Pukul 10:41 Wib.

yang efektif dan efisien. dalam wawancara kepada pemilik toko diketahui bahwa toko widodo sudah menerapkan strategi pemasaran antara lain :

a. Periklanan (*Advertising*)

Kegiatan periklanan merupakan kegiatan penyajian penjualan non-personal yang dikomunikasikan dalam bentuk media atau non-media untuk mempengaruhi sejumlah besar konsumen. Periklanan umumnya dimaksudkan untuk menumbuhkan kesan (*image*) dari merk, instansi, atau industri tertentu<sup>5</sup>. Menurut dari hasil wawancara yang sudah dilakukan bersama ibu kusmiati selaku pemilik Toko Widodo, metode pemasaran yang dipakai selama ini yaitu dengan menerapkan pengiklanan dengan disiarkan melalui stasiun radio.<sup>6</sup> Selain metode tersebut menerapkan juga metode menyebarkan brosur hingga membagikan kalender pada sekolah-sekolah yang ada di kota metro sehingga toko widodo mendapat konsumen dengan cakupan yang sangat luas tidak hanya dari dalam kota metro saja.<sup>7</sup>

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Bentuk kegiatan promosi yang bertujuan untuk mendorong pelanggan untuk membeli suatu produk tertentu<sup>8</sup>. Promosi penjualan yaitu insentif jangka pendek dapat berguna untuk mendorong pembelian atau penjualan produk secara efektif. Promosi penjualan yang dilakukan toko

---

<sup>5</sup> Jeff Madura, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Salemba Emman Patria, 2001), hlm.158

<sup>6</sup> Ibu Kusmiati, Pemilik Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 19 Maret 2022 Pukul 16:05 Wib.

<sup>7</sup> *Ibid.*

<sup>8</sup> Yusuf Saleh & Miah Said, *KONSEP DAN STRATEGI PEMASARAN* (Makassar : CV SAH MEDIA, 2019) hlm.196

widodo agar dapat menarik pelanggan untuk segera membeli produk yang ditawarkan yaitu dengan cara mengadakan diskon di waktu-waktu tertentu, seperti hasil dari wawancara yang dilakukan kepada ibu kusmiati bahwasannya penerapan diskon dilakukan kepada produk yang sudah lama tidak terjual sehingga diharapkan dapat mengurangi resiko kerugian yang diakibatkan produk lama yang tidak kunjung terjual.<sup>9</sup>

## B. Diskon yang ada Pada Toko Widodo

### 1. Detail Produk yang Diskon

Diskon adalah salah satu strategi pemasaran yang sering digunakan oleh Toko untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan produk. Diskon pada baju koko/baju pria muslim diterapkan dengan tujuan agar produk tersebut dapat terjual, sehingga dapat segera tergantikan dengan produk baru yang lebih baru dan dengan motif yang lebih *up to date*.<sup>10</sup>

**Gambar 4.7**  
**Detail Baju Koko**



<sup>9</sup> Ibu Kusmiati, Pemilik Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 19 Maret 2022 Pukul 16:05 Wib.

<sup>10</sup> *Ibid.*

Dengan diterapkannya diskon sebagai salah satu alat promosi penjualan yang sudah terbukti dapat meningkatkan penjualan suatu produk, hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk tersebut ketika pada waktu tertentu seperti hari besar Islam dan sebagainya.

## 2. Kualitas produk yang di Diskon

Kualitas barang dan jasa yang diproduksi haruslah menjadi perhatian utama bagi seorang pedagang. Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya<sup>11</sup>. Kualitas barang dan jasa menyangkut kepercayaan pelanggan, sehingga harus benar-benar diperhatikan. Jika sampai kehilangan kepercayaan dari pelanggan maka bisa membuat pelanggan berpindah ke toko lain. Adapun produk yang di diskon pada toko widodo berupa Seragam sekolah.

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan pemilik toko produk yang mendapat potongan harga tersebut merupakan produk yang belum laku sejak tahun lalu (2021) sehingga untuk menghabiskan stok produk tersebut agar bisa diganti dengan stok baru yang *fresh* maka pemilik toko menerapkan diskon agar dapat segera laku dan habis. Untuk kualitas produk baju koko yang didiskon tersebut ibu kusmiati berasumsi bahwa produknya masih dalam keadaan yang baik.<sup>12</sup> Begitupun menurut salah satu karyawan yang menilai

---

<sup>11</sup> Rosnaini Daga, CITRA, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN (Makassar : Global Research And Consulting Institute, 2017) hal.37

<sup>12</sup> Ibu Kusmiati, Pemilik Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 19 Maret 2022 Pukul 16:05 Wib.

bahwa baju koko tersebut masih dalam keadaan yang baru sama sekali belum pernah dipakai maupun dikeluarkan dari bungkusnya<sup>13</sup>

Menurut salah satu konsumen di Toko Widodo menyatakan bahwa produk yang didiskon tersebut masih dalam keadaan yang sangat bagus dikarenakan produknya masih rapi didalam box kemasannya.

*“Menurut saya baju koko yang sedang diskon ini masih dalam keadaan yang bagus dan masih rapih didalam kotaknya.”<sup>14</sup>*

Dengan demikian, konsumen dapat terus mempercayai para pedagang. Pada suatu usaha, seorang pedagang harus dapat mengidentifikasi harapan pelanggan terhadap kualitas yang diinginkan. Dalam hal ini, kualitas barang sangat bergantung pada interaksi antara penjual dengan konsumen.

### 3. Cara Penerapan Diskon

Diskon bisa menjadi daya tarik tersendiri dalam kegiatan manusia ketika berbelanja, banyak faktor yang mempengaruhi, tetapi banyak juga alasan kenapa produk diskon diminati atau tidak diminati oleh konsumen. Produk yang didiskon memberikan harga yang lebih murah dibanding pada harga biasanya hal tersebut terkadang membuat konsumen langsung membeli suatu produk tersebut dengan alasan dapat berhemat dan juga takut kehilangan momen atau “FOMO” (*Fear Of Missing Out*) diskon tersebut, hal tersebut bisa jadi daya tarik untuk konsumen sehingga menciptakan keputusan impulsif yang pada awalnya calon konsumen tidak merencanakan untuk membeli produk tersebut tetapi mengetahui produk itu sedang diskon sehingga

---

<sup>13</sup> Tari, Karyawan Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 14 September 2023 Pukul 10:41 Wib.

<sup>14</sup> Nia, Konsumen Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 18 September 2023 Pukul 13:35 Wib.

menggerakkan konsumen untuk membelinya. seperti konsumen toko widodo yang bernama pak Iwan mengatakan bahwa :

*“Saya awalnya hanya ingin membelikan perlengkapan pramuka untuk anak saya tetapi saya diberitahu oleh salah satu karyawan bahwa baju koko tersebut sedang diskon saya pun tertarik untuk membelinya”*.<sup>15</sup>

Pada toko widodo sistem diskon yang diberikan yaitu dengan diskon potongan harga. Potongan harga yang dimaksud ialah dengan melalukan potongan harga pada produk baju koko menjadi Rp. 100.000 dari harga normal sekitar Rp. 150.000 – Rp. 200.000.<sup>16</sup> sistem diskon ini hanya diterapkan pada cabang toko widodo pada Pasar Kopindo Blok R No. 43-44.

Diskon yang dilakukan pada toko widodo ini dilakukan dengan cara karyawan menawarkan produk yang sedang diskon tersebut kepada pembeli secara langsung.<sup>17</sup> Hal tersebut bisa menarik minat konsumen dengan adanya diskon tersebut konsumen dapat hemat dibandingkan membeli pada harga normal. Hal tersebut sudah dibuktikan pada pengamatan ketika produk yang sedang diskon maka produk tersebut cukup banyak terjual.

#### 4. Tujuan Pemberian Diskon

Tujuan pemberian diskon pada umumnya adalah untuk meningkatkan penjualan suatu produk atau jasa, sehingga menghasilkan keuntungan bagi penjual. Diskon juga dapat memberikan keuntungan bagi konsumen, seperti harga yang lebih terjangkau, atau nilai tambah lainnya. Iming-iming adanya

---

<sup>15</sup> Pak Iwan, Konsumen Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 16 September 2023 Pukul 11:35 Wib

<sup>16</sup> Ibu Kusmiati, Pemilik Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 14 September 2023 Pukul 15:25 Wib.

<sup>17</sup> *Ibid*

potongan harga dapat menarik konsumen dapat membeli, mencoba dan akhirnya jika terpuaskan maka konsumen akan melakukan pembelian ulang pada produk tersebut dan Meningkatkan penjualan.

Dalam memberikan diskon, penting bagi penjual untuk mempertimbangkan dampaknya terhadap keuntungan dan operasional toko, serta untuk memastikan bahwa diskon yang diberikan tetap menguntungkan bagi bisnis jangka panjang.

Adapun tujuan diskon yang ingin dicapai oleh toko widodo yaitu bertujuan agar dapat menjual lebih banyak produk baju koko tersebut, sehingga produk tersebut diharapkan cepat habis dan dapat diganti dengan stok produk yang baru sehingga dapat meminimalisi kerugian yang diakibatkan oleh produk yang rusak termakan waktu.<sup>18</sup>

### C. Pembahasan

Dalam kegiatan promosi juga harus menerapkan prinsip-prinsip Islam seperti diskon yang ditinjau dalam ekonomi Islam, apakah sudah sesuai dengan dengan ajaran syariah. Karena ekonomi Islam sangat berpengaruh penting yang bertujuan untuk menuntun dan mengarahkan manusia dalam berbisnis ke jalan yang sesuai syariah Islam agar di ridhoi Allah SWT.

Di era modern sekarang ini, tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pelaku bisnis untuk mampu melaksanakan kegiatan bisnisnya lebih efektif dan efisien, dan yang lebih penting adalah dapat membuat daya tarik

---

<sup>18</sup> Ibu Kusmiati, Pemilik Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 25 September 2023 Pukul 15:25 Wib.

sendiri agar konsumen melirik bisnisnya, dengan itu toko widodo menerapkan sistem diskon pada produk baju koko, yang dimana produk tersebut merupakan stok lama yang belum terjual.

Penerapan diskon yang dilakukan oleh toko widodo merupakan jenis diskon musiman yang biasanya dilakukan dalam kondisi khusus saja dalam hal ini dilakukan supaya dapat menjual stok lama yang tidak laku terjual. Baju koko didiskon dengan harga hanya Rp.100.000, toko widodo menerapkan diskon tersebut dengan tujuan meminimalisir resiko kerugian akibat rusaknya produk yang tidak terjual. Diskon yang diterapkan menurut salah satu karyawan dari toko widodo yang menyebutkan bahwa:

*“ Baju koko yang didiskon banyak laku terjual sekitar 24 buah dari total 30 baju koko yang dijual telah laku terjual dalam beberapa bulan terakhir.”<sup>19</sup>*

Hal tersebut positif bagi toko widodo dikarenakan dapat terjual walau tidak semuanya habis terjual.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen seperti contohnya faktor pribadi itu sendiri dalam hal ini produk yang didiskon tersebut hanya baju koko/ baju pria muslim, sehingga konsumen yang dituju hanyalah pria muslim sehingga cakupan konsumen tidak meluas, dan juga terdapat faktor psikologis yang dimana terdapat konsumen yang memutuskan membeli secara impulsif atau spontan dan ada juga konsumen yang memutuskan membelinya karena faktor kebutuhan atas produk tersebut, yaitu dengan

---

<sup>19</sup> Tari, Karyawan Toko Widodo, Wawancara Pada Tanggal 14 September 2023 Pukul 10:41 Wib.

konsumen yang membeli secara spontan sebanyak 5 orang dan konsumen yang membeli karena kebutuhan hanya 1 orang.

Dari fakta yang ada telah diuraikan dan dicermati di atas dapat diketahui dari hasil wawancara dengan pemilik, karyawan hingga konsumen, metode promosi toko widodo dalam perspektif ekonomi Islam. Adapun karakteristik pemasaran Islami yang beberapa poin yang sudah diterapkan toko widodo ialah : tidak mengandung :

1. *Riba*, dalam beberapa ayat di Al-Qur'an yang menyatakan melarang riba' dalam bentuk apapun. Dalam hal ini, toko Widodo tidak ada unsur riba' didalamnya karena pembeli atau konsumen tidak merasa membeli produk yang mengharuskan biaya tambahan setelah melakukan transaksi pembelian.
2. *Gharar*, dalam menjalankan bisnisnya, toko widodo ada beberapa poin yang sudah menjalankan aturan-aturan dalam berbisnis menurut prinsip Islam. Seperti menjelaskan produk dengan jelas, menyebutkan warna produk, ukuran, dan detail bahan. Hal tersebut sudah dijelaskan oleh pegawai yaitu dengan menjelaskan bagaimana kondisi produk yang didiskon tersebut dengan apa adanya dari toko widodo sehingga jelas sudah mengikuti prinsip Islam.
3. *Maisyir*, Maisyir atau judi, baik kecil atau besar merupakan faktor yang dominan atau faktor kecil dari sebuah transaksi dan sering dikenal dengan memperoleh keuntungan dengan cara yang mudah, hukumnya adalah haram

yang membuat agar upaya untung-untungan.<sup>20</sup> Dalam hal ini tidak ditemukan di dalam praktik jual beli produk diskon yang ada di toko widodo walaupun produk tersebut merupakan produk lama sehingga ada yang masih bagus dan juga ada kecil kemungkinan juga produk tersebut ada produk rusak/cacat termakan oleh waktu, namun konsumen tidak perlu khawatir pasalnya toko widodo menerapkan kebijakan bahwa konsumen dapat menukarkannya dengan produk yang baru jika terdapat cacat pada produk.

---

<sup>20</sup> Muhammad Arif, Makalah “RIBA, GHARAR DAN MAISIR DALAM EKONOMI ISLAM” (Makassar : UIN ALAUDDIN MAKASSAR, 2019) hlm.10

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

Metode promosi yang dilakukan Toko widodo yaitu dengan menerapkan bauran pemasaran yang memadukan antara produk harga dan promosi yang dituangkan dalam sistem diskon yaitu diskon musiman. Hal tersebut dinilai efektif dilihat bahwa produk yang didiskon terjual sebanyak 24 pcs dari total produk yang dijual sebanyak 30 psc baju koko.

Tetapi Secara keseluruhan, diskon dapat menjadi alat yang efektif untuk memotivasi pembeli untuk meningkatkan pembelian sehingga dapat meningkatkan volume penjualan bagi penjual, namun perlu dilakukan dengan hati-hati untuk menghindari kerugian dan memastikan bahwa diskon efektif dalam mencapai tujuan awal si penjual, dan juga metode pemberian diskon atau potongan harga dalam perspektif ekonomi Islam ini sudah sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip sesuai syariat Islam karena didalam promosi yang dilakukan oleh Toko Widodo tidak ditemukannya penyimpangan dari ketentuan ekonomi yang berlandaskan pada Islamiyah.

#### **B. Saran**

Bardasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah ada, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

## 1. Saran Penjual

- a. Tentukan tujuan diskon: Pastikan bahwa diskon yang diterapkan memiliki tujuan jelas seperti meningkatkan volume penjualan, menarik pelanggan baru, atau meningkatkan loyalitas pelanggan.
- b. Tentukan target pasar yang tepat: Terapkan diskon pada produk yang paling cocok untuk target pasar tertentu dan pastikan diskon tersebut memiliki nilai bagi pelanggan.
- c. Sesuaikan diskon dengan preferensi pelanggan: Terapkan diskon pada produk yang paling dicari oleh pelanggan dan sesuaikan dengan preferensi pelanggan untuk membuat diskon lebih efektif.
- d. Evaluasi efektivitas diskon: Setelah menerapkan diskon, evaluasi efektivitas diskon dengan melacak perubahan dalam volume penjualan dan tingkat pembelian.

## 2. Saran konsumen

Konsumen diharapkan dapat lebih teliti lagi dalam melakukan jual beli, tak terkecuali membeli produk yang sudah lama, seperti mengecek, mencoba, meneliti tiap sudut produk terlebih dahulu produk sebelum membelinya, sehingga meminimalisir kerugian bagi pihak konsumen dikemudian hari.

## 3. Saran peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dan juga diharapkan penelitian dengan tema serupa dilakukan di berbagai tempat lain dalam

meneliti strategi pemasaran dengan menerapkan sistem diskon, karena hal ini merupakan salah satu daya tarik bagi konsumen dalam menawarkan produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *KEWIRAUSAHAAN*. Bandung : Alfabeta, 2013.
- Anissatul Laily, Clara. “*PERAN PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK MELALUI DISKON KARTU MEMBER DI OMAH UWOH PATI*”. Kudus : STAIN Kudus, 2017.
- Arif, Muhammad. “*RIBA, GHARAR DAN MAISIR DALAM EKONOMI ISLAM*”. Makassar : UIN ALAUDDIN MAKASSAR, 2019
- Daga, Rosnaini. *CITRA, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Makassar : Global Research And Consulting Institute, 2017.
- Daniel, Moehar. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Edy Saputro, Juwanto. “*Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*”. Metro : IAIN Metro, 2018.
- Echdar, Saban dan Maryadi. *Etika Bisnis & Kewirausahaan*. Yogyakarta : Deepublish, 2019.
- Haryanti, Nine & Trisna Wijaya. “*Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya*”. Tasikmalaya : Jurnal Ekonomi Syariah, 2019 Vol. 4, No. 2.
- Ibrahim, Azharsyah. Amelia, Erika. Akbar, Nashr. Kholis, Nur. Utami, Suci Aprilliani. Nofrianto. *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta : Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Khosyi’ah, Siah. *FIQIH MUAMALAH PERBANDINGAN*. Bandung : Pustaka Setia, 2014.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Manajemen Pemasaran. Terj. Benjamin Molan. Indonesia : PT MACANAN JAYA CEMERLANG, 2008.
- Madura, Jeff. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : PT Salemba Emban Patria, 2001.
- Mamang, Etta & Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : ANDI OFFSET, 2013.
- Muhamad. *METODOLOGI PENELITIAN EKONOMI ISLAM: Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi dengan contoh-contoh Aplikasi: Proposal Penelitian dan Laporrannya)*. Depok : Rajawali Pers, 2008.
- Mustofa, Imam. *FIQIH MUA’MALAH Kontemporer*. Depok : Rajawali Pers, 2019.

- Prasetyani, Dwi. *Kewirausahaan Islami*. Surakarta: CV. Djiwa Amarta Press, 2020.
- Putra, Endhar Widjaya, Srikandi Kumadji, dan Edy Yulianto. “*Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*”. Malang: Universitas Brawijaya Malang, 2016.
- Rusby, Zulkifli. *Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2017
- S. Nasution. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Saleh, Muhammad Yusuf, & Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makasar : CV Sah Media, 2019.
- Sudaryono. *PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF PEMASARAN*. Jakarta : Lentera Ilmu Cendekia, 2014.
- Sugiyono. *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF*. Bandung : Alfabeta, 2010.
- Sugiyono. *METODOLOGI PENELITIAN MANAJEMEN*. Bandung : Alfabeta, 2014.

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id); e-mail: [febi.iain@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iain@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-4439/In.28.1/J/TL.00/12/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Hotman (Pembimbing 1)  
(Pembimbing 2)  
di-

Tempat  
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **GISKA PRADANA**  
NPM : 1804041070  
Semester : 9 (Sembilan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : EFEKTIFITAS PEMBERIAN DISKON DALAM PELAKSANAAN JUAL BELI DI TOKO WIDODO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
  - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 14 Desember 2022  
Ketua Jurusan,



**Dharma Setyawan MA**  
NIP 19880529 201503 1 005

10/7/23, 10:47 AM

IZIN RESEARCH



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2813/In.28/D.1/TL.00/09/2023  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
PEMILIK USAHA TOKO WIDODO  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2814/In.28/D.1/TL.01/09/2023, tanggal 22 September 2023 atas nama saudara:

Nama : **GISKA PRADANA**  
NPM : 1804041070  
Semester : 11 (Sebelas)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada PEMILIK USAHA TOKO WIDODO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di TOKO WIDODO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "EFEKTIFITAS PEMBERIAN DISKON DALAM PELAKSANAAN JUAL BELI DI TOKO WIDODO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 22 September 2023  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

## **SURAT TUGAS**

Nomor: B-2814/In.28/D.1/TL.01/09/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **GISKA PRADANA**  
NPM : 1804041070  
Semester : 11 (Sebelas)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di TOKO WIDODO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "EFEKTIFITAS PEMBERIAN DISKON DALAM PELAKSANAAN JUAL BELI DI TOKO WIDODO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 22 September 2023

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
RUSMIATI SE

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

**NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: [digilib.metrouniv.ac.id](http://digilib.metrouniv.ac.id); [pustaka.iain@metrouniv.ac.id](mailto:pustaka.iain@metrouniv.ac.id)

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-1244/In.28/S/U.1/OT.01/11/2023**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : GISKA PRADANA  
NPM : 1804041070  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 1804041070

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 14 November 2023  
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.  
NIP. 19750505 200112 1 002

## ***OUTLINE***

### **EFEKTIFITAS PEMBERIAN DISKON DALAM PELAKSANAAN JUAL BELI DI TOKO WIDODO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN NOTA DINAS**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HALAMAN ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

**BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Pemasaran
  - 1. Pengertian Promosi

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)
  3. Diskon
- B. Jual Beli
1. Pengertian Jual Beli
  2. Hukum Jual Beli
  3. Rukun & Syarat Jual Beli
- C. Keputusan Pembelian
1. Pengertian Keputusan Pembelian
  2. Tahapan Proses Keputusan Pembelian
  3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Uji Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data

### **BAB IV PEMBAHASAN**

- A. Deskripsi Lokasi Penelitian
  1. Awal mula berdiri serta gambaran umum Toko Widodo
  2. Produk-produk yang dijual di Toko Widodo
  3. Metode pemasaran yang telah diterapkan oleh Toko Widodo
- B. Diskon yang ada Pada Toko Widodo
  1. Detail Produk yang Diskon

2. Kualitas produk yang Diskon
3. Cara Penerapan Diskon
4. Tujuan Pemberian Diskon

C. Pembahasan

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Mengetahui

Pembimbing



**Hotman M.E.Sy**

Metro, 13 September 2023

Mahasiswa Ybs,



**Giska Pradana**  
**NPM. 1804041070**

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### EFEKTIFITAS PEMBERIAN DISKON DALAM PELAKSANAAN JUAL BELI DI TOKO WIDODO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Informan : Pemilik, Karyawan, dan Konsumen

Lokasi : Toko Widodo Mega Mall Kota Metro

#### A. Wawancara dengan Pemilik Toko yaitu Ibu Kusmiati

1. Kapan berdirinya Toko Widodo ?
2. Apa yang melatarbelakangi berdirinya usaha ini ?
3. Produk apa saja yang dijual di Toko Widodo ini ?
4. Ada berapa karyawan di Toko Widodo ini ?
5. Apa saja metode promosi yang diterapkan dalam menjual produk Toko Widodo ?
6. Kenapa anda menerapkan sistem diskon sebagai strategi pemasarannya?
7. Bagaimanakah tata cara diskon yang anda terapkan ?
8. Produk apa saja yang didiskon ?
9. Apakah produk yang didiskon tersebut dalam keadaan yang baik ?
10. Seberapa besar pengaruh diskon terhadap penjualan ?

#### B. Wawancara Karyawan Toko Widodo

1. Apakah pengunjung setiap harinya selalu ramai ?
2. Apakah ada perbedaan penjualan disaat sebelum dan sesudah menerapkan sistem diskon tersebut ?

3. Apakah pernah ada yang komplain mengenai produk yang didiskon tersebut ?

4. Bagaimana pandangan anda secara pribadi mengenai kondisi produk yang didiskon tersebut ?

C. Wawancara Konsumen Toko Widodo

1. Sejak kapan anda membeli produk di Toko Widodo ?

2. Dari mana anda mengetahui adanya Diskon di Toko Widodo ?

3. Pada awalnya produk apakah yang ingin anda beli ?

4. Kenapa anda tertarik membeli produk yang Diskon tersebut ?

5. Bagaimanakah keadaan produk yang Diskon ?

6. Apakah anda merasa puas dengan produk tersebut ?

D. Dokumentasi

1. Foto ketika melakukan wawancara dengan pemilik, karyawan, dan konsumen di Toko Widodo

2. Foto Produk yang Diskon di Toko Widodo

Mengetahui

Metro, 13 September 2023

Pembimbing



**Hotman M.E.Sy**

Mahasiswa Ybs,



**Giska Pradana**  
**NPM. 1804041070**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id  
Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Giska Pradana                      Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah  
NPM : 1804041070                                              Semester/TA : 8 / 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jamian 28/08/2022 /3	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Perbaiki sistematika penulisan.</li><li>✓ Lihat pedoman cara pengutipan, terlebih mengutip dari Al Qur'an pada hadits.</li><li>✓ Cara membuat paragraph masih salah.</li><li>✓ Rona masalah itu, mungkin apa sebenarnya yg ingin dicari/diteliti.</li></ul>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Hofman M.R.Sy

Giska Pradana  
NPM. 1804041070



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @mctrouniv.ac.id  
Website : www.mctrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Giska Pradana Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah  
NPM : 1804041070 Semester/TA : 8 / 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		<p>✓ Penelitian relevan itu harus dipahami secara utuh menyeluruh.</p> <p>Hal? yg harus dipelajari:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Latar belakang penelitian</li><li>- Asal penelitian/ Prodi/ PT</li><li>- Fokus penelitian</li><li>- Perbedaan</li><li>- Persamaan</li></ul> <p>✓ Pembahasan terhadap teori yg digunakan dalam di narasikan.</p>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Hotman M.E.Sy

Giska Pradana  
NPM. 1804041070



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id  
Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Giska Pradana                      Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah  
NPM : 1804041070                                              Semester/TA : 8 / 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Metode secara sistematis dapat dilihat PA below</li><li>✓ Teknik interview yg berm yg digunakan, lalu alasan harus jolas.</li><li>✓ Apakah observasi penting?</li><li>✓ Teknik analisis data dikaitkan by peneliti yg akan dilakukan.</li></ul>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Hbrman M.R.Sy

Giska Pradana  
NPM. 1804041070



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id  
Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Giska Pradana Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah  
NPM : 1804041070 Semester/TA : 8 / 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis. 21/08/2022 14	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Masalah mengenai Diskon untuk Belanja kampah!</li><li>✓ Rumus masalah Akuntansi by Jurnal Praktis.</li><li>✓ Cari Peneliti pelaran yg sejenis dan kiperlain</li><li>✓ Perlu teori mengenai Etika Bisnis / Etika Jilid buku</li></ul>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Hafman M.H.Sy

Giska Pradana  
NPM. 1804041070



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : [iaimetro@metroun.ac.id](mailto:iaimetro@metroun.ac.id)  
Website : [www.metroun.ac.id](http://www.metroun.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Giska Pradana Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah  
NPM : 1804041070 Semester/TA : 8 / 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		<p>✓ Pilih wawancara tidak tepat. pilih yg beban terpinpin / semi terstruktur.</p> <p>✓ Maspun bukan sebagai manindaha tulir yg aka di laku maspan, tp kikanitka by penelidit yg aka di lakukaa.</p>	

Dosen Pembimbing I

  
Hotman M.E.Sy

Mahasiswa ybs,

  
Giska Pradana  
NPM. 1804041070



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, E.mail : @metrouniv.ac.id  
Website : www.netrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL.

Nama Mahasiswa : Giska Pradana Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah  
NPM : 1804041070 Semester/TA : 8 / 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 4/17/2022	Acc proposal skripsi lanjutan 1/2 semester	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa ybs,

Hotman M.R.Sy

Giska Pradana  
NPM. 1804041070



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id  
Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Giska Pradana Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah  
NPM : 1804041070 Semester/TA : 11 / 2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Pradana 13/2023 109	All APD & Outline	

Dosen Pembimbing

Hotman M.E.Sy

Mahasiswa ybs,

Giska Pradana  
NPM. 1804041070



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id  
Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Giska Pradana Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah  
NPM : 1804041070 Semester/TA : 11 / 2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 03/2023 /10	Lengkapi BAB IV sesuai dengan APD yang telah ada	
	Rabu 11/2023 /10	- U/scan dikam scan printer - scan juga ditjula bpl: - panilita tobo - monyulit/pebaga. - peneliti selanjutnya	

Dosen Pembimbing

Hotman M.E.Sy

Mahasiswa ybs,

Giska Pradana  
NPM. 1804041070



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id  
Website : www.metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Giska Pradana                      Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah  
NPM : 1804041070                                              Semester/TA : 11 / 2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 13/11/2023	Acc Skripsi y/ & ujibau dalam sidang Mumpung Febr IAIN Metro	

Dosen Pembimbing

Hotman M.E.Sy

Mahasiswa ybs,

Giska Pradana  
NPM. 1804041070

## DOKUMENTASI

Foto Dengan Pemilik Toko Widodo



Foto Dengan Karyawan Toko Widodo



Foto Dengan Konsumen Toko Widodo



Foto lokasi Toko Widodo



## Riwayat Hidup



Peneliti bernama Giska Pradana, Lahir di Ganjar Agung, Metro Barat, Kota Metro, Provinsi Lampung 23 tahun silam, bertepatan pada tanggal 31 Agustus 2000. Peneliti merupakan anak ke-1 dari 2 bersaudara, buah hati pasangan dari Bapak Tulus Basuki dan Ibu Dwi Astuti Eni Indriati.

Berikut adalah riwayat pendidikan yang telah peneliti tempuh:

1. TK Perwanida, Lulus pada tahun 2006
2. SDN 10 Metro Timur, Lulus pada tahun 2012
3. SMP Kartikatama Metro, Lulus pada tahun 2015
4. Sekolah Menengah Atas Negeri (SMA N) 4 Kota Metro, Lulus pada tahun 2018.

Pada September 2018 peneliti tercatat sebagai mahasiswa di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, tepatnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan Jurusan S1 Ekonomi Syariah. Memasuki akhir masa studi peneliti di jurusan S1 Ekonomi Syariah IAIN Metro Lampung ini, peneliti mempersembahkan sebuah skripsi yang berjudul **“EFEKTIFITAS PEMBERIAN DISKON DALAM PELAKSANAAN JUAL BELI DI TOKO WIDODO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM ”**.