

**SKRIPSI**

**PENERAPAN DISKON MELALUI SELLER LAZADA  
DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DI KANZA MART  
JALAN BARU JAKARTA UTARA**

**Oleh:**

**DEDE HANIFAH  
NPM. 1903010019**



**Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

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

**PENERAPAN DISKON MELALUI SELLER LAZADA  
DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DI KANZA MART  
JALAN BARU JAKARTA UTARA**

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

Oleh:

Dede Hanifah  
NPM. 1903010019

Pembimbing : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

## NOTA DINAS

Nomor : -  
Lampiran : 1 (Satu) Berkas  
Prihal : Permohonan di Munaqosahkan

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan bimbingan sebelumnya, maka skripsi penelitian yang disusun oleh:


Nama : **Dede Hanifah**  
NPM : 1903010019  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : **PENERAPAN DISKON MELALUI SELLER LAZADA  
DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DI KANZA  
MART JALAN BARU JAKARTA UTARA**

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro untuk di Munaqosahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Metro, 24 Januari 2024  
Pembimbing,

  
**Aulia Ranny Priyatna, M.E. Sy**  
NIDN. 2016068401

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : **PENERAPAN DISKON MELALUI SELLER LAZADA DI  
TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DI KANZA MART  
JALAN BARU JAKARTA UTARA**

Nama : **Dede Hanifah**

NPM : 1903010019

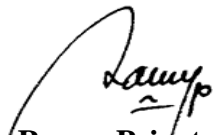
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

## MENYETUJUI

Untuk diajukan dalam sidang munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 24 Januari 2024  
Pembimbing,

  
**Aulia Ranny Priyatna, M.E. Sy**  
NIDN. 2016068401



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

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id)  
E-mail: [iaimetro@gmail.com](mailto:iaimetro@gmail.com)

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. B-0747/M-28.3/D/PP.00.9/03/2024

Skripsi dengan Judul : PENERAPAN DISKON MELALUI SELLER LAZADA DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DI KANZA MART JALAN BARU JAKARTA UTARA, Disusun Oleh : DEDE HANIFAH, NPM. 1903010019, Jurusan Ekonomi Syariah (ESy) yang telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal : Senin/ 12 Februari 2024.

**TIM PENGUJI**

- Ketua / Moderator : Aulia Ranny Priyatna, M.E.,Sy (.....)
- Penguji I : Hermanita, M.M (.....)
- Penguji II : Hasrun Affandi US, M.M (.....)
- Sekretaris : Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom (.....)



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Dr. H. M. Jalil, M.Hum**  
NIP. 19620812 199803 1 001

## ABSTRAK

### **PENERAPAN DISKON MELALUI SELLER LAZADA DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DI KANZA MART JALAN BARU JAKARTA UTARA**

**Oleh:  
Dede Hanifah  
NPM. 1903010019**

Dunia bisnis *website* dalam bentuk *e-commerce* merupakan suatu kebutuhan dari suatu bisnis yang telah maju untuk mengembangkan usaha karena terdapat berbagai manfaat yang di miliki oleh *e-commerce* salah satunya yakni pemasaran produk yang mudah digunakan oleh para pelaku bisnis. Strategi pemasaran yang digunakan yakni penerapan diskon melalui salah satu *platform* di Indonesia yakni Lazada. Melalui aplikasi *seller* Lazada ini memberikan kemudahan bagi para *seller* dan *costumer*. Dengan penerapan diskonnya dapat menarik minat *costumer* pada suatu toko untuk membeli produk tersebut. Namun dalam etika bisnis islam pada dasarnya boleh saja penjual melakukan pemberian diskon asalkan tidak adanya penipuan terkait manipulasi harga, penyalahgunaan kebutuhan, atau mengurangi kualitas produk yang dijual. Untuk hal itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola penerapan diskon yang dilakukan oleh Kanza Mart melalui *seller* Lazada yang ditinjau dengan etika bisnis islam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku bisnis dalam praktek penerapan diskon berbasis online *e-commerce* sesuai dengan Syariat islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat kualitatif. Sumber datanya menggunakan sumber data primer yakni wawancara dengan pemilik toko, karyawan, *costumer* yang pengambilan datanya menggunakan *purposive sampling*, dan sumber data sekunder menggunakan dokumentasi berupa data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Teknik pengumpulan data peneliti menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam teknik keabsahan data menggunakan trigulasi teknik. Teknik analisis data peneliti menggunakan tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Lazada memberikan Kanza Mart wadah dalam berjualan online tetapi juga memberikan fitur-fitur diskon walaupun terdapat beberapa fitur yang hanya bisa lazada berikan kepada *seller-seller*. Dalam penerapan diskon Kanza Mart memilih fitur diskon seperti harga diskon coret, *voucher*, *flexi combo*, *free ongkir* dan Kanza mart terpilih oleh Lazada untuk memasarkan produknya menggunakan diskon *campaign* yang dilakukan setiap awal dan akhir bulan oleh lazada. Namun dalam penerapan diskon tersebut belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip etika bisnis islam. Yang mana dalam prakteknya Kanza Mart cenderung mengurangi takaran, kualitas produk yang tidak bermutu, dan perubahan harga yang tidak transparan pada terjadinya diskon. Yang mana dari 7 prinsip etika bisnis islam kanza mart hanya menjalankan 3 prinsip saja yakni seperti dilarang menggunakan sumpah, longgar dan bermurah hati, membangun hubungan baik antar kolega.

Namun untuk 4 prinsip lainnya Kanza Mart tidak menjalankan sesuai dengan syariat islam seperti jujur dalam takaran, menjual barang baik dan mutunya, tertib administrasi dan menetapkan harga dengan transparan. Dari penerapan diskon tersebut sudah tidak sesuai dengan etika bisnis islam dan hal tersebut merugikan *costumer*. Oleh karena itu perlu adanya kesadaran dan tindakan perbaikan dari pihak bisnis untuk memastikan bahwa praktik bisnis juga harus sesuai dengan etika bisnis Islam.

**Kata Kunci: Diskon, Ecommerce, Etika Bisnis Islam**

## **ABSTRACT**

### **THE APPLICATION OF DISCOUNTS THROUGH LAZADA SELLERS IN REVIEW OF ISLAMIC BUSINESS ETHIC AT KANZA MART ON JALAN BARU NORTH JAKARTA**

**By:**

**Dede Hanifah  
NPM.1903010019**

The website business world in the form of e-commerce is a necessity for an advanced business to develop a business because there are various benefits that e-commerce has, one of which is product marketing that is easily used by business people. The marketing strategy used is the application of discounts through one of the platforms in Indonesia, Lazada. Through the Lazada seller application, it provides convenience for sellers and customers. With the application of discounts, it can attract customers to a store to buy these products. However, in Islamic business ethics, basically it is okay for sellers to give discounts as long as there is no fraud related to price manipulation, misuse of needs, or reducing the quality of the products being sold. For this reason, this study aims to determine the pattern of application of discounts made by Kanza Mart through Lazada sellers in review with Islamic business ethics. The results of this study are expected to be a reference for business people in the practice of applying discounts based on online e-commerce in accordance with Islam.

This research is a qualitative field research. The data source uses primary data sources, namely interviews with shop owners, employees, customers whose data collection uses purposive sampling, and secondary data sources using documentation in the form of data arranged in the form of documents. Data collection techniques researchers use interviews, observation and documentation. In data validity techniques using triangulation techniques. Data analysis techniques researchers use three stages, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

Lazada gives Kanza Mart a place to sell online but also provides discount features even though there are some features that Lazada can only give to sellers. In the application of discounts, Kanza Mart chooses discount features such as strikethrough discount prices, vouchers, flexi combos, free shipping and Kanza mart is selected by Lazada to market its products using discount campaigns that are carried out at the beginning and end of each month by Lazada. However, the application of these discounts is not fully in accordance with the principles of Islamic business ethics. Which in practice Kanza Mart tends to reduce the dose, the quality of the product is not of high quality, and the price change is not transparent in the occurrence of discounts. Which of the 7 principles of Islamic business ethics, Kanza Mart only carries out 3 principles, namely such as being prohibited from using oaths, being loose and generous, building good relationships between colleagues. But for the other 4 principles Kanza Mart does not run in accordance with Islamic law such as honesty in dosing, selling good goods and quality, orderly administration and setting prices with transparency.



From the application of the discount is not in accordance with Islamic business ethics and it is detrimental to the customer. Therefore, there is a need for awareness and corrective action from the business to ensure that business practices must also be in accordance with Islamic business ethics.

**Keyword: Discount, E-Commerce, Islamic Business Ethics**

## ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DEDE HANIFAH

NPM :1903010019

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 dalam daftar Pustaka

Metro, Januari 2024

Yang Menyatakan

A 10000 Indonesian postage stamp (METERAI TEMPEL) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text "REPUBLIK INDONESIA", "10000", "METERAI TEMPEL", and "A11E48LX073228320".

**Dede Hanifah**

NPM. 1903010019

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن  
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa: 29)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda Basrial dan Mama Amidah yang saya cintai dan yang saya hormati yang senantiasa mendoakan, memberikan kasih dan sayang serta keberhasilan saya dalam mencapai cita-cita saya dan juga dalam menyelesaikan studi di IAIN Metro.
2. Nenek saya Inah, adik saya Raihan, kakak saya Ita Herawati, Yessy Gusman, Ade Putri, Usman Tanthowi, dan Abdul Fajar Sidik, S.Pd, Paman saya Drs. Kasirin dan Bibi Resih serta seluruh keluarga besar saya yang memberikan dukungan, pelajaran hidup, doa untuk keberhasilan saya dalam menyelesaikan studi di IAIN Metro.
3. Pembimbing saya Ibu Aulia Ranny Priyatna M.E.Sy yang selalu memberikan ilmunya, pengalaman serta bimbingannya.
4. Ibu Yuniati dan Ibu Yunita serta segenap staf Kanza Mart yang membantu kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Seluruh sahabatku terkhususnya Risma, Adinda, Serli, Eka Sri, dan Amanda yang selalu menghibur, mensupport, dan menyemangatiku.
6. Almamater tercinta Iain Metro

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahrobbilalamin*, puji dan syukur teramat besar atas kehadiran Allah SWT yang memberikan kesempatan dan hidayah sehingga dapat mengerjakan hingga menyelesaikan penulisan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu. Sholawat teriring salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita jadikan suri tauladan menuju jalan yang terang serta petunjuk bagi kita semua. Melalui hidayah dan karunia dari Allah SWT sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas penulisan 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) dengan judul “Penerapan Diskon Melalui Seller Lazada Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam Di Kanza Mart Jalan Baru Jakarta Utara”.

Usaha dan upaya dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, diucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M. Ag Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

4. Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Para Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, yang telah memberikan ilmu dalam perkuliahan maupun luar perkuliahan.
6. Almamater tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Lampung.

Dimohon adanya kritik dan saran guna memperbaiki skripsi ini yang sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Semoga penelitian yang dilakukan ini akan menjadi manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan ekonomi secara umum dan Agama Islam secara spesifik.

Metro, 24 Januari 2024  
Peneliti,



**Dede Hanifah**  
NPM. 1903010019

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>ORISINILITAS PENELITIAN</b> .....	<b>x</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>xi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Peneliti.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
D. Penelitian Relevan.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Teori Diskon .....	14
1. Pengertian Diskon .....	14
2. Tujuan dan Manfaat Penerapan Diskon .....	16
3. Jenis-Jenis Diskon .....	19
4. Indikator Dalam Diskon .....	22
5. Diskon Dalam Islam.....	23
B. Teori <i>E-Commerce</i> .....	26
1. Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	26
2. Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i> .....	27

3. Manfaat <i>E-Commerce</i> bagi Pelaku Usaha.....	30
C. Etika Bisnis Islam .....	32
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	32
2. Etika Dalam Diskon .....	33
3. Prinsip Etika Bisnis Islam .....	35

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	39
B. Sumber Data.....	41
C. Teknik Pengumpulan Data.....	42
D. Teknik Penjamin Keabsahaan Data .....	45
E. Teknik Analisis Data.....	46

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	49
B. Penerapan Diskon Seller Lazada di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam	53
1. Sistem Pemberian Diskon .....	53
2. Jenis Diskon Yang Digunakan .....	63
3. Manfaat Pemberian Diskon .....	65
C. Analisis Penerapan Diskon Melalui Seller Lazada Di Tinjau dari Etika Bisnis Islam .....	67

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	86
B. Saran.....	87

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Profil Kanza Mart Di Lazada .....	49
Gambar 4.2 Logo Lazada Dan Seller Lazada .....	51
Gambar 4.3 Ulasan Komentar DiToko Kanza Mart .....	70
Gambar 4.4 Ulasan Komentar Di Toko Kanza Mart .....	73
Gambar 4.5 Halaman Utama Di Toko Kanza Mart .....	74
Gambar 4.6 Pemberian Voucher Di Kanza Mart .....	76
Gambar 4.7 Chat Kanza Mart Dengan <i>Customer</i> .....	77
Gambar 4.8 Diskon Harga Coret Di Kanza Mart.....	80

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. SK Pembimbing
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data (APD)
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Izin Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi
9. Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Dokumentasi
11. Daftar Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi telah mengubah pola hidup *customer* hal tersebut berpengaruh pada pola interaksi dalam dunia bisnis. Dengan adanya teknologi memunculkan pengeseran perilaku dari *customer* yang mana awalnya melakukan pembelian secara offline atau ditempat, namun kini menjadi online hal ini didukung pula dengan kemudahan dalam mengakses layanan dan konektivitas yang baik. Yang mana kondisi ini dapat menciptakan peluang dalam mengembangkan usaha serta dapat menjadi alat dalam membuat suatu keunikan dan keanekaragaman maupun kreasi dalam berbisnis untuk mendorong perusahaan dalam berkembang lebih luas dalam berbisnis.<sup>1</sup>

*E-commerce* merupakan bagian dari perbuatan muamalah. Konsep dasar muamalah adalah asalnya boleh sampai ada dalil yang melarangnya. Artinya, kegiatan bisnis yang menggunakan ekonomi digital boleh dilakukan. Bahkan jikalau memang manusia bisa menguasainya dengan itu ia bisa menghasilkan uang yang banyak, itu akan lebih baik baginya. Karena islam mengajarkan manusia untuk terus produktif. Salah satunya dengan menghasilkan uang yang sebanyak-banyaknya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Rina Sundari, "Dimensi E-Commerce Dalam Membentuk Customer Satisfaction Milenial Lazada," *Jurnal Bisnis Kompetif* Vol.1 No. 2 (July 2022): 87.

<sup>2</sup> Eti Jumiaty, *Ekonomi Digital Peluang Dan Tantangan* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2020). 71.

Sebagaimana Allah SWT berfirman:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”<sup>3</sup> (Qs Al-Jumu’ah: 10).

Jika diperhatikan ayat tersebut mewajibkan manusia untuk bertebaran (produktif) di muka bumi dalam mencari uang tentu harus di imbangi dengan niat yang tulus dan ikhlas. Karena dikalau tidak demikian, manusia akan terjebak dalam situasi yang disebut *hubud dunya* (cinta dunia). Dengan banyak sekali kemudahan yang dapat di peroleh di era digital saat ini. Kemudahan akses antara user (penjual dan pembeli) yang mana secara fisik mereka tidak bertemu namun dapat terjadi komunikasi. Transaksi di era sekarang ini berlandasan pada prinsip percaya sehingga transaksi berjalan dengan mudah dan juga diiringi dengan perkembangan. Dari penjelasan diatas ada hal yang perlu di perhatikan bahwa ekonomi digital merupakan bagian dari perbuatan muamallah yang mana kaidah dasar muamallah boleh sampai ada dalil yang melarangnya. Pada kalimat “dalil yang melarang” yang artinya, boleh menurut Islam bukan berarti liberal atau bebas. Semua ada batas-batas yang sudah di tetapkan menurut Syariah. Pembatasan ini bukan untuk mengekang maupun menghambat aktivitas manusia dalam hal ekonomi.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur’an Dan Terjemahnya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005). 442.

<sup>4</sup> Eti Jumiati, *Ekonomi Digital Peluang Dan Tantangan*. 71.

Sebagaimana Allah SWT berfirman:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِيَ الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِن تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ  
ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٥٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”<sup>5</sup>(Qs An-Nisa: 59)

Dalam masalah bisnis atau jual beli, islam juga memberikan aturan secara jelas mengenai rukun dan syaratnya. Baik yang berhubungan dengan pihak penjual, pembeli, ataupun objek akad dari jual beli yang dilakukan. Ada 3 hal yang yang perlu di penuhi dalam menawarkan sebuah produk. *Pertama*, produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran atau takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak atau kadaluarsa, dan menggunakan bahan-bahan yang baik. *Kedua*, produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal. *Ketiga*, dalam berdiskon tidak melakukan kebohongan. Oleh karena itu praktik jual beli harus dikerjakan secara bertanggung jawab dan bisa memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan. Adapun jual beli yang sesuai dengan syariah adalah jual beli yang didalamnya terdapat kejujuran, terpenuhinya syarat dan rukun akad dari jual beli tersebut dan Allah

---

<sup>5</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. 69.

SWT melarang manusia untuk berlaku curang dan menganjurkan untuk bertransaksi atas dasar suka sama suka.<sup>6</sup>

Konsep jual beli dalam Islam memiliki prinsip masalah, keuntungan atau masalah bagi pedagang atau yang melakukan transaksi. Oleh karena itu, para pelaku bisnis menggunakan strategi pemasaran untuk melakukan sebuah keuntungan yang mana dengan menerapkan langkah dengan memberikan pemasukan yang besar, strategi pemasaran yang dilakukan dalam pemasaran jual beli yaitu dengan sistem potongan harga atau disebut dengan diskon.<sup>7</sup>

Pemasar melakukan promosi untuk mengkomunikasikan pelanggan tentang produk mereka dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Promosi sebagai upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima khalak masyarakat. Dari beberapa jenis promosi Kanza Mart menggunakan jenis promosi penjualan yang didalamnya terdapat pemberian diskon. Dalam strategi pemasaran tersebut digunakan untuk menarik sebuah pelanggan, meningkatkan penjualan, dan memperluas pangsa pasar. Diskon merupakan salah satu strategi yang bisa gunakan oleh para *seller* dalam upaya menarik pelanggan. Keilmuan pemasaran melibatkan pemahaman mendalam tentang bagaimana diskon dapat diterapkan dengan efektif dalam konteks pasar tertentu.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Muammar Khadafi, Lc., M.A, Dr. Dina Madinah, S.E., M.Acc., and Euis Kurniasih, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon Dengan Mark Up Terlebih Dahulu," *Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI Depok* Vol 1, no. No. 1 (29 2023): 43–55.

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

<sup>8</sup> Dr. Anang Firmansyah, SE., M.M, *Komunikasi Pemasaran* (Jawa Timur: Qiara Media, 2020). 272

Strategi pemasaran dengan seiring perkembangannya zaman, pada kegiatan jual beli mengalami perubahan. Maraknya bisnis berbasis online dengan menggunakan fitur aplikasi dimana *customer* yang tidak perlu lagi bertatap muka dengan penjual layaknya *platform digital* berbasis *e-commerce* ialah Lazada dan banyak sekali macam-macam *marketplace* yang tersedia di Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, Tiktok Shop, Bukalapak dan lainnya. Dari bentuk *marketplace* tersebut merupakan bagian dari *e-commerce*. *E-commerce* dapat didefinisikan proses jual beli yang terjadi antara pembisnis dan consumer tanpa harus berada di toko fisik.<sup>9</sup>

Salah satu *platform digital* berbasis *e-commerce* yang terbesar ketiga di Indonesia ialah Lazada. Lazada merupakan *marketplace* yang banyak pakai oleh masyarakat. Lazada Group memisahkan proses penjual dan pembeli untuk pembelian biasanya dilakukan menggunakan *platform* Lazada namun untuk penjual yang melakukan pengaturan produk, pemesanan, dan sistem pemasaran menggunakan Seller Lazada seperti diskon. Penggunaan antara jual beli di Lazada Group dianggap lebih efisien dan efektif dalam menjual, membeli, memasarkan, pembayaran dan lainnya secara online.<sup>10</sup>

Kanza Mart yang mana sebagai *seller* yang mendaftarkan tokonya untuk berjualan secara online melalui Lazada. Dalam hubungan ini memiliki ikatan yang erat dari kedua belah pihak sebagai patner dalam ekosistem *e-*

---

<sup>9</sup>Faisal Reza, "Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id," *PT. BANK Mandiri (Persero) Tbk* 4, no. 1 (June 2016): 64–74.

<sup>10</sup>Hasil Observasi Lapangan Menggunakan Aplikasi Seller Center Lazada, "Fitur Promosi Lazada (Voucher, Free Shipping dan Flexi Combo)," accessed February 19, 2023, <https://sellercenter.lazada.co.id/seller/helpcenter/fitur-promosi-lazada-voucher-free-shipping-flexi-combo-6118.html?spm=a2a14.helpcenter-psc-search.article.1.23ee167dT5f0Sg>.

*commerce*. Dimana Lazada yang menyediakan *platform online* dan *seller* yakni Kanza Mart dapat memasarkan produk mereka kepada konsumen. *Seller* sebagai penjual dapat memiliki kendali penuh atas pengelolaan toko mereka di *platform* Lazada yakni seperti mengatur daftar produk, harga, diskon, stok, dan kebijakan dalam pengiriman mereka sendiri. Dalam hal diskon antara Lazada dan *seller* yakni Kanza Mart dapat bervariasi tergantung pada strategi dan kebijakan yang diterapkan oleh kedua belah pihak.

Untuk diskon di Lazada terbagi menjadi dua sistem pemilihan. *Pertama*, dalam perakteknya penerapan diskon yang dipilih Lazada untuk para *seller* dengan cara mendaftarkan tokonya dan jika terpilih akan mendapatkan fitur tersebut seperti diskon *cashback*, *lazkoin diskon*, dan *campaign* yang mana kegiatan ini dilakukan setiap bulan layaknya promo pada awal bulan 2.2 MEGA SALE 2023 atau akhir bulan PESTA GAJIAN FEBRUARI 2023. *Kedua*, untuk penerapan diskon yang mana dipilih langsung oleh Kanza Mart dalam sistem diskon yaitu seperti diskon *voucher*, *free shipping*, *flexi combo*, dan diskon harga coret. Penerapan diskon ini dilakukan untuk memberikan diskon kepada customer dalam pembelian besar-besaran dengan harga yang terjangkau. Dan dengan begitu keuntungan yang di dapatkan penjual dengan persentase penjualan atau trafik penjualan akan naik dua kali lipat dari biasanya.<sup>11</sup>

Fenomena permasalahan yang umum terjadi di toko Kanza Mart saat ini menyebabkan toko saling bersaing dengan harga pada umumnya karena adanya

---

<sup>11</sup> Hasil Observasi Lapangan di Lazada Toko Kanza Mart, Pada tanggal 27 Maret 2023



permainan takaran yang dilakukan oleh Kanza Mart yang menyebabkan kerugian pada pihak tertentu. Kemudian, kurangnya kejujuran dalam penjelasan produk yang dijual misalnya, bahwa barang yang dijual berkualitas baik padahal beberapa customer mengatakan kualitasnya kurang baik. Dan juga dengan sengaja mengatur harga produk yang dijual dengan menaikkan harga jual yang lebih tinggi namun diskon yang ditetapkan masih sama dengan harga sebelumnya bergabung dengan campaign diskon. Yang mana harga nya sebelum memasukin campaign dijual dengan harga Rp 9.324 tetapi ketika campaign terjadi harga di naikan menjadi Rp. 29,999 dan potongan harganya menjadi Rp. 9234.<sup>12</sup>

Dengan adanya diskon ini diharapkan dapat menarik minat beli *customer* terhadap produk yang di tawarkan. Diskon campaign ini juga diterapkan secara rutin setiap bulannya. Kami selaku pihak seller hanya menjalankan yang diterapkan oleh pihak Lazada selaku pihak yang berwenang. Produk yang mendapatkan diskon adalah jenis produk yang setiap bulan trafiknya meningkat. Menerapkan diskon baginya sangatlah penting karena dari kebanyakan costumernya akan memilih produk dengan harga yang murah dan terjangkau.<sup>13</sup>

Salah satu *customer* pengguna Lazada mengatakan bahwa terkadang dia tidak mengetahui cara menerapkan diskon yang diberikan toko namun yang diketahuinya hanyalah potongan gratis ongkir yang ada. Tetapi saat memakai

---

<sup>12</sup> Hasil observasi lapangan di Lazada Toko Kanza Mart, Pada tanggal 27 Maret 2023

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Yuniati, selaku Pemilik di Toko Kanza Mart Pada tanggal 27 Maret 2023.

gratis ongkir terdapat barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan yang dipesannya yang mana ia kecewa dengan berbelanja di Kanza Mart.<sup>14</sup>

Mengenai hal ini menarik perhatian karena beberapa hal yang *pertama*, masih banyak orang yang belum mengetahui tentang bentuk diskon yang diberikan oleh pihak Kanza Mart di Lazada. *Kedua*, produk yang dijual terkadang kuantitas dengan produknya tidak sesuai. *Ketiga*, customer tertarik untuk mendapatkan diskon yang disediakan harus membuatnya berbelanja melebihi target voucher yang diberikan, tapi yang diberikan hanya berupa potongan harga Rp. 1000 saja.<sup>15</sup>

Penerapan diskon tersebut tidak sesuai etika jika dilihat dari konteks yang berbeda, namun semua bentuk bisnis tidak akan lepas dari ajaran islam. Sebuah etika atau perilaku moral seorang buah didalam keimanan, keislaman, dan juga ketakwaan, yang berdasarkan pada sebuah keyakinan tentang kebenaran Allah SWT. Adanya agama islam oleh Allah pada dasarnya adalah digunakan sebagai landasan ilmu untuk membenahi akhlak, perilaku, maupun etika yang benar. Supaya kegiatan bisnis yang dijalankan dapat berjalan dengan baik dan tentunya bisa membuahkan kebaikan dalam menjalani kehidupan.

Maka penerapan diskon melalui seller Lazada sangatlah penting namun juga harus disesuaikan dengan ajaran etika bisnis islam karena dalam suatu transaksi jual beli di haruskan untuk berperilaku jujur dalam takaran, menjual barang yang baik mutunya, dilarang adanya penggunaan sumpah, longgar

---

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan *Costumer* Ibu Limah, selaku pembeli di Toko Kanza Mart Pada tanggal 27 Maret 2023.

<sup>15</sup> Hasil observasi lapangan di Lazada Toko Kanza Mart, Pada tanggal 27 Maret 2023.

bermurah hati, membangun hubungan yang baik antara kolega, tertib administrasi, dan menetapkan harga dengan transparan.

Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik terhadap kajian ekonomi digital. Berdasarkan uraian latar belakang yang diangkat oleh penulis maka dapat di angkat menjadi judul “Penerapan Diskon Melalui Seller Lazada Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Di Kanza Mart Jalan Baru Jakarta Utara”.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan latar belakang, pertanyaan penelitian yang di pilih peneliti untuk di ajukan yaitu: “Bagaimana penerapan diskon melalui seller Lazada yang di tinjau dari etika bisnis islam di Kanza Mart?”.

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan peneliti di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan diskon atau potongan harga yang di lakukan Kanza Mart melalui seller Lazada yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Secara Teoritis**

- 1) Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan teori dan literatur bagi pembaca terutama tentang penerapan diskon yang ditinjau dari etika bisnis islam melalui seller Lazada.

2) Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dalam teori ekonomi islam, dalam rangka penerapan diskon melalui seller Lazada di tinjau dari etika bisnis Islam.

b. Secara Praktis

1) Bagi Pembisnis Online

Diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pembisnis online tentang hal-hal yang berkaitan dalam penerapan diskon ditinjau dari etika bisnis Islam.

2) Bagi Masyarakat

Diharapkan masyarakat pada umumnya dapat mengerti dalam pemberian diskon untuk transaksi jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

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

Penelitian relevan berisi tentang rangkuman dari hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, dan sebagai penegasan bahwa masalah yang penulis bawa dalam penelitian saat ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya.

*Pertama*, ada penelitian dari Juwanto Edy Saputro yang merupakan mahasiswa dari Insitut Agama Islam Negeri Metro Lampung Jurusan Ekonomi Syariah dengan Tajuk penelitian “Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli di Pasar Cendrawasih Kota Metro Persepektif Hukum

Ekonomi Syariah”.<sup>16</sup> Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam jual beli islam telah memberikan aturan-aturan seperti yang telah diungkapkan oleh para ulama fiqh mengenai rukun dan syariat jual beli atau barang yang di perjualbelikan. Maka pemberian diskon dalam hukum ekonomi syariah harus sesuai dengan syariat islam yaitu kejujuran, keterbukaan di dalamnya serta terpenuhinya syarat-syarat dan rukun jual beli itu sendiri. Barang yang diberi diskon harus berupa barang yang memiliki nilai atau harga tertentu. Perbedaan dari penelitian ini adalah objek dari penelitian yang merupakan penjual di Pasar Cendrawasih yang memberikan diskon kepada pembelinya. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti objek nya ialah seller Lazada yang merupakan sistem yang menerapkan pemberian diskon dengan harga yang telah di cantumkan oleh penjual. Adapun persamaan dalam penelitian ini dengan yang akan dilakukan yaitu tentang pemberian diskon yang mengharuskan penjual mengikuti ajaran Syariah dan memberikan diskon dengan cara adanya kejujuran, keterbukaan antara penjual dan pembeli dalam memasang harga diskon tersebut.

*Kedua*, ada penelitian dari Arief Pramata Atmajaya yang merupakan mahasiswa dari Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung Jurusan Ekonomi Syariah dengan tajuk penelitian “Penerapan Diskon Melalui Pembayaran Gopay Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam”.<sup>17</sup> Hasil penelitian ini menyimpulkan dalam cara penerapan dan aplikasi penerapannya dalam judul

---

<sup>16</sup> Juwanto Edy Saputro, “Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah,” 2018.

<sup>17</sup> Arief Pratama Atmajaya, “Penerapan Diskon Melalui Pembayaran Gopay Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Seblak Indoleta Tejo Agung Metro Timur Lampung),” 2021.

peneliti lebih mengarah pembayaran gopay atau *E-money*. Sedangkan penelitian memiliki arah pembahasan transaksi pembayaran dengan metode digital yang dipakai oleh aplikasi Gojek yaitu Gopay. Perbedaan dari penelitian ini adalah penggunaan diskon dalam aplikasi gojek melalui potongan harga dengan objek penelitiannya adalah pelaku usaha Seblak Indoleta yang bekerja sama dengan pihak gojek (*merchant*). Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti membahas permasalahan diskon yang diberikan seller Lazada yang mengakibatkan adanya kecurangan dari pelaku bisnis. Persamaan dari penelitian ini adalah tentang penerapan diskon atau potongan harga yang telah ditentukan oleh pelaku bisnis dalam mengambil keputusan penentuan potongan harga.

*Ketiga*, ada penelitian dari Naili Nur Chanifah yang merupakan mahasiswi dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Jurusan Ekonomi Islam dengan tajuk Penelitian “Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Melalui *Marketplace* Online Shopee”<sup>18</sup>. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Shopee berfokus pada penggunaan wadah belanja online secara mudah, aman, menyenangkan, serta praktis dengan mengintegrasikan platform sosial untuk mengetahui penjual yang berada di Shopee telah melaksanakan jual beli online sesuai dengan etika bisnis islam berdasarkan prinsip-prinsip seperti kesatuan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan keseimbangan. Perbedaan dari penelitian ini terletak pada permasalahan yang dibahas, penelitian yang dilakukan oleh Naili Nur Chanifah berfokus kepada

---

<sup>18</sup> Naili Nur Chanifah, “Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Melalui Marketplace Shopee,” 2021.

*marketplace* Shopee yang mengangkat tentang jual beli melalui *marketplace* Shopee menurut tinjauan etika bisnis islam, sedangkan peneliti meneliti tentang penerapan diskon melalui seller Lazada ditinjau dari etika bisnis islam. Sedangkan persamaan dari penelitian ini yaitu memiliki objek penelitian yang sama yaitu *platform digital marketplace*, namun penelitian Naili Nur Chanifah menggunakan Shopee sedangkan peneliti menggunakan Lazada.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Teori Diskon

##### 1. Pengertian Diskon

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diskon di artikan sebagai potongan harga.<sup>1</sup> Diskon disebut juga sebagai rabat. Asal kata diskon berasal dari *sale*, dalam bahasa Inggris yang artinya barang dijual dengan diskon besar-besaran atau barang yang di obral. Sedangkan menurut istilah perdagangan diskon merupakan sebagai pengurangan harga produksi dari harga normal.<sup>2</sup> Diskon juga bisa diartikan sebagai potongan harga dimana harga pasar yang telah ditetapkan oleh pemerintah atau pihak yang bersangkutan.

Menurut Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran, alih bahasa Benyamin Molan memaparkan bahwa definisi diskon yaitu pengurangan langsung dari harga barang pada pembelian selama suatu periode waktu yang dinyatakan.<sup>3</sup>

Diskon merupakan potongan harga atau penurunan harga berupa uang tunai atau beberapa potongan lainnya yang dapat memberikan

---

<sup>1</sup>KBBI, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Dalam <http://kbbi.wed.id/diskon>, diakses pada 19 februari 2023

<sup>2</sup> Fiki Puspitasari, *Apa Diskon Itu?* (Yogyakarta: KTSP, 2008), 1.

<sup>3</sup> Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (PT Indeks, 2007).270-271.



keuntungan seperti dapat memicu pembeli untuk membeli dalam jumlah yang banyak.<sup>4</sup>

Diskon dapat diartikan juga sebagai wadah dari strategi pemasaran yang berkaitan dengan pemasaran untuk mendapatkan keuntungan dalam pembelian dalam jumlah yang besar. Menggunakan kata Diskon menjadi hal yang menarik bagi pembeli.<sup>5</sup> Karena, diskon merupakan bentuk upaya para penjual untuk menarik *customer* terhadap suatu produk yang dibeli pada waktu yang di tentukan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller berpendapat tentang diskon bahwa terdapat tiga jenis diskon yang dapat di paparkan, yaitu: diskon secara tunai, diskon musiman, dan rabat harga. *Diskon secara tunai* yang lebih dikenal sebagi cashback merupakan potongan harga dari penjual kepada pembeli, ketika saat pembeli melakukan transaksi secara langsung dan diterima pembeli. *Diskon musiman* merupakan potongan harga bagi pembeli dari penjual dengan nilai tertentu tatkala pembeli melakukan pembelian pada waktu tertentu yang telah di tentukan oleh penjual. *Rabat harga* adalah suatu harga yang diberikan kepada pembeli dari harga resmi suatu produk atau harga yang seharusnya.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Sulistining Trimulyani and Nina Herlina, "Pengaruh Iklan, Diskon Dan Brand Ambassador Terhadap Pembelian Impulsif Pada Lazada Di Masa Pandemi Covid-19" 1, no. 2 (2022): 47–58.

<sup>5</sup> Ni Luh Nurkariani and David Yulianto, "Diskon, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Melalui Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Badilan Grosir," *Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma* 12, no. 1 (03): 35–43.

<sup>6</sup> Ian Rakhmawan Suherli et al., "Manfaat Diskon Dan Cash Back Terhadap Volume Penjualan Properti Sayariah Selama Pandemi Covid-19," *Ekonomica Sharia* 8, no. 2 (2023): 275–94.

Pembentukan diskon bukan hanya untuk melakukan pengurangan harga untuk para pembeli, tetapi diskon merupakan bagian dari strategi pemasaran dalam memasarkan produk untuk menari minat pembelian. Alasan penjual mengadakan diskon dikarenakan adanya kelebihan dari jumlah produksi, atau dalam penjualan terdapat banyak saingan harga yang dimana para penjual harus melakukan obral atau diskon untuk menarik pembelian dan sebagai strategi pemasaran melalui struktur biaya dengan mengadakan pemotongan harga.<sup>7</sup>

Diskon juga mempunyai dampak yang positif terhadap pembeli dalam hal nilai produk dengan penawaran. Dalam penerapan diskon ada untungnya bagi pembeli dan penjual. Bagi pembeli diskon dapat menghasilkan harga yang standar dengan cara menurun jumlah uang yang harus dibayarkan dan pembeli tetap mendapatkan keuntungan yang sama dari produk tersebut. Bagi penjual mendapatkan keuntungan dari potongan harga tersebut sehingga produk yang kelebihan produksi bisa berkurang dan meningkatkan penjualan.

## **2. Tujuan dan Manfaat Penerapan Diskon**

Tujuan penerapan diskon atau potongan harga yang dilakukan penjual terhadap produk yang dijualnya untuk mengurangi produk yang tersimpan dan meningkatkan penjualan pada katagori produk tertentu. Dalam hal ini diskon diberikan untuk menari minat pembeli untuk

---

<sup>7</sup> Eko Budiyanto, "Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya," *Fakultas Ekonomi Universitas Yos Sudarso Surabaya* 03, no. 01 (2018): 36–46.

menawarkan produk dengan memberikan potongan harga atau diskon. Penerapan dilakukan agar mendorong pembelian dalam jumlah yang besar sehingga volume penjualan diharapkan akan bisa naik. Penerapan potongan harga juga akan berdampak kepada penjual dengan pola pembelian *customer* yang besar terhadap volume penjualan yang diperoleh penjual, pembelian dapat dipusatkan perhatiannya pada produk yang dijual tersebut sehingga hal ini dapat menambah atau mempertahankan langganan penjual yang bersangkutan dan menggunakan sales service yang menarik terjadinya transaksi pembelian.

Kemudian faktor-faktor yang mendukung dan harus di perhitungkan sebelum menerapkan diskon. Kebijakan dalam menerapkan potongan harga diskon tersebut diantara lain:<sup>8</sup>

- a. Mempelajari tren penjualan dalam 1 tahun yang lalu.
- b. Mempelajari tren penjualan pada periode bulan produk yang mengalami penurunan pembelian.
- c. Mengkaji faktor apa saja yang membuat penjualan pada bulan tersebut menurun.
- d. Melihat kemampuan prospek dalam hal pembayaran dan pemenuhan produk.
- e. Nilai potongan bersih (*net discount*) yang ditetapkan oleh sistem Lazada.

---

<sup>8</sup> Sabar Napitupulu, Nirwana Tapiomas, and Riduan Tobink, *Manajemen PeMasaran Pendekatan Dengan Teori-Teori Para Ahli* (Jakarta: PT. Atalya Rileni Sudeo, 2021). 136.

Manfaat penerapan diskon adalah supaya *customer* untuk membeli barang dalam jumlah yang banyak atau besar dan memusatkan perhatian *customer*, diadakannya diskon atau potongan harga. Penerapan diskon dapat memberikan beberapa manfaat bagi pembisnis berikut ini manfaat utama bagi penerapan diskon.<sup>9</sup>

- a. Meningkatkan penjualan, diskon dapat menjadi daya tarik bagi konsumen, mendorong mereka untuk melakukan pembelian dengan begitu penjual dapat meningkatkan penjualan secara signifikan dalam jangka pendek.
- b. Meningkatkan loyalitas pelanggan, diskon dapat membantu memperkuat hubungan dengan pelanggan yang sudah ada. Dengan memberikan diskon kepada pelanggan setia, penjual menunjukkan apresiasi atas dukungan mereka dan dapat membangun loyalitas jangka Panjang
- c. Menarik pelanggan baru, diskon juga bisa menjadi efektif untuk menarik pelanggan baru.
- d. Menghilangkan stok yang tertahan, penerapan diskon dapat membantu mengatasi masalah stok yang tersimpan terlalu lama.
- e. Meningkatkan citra merek, diskon yang ditawarkan secara strategis dan terencana dengan baik dapat membantu meningkatkan citra merek penjual dimata para customer.

---

<sup>9</sup> Anila Sari and Rizka Ramayanti, "Analisis Biaya Produksi Pada Umkm Rini Catering Kebon Baru Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Pemberian Diskon," *Universitas Persada Indonesia YAI* Vol 5, no. No 1 (March 2022): 248–61.

- f. Mendorong pembelian tambahan, diskon yang ditawarkan dapat mendorong pembelian tambahan atau implusif. Misalnya, jika Anda memberikan diskon untuk pembelian produk tertentu, pelanggan mungkin juga tertarik untuk membeli produk lain yang tidak sedang didiskon.

### 3. Jenis-Jenis Diskon

Diskon memiliki beberapa macam-macam bentuk yang bertujuan dalam menarik minat pembelian pada suatu produk yang ditawarkan. Dalam menerapkan kebijakan diskon harus dilakukan dengan hati-hati. Adapun berikut ini macam-macam bentuk dari diskon sebagai berikut :

- a. Diskon Bersyarat

Diskon bersyarat merupakan potongan harga yang diberikan kepada pembeli karena syarat-syarat tertentu yang telah ditetapkan oleh penjual.<sup>10</sup> Potongan harga ini biasanya dilakukan ditempat grosiran bertujuan untuk mendorong pembelian dalam periode besar-besaran.

- b. Diskon Kuantitas (*Quanty Discount*)

Diskon Kuantitas atau dengan sebutannya *Quanty Discount* merupakan potongan harga untuk pembeli dengan membeli pembelian dari produk dengan jumlah yang banyak. Potongan harga ini harus diberikan dengan menghitung jumlah produk yang akan dibeli oleh

---

<sup>10</sup> Fiki Puspitasari, *Apa Diskon Itu?*.16.

pembeli, semakin banyak produk yang dibeli pembeli maka diskon yang akan diberikan akan semakin besar.<sup>11</sup>

c. Diskon Kumulatif Kuantitas (*Cummulative Quantity Discount*)

Diskon yang merupakan diskon yang di berikan untuk pembeli yang telah melakukan pembelian dalam jangka waktu tertentu. Nilai diskon biasanya di hitung dengan jumlah produk yang dibeli, semakin banyak produk yang dibeli maka semakin banyak diskon yang didapatkan. Tujuan diskon ini untuk pembeli melakukan pembelian ulang dengan diberikan keringan potongan harga pada saat membeli dalam jumlah yang banyak. Dengan menerapkan diskon ini dapat mempererat hubungan antara pembeli dan penjual.<sup>12</sup>

d. Diskon Tunai (*Cash Out*)

Diskon tunai atau dengan sebutannya yaitu diskon kas merupakan layanan potongan harga yang diberikan kepada pembeli apabila pembeli tersebut dapat membayar sejumlah nominal yang telah di beli dengan tepat waktu. Diskon tunai ini di gunakan jatuh tempo atau memiliki masa tenggang dari pembayaran tersebut.

e. Diskon musiman (*Seasonal Discount*)

Diskon musiman merupakan diskon atau potongan harga yang diberikan kepada pembeli terhadap pembelian sesuai dengan musim untuk mempertahankan produksi produk yang dijual pada market share supaya terus stabil dengan periode musim yang sedang terjadi.

---

<sup>11</sup> Ujang Sumarwan, *Pemasaran Strategik Persepektif Perilaku Konsumen Dan Marketing Plan* (Bogor: IPB Press, 2015). 82.

<sup>12</sup> Ujang Sumarwan. 82.

f. Diskon Fungsional (*Functional Discount*)

Diskon fungsional disebut juga dengan diskon dagang, produk yang di tawarkan oleh produsen, kemudian penjual melakukan aktifitas menyimpan, pencatatan, serta penjualan produk dari produsen tersebut. Diskon ini ditawarkan oleh produsen sebagai saluran berjalannya transaksi atau perdagangan.<sup>13</sup>

g. Potongan (*Allowance*)

Potongan *allowance* merupakan pengurangan harga yang diberikan kepada pembeli yang melakukan transaksi tukar tambah atau pemotongan terhadap pemasaran. Pengurangan pada tukar tambah dilakukan dengan menukar barang lama terhadap barang yang baru saat penjualan barang tersebut tersedia stok barang yang lebih baru serta sebagai imbalan peran serta dukungan melalui pemasaran.<sup>14</sup>

h. Diskon kupon (*Voucher Discount*)

Diskon kupon bisa disebut juga dengan *voucher discount* merupakan pengurangan harga yang hanya diberikan pada pembeli yang mempunyai kupon pembelian. Diskon kupon dapat ditemukan dari brosur atau koran atau diskon yang dipasang oleh penjual dari iklan diskon produk tersebut.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup>Afibatus Afida and M. Taufiq Zamzam, "Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu Di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga," *J-Hes* 04, no. 02 (Desember 2020): Desember 2020.

<sup>14</sup>*Ibid.*

<sup>15</sup> Sabar Napitupulu, Nirwana Tapiomas, and Riduan Tobink, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Dengan Teori-Teori Para Ahli*. 132.

#### 4. Indikator dalam Diskon

Menurut Sustisna diskon atau potongan harga adalah suatu pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu yang menjadi indikator dari diskon adalah sebagai berikut:

- a. Besarnya potongan harga, besar ukuran potongan harga yang diberikan pada saat produk didiskon.<sup>16</sup>
- b. Masa potongan harga, jangka waktu yang diberikan pada saat terjadinya diskon.
- c. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga, keanekaragaman pilihan pada produk yang didiskonkan.

Sedangkan menurut Kotler mengemukakan indikator atau dimensi dari potongan harga atau diskon sebagai berikut:<sup>17</sup>

- a. Produk yang melimpah
- b. Adanya persaingan pasar
- c. Persaingan harga
- d. Meningkatkan beberapa pelanggan
- e. Mengunggulkan pasar melalui biaya yang lebih rendah
- f. Pembelian dalam jumlah yang besar

---

<sup>16</sup> Siska Hastari Utami and Yulfita Aini, "Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impluse Buying Pada Pelanggan Alfamart Kota Tengah Kecamatan Kepenuhan," *Universitas Pasir Pengaraian* Vol. 2, no. No. 1 (2020): 119–27.

<sup>17</sup> Bambang, Arwin, and M. Fadly Syahputra, "Analisis Hedonic Shopping, Lifestyle Shopping Dan E-Impulse Buying Bagi Pengguna Platform Shopee" 10, no. 2 (November 30, 2023): 273–82.



Dari beberapa indikator tersebut, dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut dapat dengan mudah dalam mengukur sejauh mana customer tertarik dengan potongan harga ketika melakukan pembelian.

## 5. Diskon dalam Islam

Diskon atau potongan harga merupakan pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli dengan harga yang telah ditetapkan dengan menggunakan fungsi pemasaran. Potongan harga merupakan strategi pemasaran untuk mengurangi produk yang tersimpan dan untuk meningkatkan penjualan dengan kategori tertentu. Sebagaimana yang telah disebutkan Syabbul Bachri potongan harga atau diskon dalam terminologi Fikih Muamalah dikenal dalam istilah *fuqaha*, yaitu *al-naqis minal-tsaman* (pengurangan harga).

Sebagaimana Allah SWT berfirman:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya :*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*<sup>18</sup>  
(Q.S. An-Nisa: 29)

Penjelasan dari ayat diatas dimaksudkan untuk Diskon juga disebut dengan istilah *khasm*. Adapun diskon dalam jual beli Islam didalamnya terdapat akad *muwadla’ah* atau *Al-Wadli’ah*. Akad *muwadla’ah* merupakan bagian dari prinsip jual beli dari segi perbandingan harga jual

<sup>18</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur’an Dan Terjemahnya*. 65.

dan harga beli. Jual beli *Muwadla'ah* yaitu jual-beli dimana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar atau dengan potongan (*discount*). Penjualan semacam ini biasanya hanya dilakukan untuk barang-barang atau aktiva tetap yang nilai bukunya sudah sangat rendah. Rukun dan syarat jual beli pada *bay muwadla'ahsama* seperti yang terdapat pada *bay murabahah* dengan tambahan yang terdapat pada keumuman jual beli. Mengenai harga awal dari barang yang akan dikenai diskon tidak boleh bertentangan dengan kondisi barang yang ada. Karena apabila bertentangan maka termasuk ke dalam kategori riba. Hukum jual beli dengan menggunakan sistem potongan harga atau diskon itu diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti halnya penipuan kepada *customer*, merugikan *customer*, menimbulkan kemadharatan, dan lain sebagainya.<sup>19</sup>

Oleh karena itu, sistem diskon harus terlepas dari beberapa faktor yang diharamkan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Haram Dzatnya Transaksi dilarang karena objeknya terlarang, misalnya khamr, bangkai, babi, dan lainnya. Dengan demikian jika terjadi transaksi jual beli barang-barang tersebut dengan akad *Muwadla'ah*, secara otomatis transaksi ini menjadi haram.<sup>20</sup>
- b. Haram selain Dzatnya Kata “tukar menukar” atau “peralihan pemilikan dengan penggantian” mengandung maksud yang sama bahwa kegiatan

---

<sup>19</sup> Muammar Khadafi, Lc., M.A, Dr. Dina Madinah, S.E., M.Acc., and Euis Kurniasih, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon Dengan Mark Up Terlebih Dahulu.”

<sup>20</sup> Afibatus Afida and M. Taufiq Zamzam, “Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu Di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga.”

mengalihkan hak dan kepemilikan itu berlangsung secara timbal balik atas dasar kehendak dan keinginan bersama. Kata “secara suka sama suka” mengandung arti bahwa transaksi timbal balik ini berlaku menurut cara yang telah ditentukan, yaitu secara “*an taradhin minkum*” saling rela.

- c. Tadlis adalah transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak atau menyembunyikan secara utuh kualitas maupun kuantitas. Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak, mereka harus mempunyai informasi yang sama, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Ada 3 (tiga) hal transaksi dalam tadlis, yaitu:
  - 1) Kuantitas, mengurangi takaran
  - 2) Kualitas, menyembunyikan kecacatan barang
  - 3) Harga, memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar
- d. Najasy adalah jual beli yang bersifat pura-pura dimana pembeli menaikkan harga barang, bukan untuk membelinya, tetapi hanya untuk menipu pembeli lainnya membeli dengan harga tinggi.
- e. Gharar mencakup dua bentuk. Yaitu keraguan dan kebimbangan, yakni keragu-raguan dan kebimbangan antara keberadaan dan keberhasilan objek jual beli dengan ketiadaannya. Kedua, ketidaktahuan, yakni sesuatu yang tidak diketahui sifat, ukuran, dan lain-lainnya. Ada 2 bentuk dari transaksi gharar yaitu:

- 1) Dari segi ketidakjelasan objek, yaitu fisik barang tidak jelas.
- 2) Ketidakjelasan harga, yaitu penjual menentukan harga.

## **B. Teori *E-Commerce***

### **1. Pengertian *E-Commerce***

Dalam dunia bisnis, website dalam bentuk *e-commerce* sudah merupakan kebutuhan dari suatu bisnis yang telah maju saat ini untuk mengembangkan usaha karena terdapat berbagai manfaat yang dimiliki oleh *e-commerce*. *E-commerce* merupakan salah satu hasil dari penerapan internet dalam dunia ekonomi digital. Istilah *e-commerce* berasal dari singkatan *electronic commerce* merupakan perdagangan secara elektronik yang merupakan kegiatan penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk barang atau jasa, dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya.<sup>21</sup>

*E-commerce* diartikan sebagai distribusi, penjualan, pembelian, marketing, dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti internet dan komputer. *E-commerce* merupakan perbaduan antara jasa dan barang secara digital dapat menjadi penggerak untuk memperbaiki ekonomi suatu negara.<sup>22</sup> Kegiatan *e-commerce* yang didukung oleh teknologi-teknologi canggih yang ada. Teknologi-teknologi tersebut seperti smartphone, laptop, komputer, dan alat sejenisnya yang

---

<sup>21</sup> Reski Amelia, *Jadi Seller Lazada* (Jakarta: Pustaka Taman Ilmu, 2021). 4.

<sup>22</sup> Dewi Irmawati, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis," *Politeknik Negeri Sriwijaya*, November 2011, 95–112.

dapat melakukan transaksi online dan bisa menjalankan inventori management sistem.

Penggunaan internet dalam bertransaksi bisnis sudah dianggap sebagai bentuk yang penting saat ini. Dengan disertai meningkatnya jumlah pengusaha yang menggunakan *e-commerce* dalam perusahaannya. Dalam bisnis, menggunakan website dengan bentuk *e-commerce* ialah sebuah kebutuhan dari suatu bisnis yang telah berkembang maju untuk mengembangkan usahanya di karenakan *e-commerce* memiliki berbagai manfaat.<sup>23</sup>

*E-commerce* merupakan kegiatan ekonomi secara digital yang didukung dengan adanya *Platform* sebagai wadah untuk menciptakan tempat dan *marketplace* media online tempat untuk melakukan kegiatan bisnis. Dari kedua itu mereka merupakan sub perangkat dari *e-commerce*. Dengan adanya *e-commerce* membuka dunia ekonomi secara global dan mudah dengan hanya menggunakan internet.

*E-commerce* merupakan bagian dari *e-business* yang mencakup bisnis secara *electronic* yang cangkupannya lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga kolaborasi mitara bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan, dan sebagainya.

## **2. Jenis-Jenis *E-Commerce***

*E-commerce* dimaknai dengan suatu proses kegiatan jual beli yang mengandalkan sistem elektronik sebagai penyebaran, penjualan,

---

<sup>23</sup> Reski Amelia, *Jadi Seller Lazada*. 4.

pembelian pemasaran barang dan jasa. *E-commerce* dapat dibagi menjadi beberapa jenis yang paling banyak digunakan, antara lain:<sup>24</sup>

a. *Business To Business (B2B)*

*Business to business* merupakan bentuk interaksi *e-commerce* menggunakan transaksi secara online meliputi barang ataupun jasa yang terjadi antara produsen dengan distributor dan pengecer. Jenis B2B biasanya dilakukan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak untuk saling mendapatkan keuntungan dan kepercayaan.<sup>25</sup> Contoh dari kegiatan jenis B2B semacam *shopping mall* yang berupa *online marketplace*, jika produsen telah memiliki suatu brand ternama dengan jenis *e-commerce* ini dapat cocok dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli.

b. *Business To Consumer (B2C)*

*Business to consumer* biasanya disebut dengan retail juga merupakan bagian dari *e-commerce* yang menekankan penjualan dan pembelian produk atau jasa secara online bukan dilakukan secara langsung. Pada interaksi melakukan transaksi B2C yang berlangsung antara pelaku bisnis dengan *customer* dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan fitur-fitur yang telah tersedia. Contoh dari kegiatan jenis B2C semacam *toko online*, dengan pelaku bisnis menjual produk *kecustomer* dengan menggunakan toko online dengan domain pribadi

---

<sup>24</sup> Muhammad Yusuf and Noor Ifada, *E-Commerce Konsep Dan Teknologi* (Malang: Media Nusa Creative, 2021). 10.

<sup>25</sup> Dewi Irmawati, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis."

yang selanjutnya produk tersebut dapat dijual kepada *customer* via online.<sup>26</sup>

c. *Consumer To Consumer (C2C)*

*Consumer to consumer* merupakan jenis *e-commerce* yang munculnya dengan membawa teknologi internet berbasis website atau platform. *Consumer to consumer* merupakan aktivitas bisnis ataupun penjualan yang dilakukan oleh individu kepada individu lainnya aktivitas tersebut terjadi dalam sebuah *platform e-commerce* dimana pengguna dapat menjual produk dan jasa di *platform* tersebut. Contoh dari kegiatan jenis C2C yakni *online marketplace* model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu memasarkan produk yang dijual saja namun juga memfasilitasi dengan fitur pembayaran secara online. Model bisnis ini digunakan oleh Lazada dalam melakukan jual beli.

d. *Consumer To Business (C2B)*

*Consumer to business* merupakan model bisnis dimana *customer* menciptakan dan membentuk nilai akan proses bisnis. C2B yang merupakan jenis *e-commerce* berbeda dari *e-commerce* pada umumnya, dimana *customer* berperan aktif dengan memberitahukan kepada *netizen* online mengenai kebutuhannya, dimana pelaku usaha akan menawarkan produk dan jasanya dalam memenuhi kebutuhan dari kosumen. Contoh kegiatan dari jenis C2B ialah jenis *website*

---

<sup>26</sup> Mahir Pradana, "Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia," *Universitas Telkom* 27, no. 2 (2015): 163–74.

*crowdsourcing* dan *crowdfunding* website dipakai sebagai *platform* untuk mengumpulkan khalayak internet dengan kemampuan yang sama atau untuk penggalangan dana secara *online*.<sup>27</sup>

### 3. Manfaat *E-Commerce* bagi Pelaku Usaha

Dengan keberadaan *e-commerce* sebagai salah satu model baru dalam bisnis perdagangan atau jual beli di ekonomi sangat diharapkan dapat membawa banyak manfaat positif bagi kedua belah pihak penjual dan pembeli dan di harapkan bahwa dapat membawa keuntungan bagi penjual. Sehingga hal tersebut tidak akan merasa adanya kerugian dalam bentuk apapun baik itu penjual maupun pembeli.<sup>28</sup>

- a. Mempermudahkan dalam segi waktu dan tenaga saat melakukan proses jual beli. Dengan adanya *e-commerce* penjual dan pembeli di permudahkan dari segi waktu dan tenaga karena pembeli tidak perlu lagi melakukan pembelian di toko langsung dan cukup melakukan pencarian di *marketplace* yang tersedia dan untuk penjual tidak lagi di sulitkan dalam melakukan perdagangan dengan menggunakan toko cukup mengupload produk yang telah disediakan oleh *e-commerce*.
- b. Tidak perlu modal yang jumlah besar, dengan menggunakan *e-commerce* para penjual di peringatkan dalam masalah modal karena dalam menjual biasanya penjual membutuhkan tempat atau toko untuk

---

<sup>27</sup> Annisa Dwi Kurniawati, “Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam,” *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo* 02, no. 01 (June 2019): 90–113.

<sup>28</sup> Irwan Hermawan et al., “Pelatihan E-Commerce Untuk Mendapatkan Peluang Bisnis Bagi Mahasiswa Politenik LP3I Bandung Pasca Pandemi Covid 19 (Bekerjasama dengan UMKM Kiricuhi sebagai pelatih e-commerce),” *Politeknik LP3I* 8, no. 1 (June 2022): 96–106.



memasarkan produknya. Namun dengan menggunakan *e-commerce* penjual cukup berjualan secara *online* dengan hal tersebut dapat mengurangi modal dalam pengurangan biaya sewa toko atau outlet.

- c. Mempermudah jangkauan calon *customer* dengan pasar yang luas. Penjual dapat menjangkau pembelian secara global dengan menggunakan *e-commerce*. Dengan menawarkan produk secara global hal ini dapat menjangkau *customer* dari berbagai daerah maupun negara.
- d. Mempermudah melakukan pemasaran barang dan jasa. Pemasaran dalam *e-commerce* dapat diatur dan di jadwalkan oleh penjual dan juga *marketplace* melakukan kegiatan *sale* setiap bulannya yang dapat didaftarkan oleh penjual.
- e. Mempermudah melakukan pembayaran dalam *e-commerce* menyediakan pembayaran yang dapat memudahkan kedua belah pihak dengan berbagai macam pembayaran via online seperti e-money, e-banking, COD *cash on delivery*, dan lainnya. Dengan begitu kedua belah pihak penjual dan pembeli tidak di pusingkan lagi oleh pembayaran dan mempercepat proses pembayaran.<sup>29</sup>
- f. Memudahkan proses pengembangan bisnis dengan jangkauan *customer* yang luas menjadikan proses pengembangan bisa dengan mudah di realisasikan. Bahkan proses jual beli secara online merupakan metode yang tepat untuk saat ini.

---

<sup>29</sup> Fadel Retzen Lupi, "Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia.com" 1, no. 2 (2016): 20–29.

## C. Etika Bisnis Islam

### 1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam memiliki beberapa definisi yang diawali dengan Etika. Etika secara etimologi memiliki dua makna *ethos* yang berarti kebiasaan, sifat, dan watak dan *ethicos* yang berarti perbuatan baik dan juga kelakuan.<sup>30</sup> Menurut terminologi etika memiliki arti yakni Susila yang maknanya menunjukkan sebuah dasar-dasar dan prinsip, aturan kehidupan, dan menjadi yang lebih baik.

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang berkaitan dengan usaha, secara individu maupun sekelompok orang yang sedang melakukan aktivitas jual beli yang dapat menghasilkan laba serta dapat memberikan kemajuan bagi perekonomian. Sedangkan dalam bahasa arab sebutan bisnis yaitu *At-Tijarah* yang berarti kegiatan perdagangan yang berorientasi pada *profit* atau keuntungan.<sup>31</sup>

Ekonomi dan praktik bisnis islami berkaitan erat dengan kaidah dan Syariah islam seseorang tidak dapat memahami pandangan islam tentang ekonomi dan bisnis tanpa memahami dengan baik ajaran kaidah dan Syariah islam.<sup>32</sup> Dengan hubungan akidah atau kepercayaan menghasilkan pengawasan melekat pada dirinya sehingga terjalinnya hubungan harmonis

---

<sup>30</sup> Heru Cahyono, "Konsep Pasar Syariah Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," *Ecobankers: Journal of Economy and Banking* 1, no. 2 (August 31, 2020): 14, <https://doi.org/10.47453/ecobankers.v1i2.171>.

<sup>31</sup> Neli Purwanti and Ajeng Pujawati, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Pada Penjual Pengguna Media Sosial Instagram)," *Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sebelas April Sumedang* 3, no. 1 (2021): 62–77.

<sup>32</sup> Mabarroh Azizah, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee," *Universitas Semarang* 10, no. 1 (2020): 83–96.

dengan mitranya yang pada gilirannya akan mengantar kepada lahirnya keuntungan bersama, bukan sekedar keuntungan sepihak.

Dalam padangan ekonomi islam, bisnis serta etika sering diartikan tentang dua hal yang berlawanan, sebab bisnis ialah representasi dari perkara duniawi kan tetapi bisnis juga merupakan salah satu perihal yang tidak dapat dipisahkan dari konsep investasi akhirat. Artinya apabila di dalam unsur bisnis maupun berinvestasi diniatkan sebagai dari ibadah terhadap ketaatan terhadap tuhan dengan wajib menjalankan sesuai dengan kaidah-kaidah moral yang berlandasan keimanan kepada akhirat.<sup>33</sup> Di dalam islam, penafsiran bisnis tidak dibatasi tentang urusan dunia saja, namun mencakup pula segala aktivitas didunia sebagai ibadah dalam mencapai keuntungan dunia maupun akhirat.

Etika bisnis islam merupakan akhlaq dalam melaksanakan sebuah kegiatan bisnis yang menerapkan nilai-nilai ajaran islam yang kegiatan bisnisnya tidak perlu adanya kekhawatiran, dikarenakan telah dianggap dan diyakini sebagai hal yang benar yakni al-Qur'an dan Al-Hadist sebagai pedoman dan strategi dalam penerapan bisnis yang baik.<sup>34</sup>

## **2. Etika dalam Diskon**

Salah satu bentuk dari pemasaran dalam praktik jual beli melakukan potongan harga atau diskon. Diskon adalah potongan harga atau

---

<sup>33</sup> Desy Astrid Anindya, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua" 2, no. 2 (2017): 390.

<sup>34</sup> Qanitah An Nabila A'yun et al., "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia," *Universitas Muhammadiyah Sidoarjo* 1, no. 2 (2021): 166–81.

pengurangan dari harga yang dikenakan pada suatu barang atau jasa yang diberikan oleh penjual kepada pembelian karena alasan tertentu. Sistem diskon sering digunakan oleh penjual dalam meningkatkan penjualannya karena dengan adanya diskon atau potongan harga yang diberikan kepada pembeli dengan harga yang telah ditetapkan yang biasanya merupakan dari strategi dalam pemasaran.<sup>35</sup>

Sasaran dalam informasi diskon ini diperuntukan bagi *customer* sedangkan yang memberikan diskon ini adalah penjual, sementara tempat diadakannya diskon ini menggunakan *e-commerce* Lazada. Aplikasi yang digunakan dalam jual beli secara online yang banyak digunakan masyarakat khalayak untuk mencari produk dengan harga yang terjangkau. Cara Lazada memberikan diskon pada produk bisa dilakukan menggunakan potongan harga pada produk, gratis ongkir, *flexi combo* dan memberikan diskon tersebut menggunakan media sosial atau internet, iklan, dan lain sebagainya. Dalam hal ini yang terpenting dalam memberikan diskon atau potongan harga penjual juga harus menerapkan dari segi etikanya yakni dengan menjualkan produknya secara kebenaran, tidak berlebih-lebihan, tidak memaksakan kehendak, dan kejujuran.<sup>36</sup>

Dalam diskon, diwajibkannya untuk berkata yang benar dari sisi kualitas produk maupun potongan harga.

---

<sup>35</sup> Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2010). 248.

<sup>36</sup> Aselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021). 120.

Sebagaimana Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ  
وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ ۖ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar”*<sup>37</sup> (Qs Al-Ahzab: 70-71).

Jika diperhatikan ayat tersebut mewajibkan manusia untuk berkata jujur dan kebenaran dan tidak mendusta atau menipu dan tidak menyimpang dari kebenaran. Secara etika kata kunci kejujuran dan kebenaran dalam jual beli memproduksi barang harus jujur dalam takaran, menjual barang yang berkualitas. Dengan hal tersebut dapat membangun kepercayaan kepada *customer* karena barang yang diskon murah dan barang yang didapatkan juga berkualitas dan penjual yang menjualnya berkata jujur dan belaku benar sesuai dengan Syariah Islam dengan begitu penjual mendapatkan keuntungan dari pembelian barang tersebut.

### 3. Prinsip Etika Bisnis Islam

Etika merupakan akhlak atau moral dalam melakukan bisnis dengan menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan, kebenaran, kejujuran yang sesuai dengan ajaran di dalam islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya dianggap merupakan suatu usaha dijalan yang benar dan merupakan hal yang baik. Oleh karena itu didalam melaksanakan kegiatan bisnis Adapun prinsip pada nilai-nilai moral islam sebagai berikut:

---

<sup>37</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. 341.

a. Jujur Dalam Takaran

Jujur dalam menakar suatu barang merupakan point yang sangat penting untuk diperhatikan. Jujur tidak hanya kunci dari sebuah kesuksesan seorang pelaku bisnis menurut islam namun etika bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran. Dalam bisnis untuk membangun kerangka kepercayaan itu seorang pedagang harus mampu berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya maupun orang lain. Kejujuran ini harus di realisasikan antara lain dalam praktik penggunaan timbangan yang tidak membedakan antara kepentingan pribadi penjual maupun pembeli. Dengan sikap jujur ini kepercayaan pembeli kepada penjual akan tercipta dengan sendirinya.<sup>38</sup>

b. Menjual Barang Yang Baik Mutunya

Salah satu yang merusak etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeseimbangan antara memperoleh keuntungan dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika dan adat. Dengan begitu dalam menjual barang harus jujur dalam mutu dan tidak berbuat curang dalam memproses suatu barang.

---

<sup>38</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Jakarta: Penebar Plus imprint dari Penebar Swadaya, 2012). 34.

c. Dilarang Menggunakan Sumpah

Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dikalangan pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan *obral sumpah*. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk menyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya. Dalam Islam tidak di benarkan perbuatan semacam itu karena juga akan menghilangkan keberkahan.

d. Longgar dan Bermurah Hati

Dalam bertransaksi terjadinya kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapatkan berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli. Sebaliknya, jika penjual bersikap kurang ramah, apalagi kasar dalam melayani pembeli, justru mereka akan melarikan diri, dalam arti tidak akan mau kembali lagi.<sup>39</sup>

e. Membangun Hubungan Baik Antar Kolega

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, inklud antarsesama pelaku dalam bisnis. Dalam kaitan bisnis, makna dimudahkan rezeki dan dipanjangkan umur bisa berarti bahwa bagi pelaku bisnis yang sering melakukan silaturahmi akan berkembang usaha bisnis yang dilakukan. karena bisa jadi dengan silaturahmi

---

<sup>39</sup> Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M.Ag, *Etika Bisnis Dalam Paradigma Spritualitas dan Kearifan Lokal* (UIN-Maliki Press, 2019). 32.

yang dilakukan itu akan kian luas jaringan yang bisa dibangun dan semakin banyak informasi yang diserap, serta dukungan yang diperoleh dari berbagai kalangan. Dengan demikian umur bisnis akan semakin Panjang dalam artian akan terus bertahan dan berkembang sesuai dengan yang diharapkan oleh semua orang.

f. Tertib Administrasi

Dalam dunia perdagangan wajar terjadinya praktik pinjam meminjam. Dalam hubungan ini Al-Quran mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi. Dan juga mendidik para pelaku bisnis agar bersikap jujur, terhindar dari penipuan dan kekhilafan yang mungkin terjadi.

g. Menetapkan Harga dengan Transparan

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam islam gara tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh prestasi atau keuntungan, namun hak pembeli harus tetap dihormati. Dalam arti penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai *customer* tetap maupun bebas.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

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

Jenis penelitian ini merupakan penelitian yang sifatnya lapangan (*field research*) yang dalam kajian tumpuhannya adalah terjun langsung ke lapangan. Penelitian ini dilakukan karena sumber-sumber data yang didapat merupakan kondisi yang terlibat langsung oleh masyarakat sehingga peneliti terlibat secara langsung dan mendapatkan gambaran secara menyeluruh (*komprensif*) sebagai metode survey terhadap situasi penelitian. Penelitian lapangan dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif.<sup>1</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dipahami bahwa penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang menggunakan data lapangan secara ekstensif yang kemudian dibuatkan kodenya dan dianalisis dalam berbagai cara dalam melaksanakan penelitiannya. Penelitian Lapangan ini penulis membuat catatan lapangan meninjau secara luas yang kemudian menganalisis dengan berbagai cara. Penelitian ini dilakukan di Kanza Mart Jalan Baru Jakarta Utara untuk mengetahui mengenai penerapan diskon yang dilakukan pelaku bisnis online atau e-

---

<sup>1</sup>Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013). 26.

*commerce* dalam kesesuaian penerapan diskon atau potongan harga tersebut dengan tinjauan etika bisnis islam.

## 2. Sifat Penelitian

Berdasarkan judul diatas, maka peneliti ini dapat dikatagorikan dalam penelitian kualitatif deskriptif. Sebagaimana dalam kutipan Mayang Sari Lubis menurut Dezin dan Licoln, kualitatif, menyatakan penekanan pada proses dan makna yang tidak di uji, atau diukur dengan setepat-tepatnya, dalam istilah-istilah kuantitas, jumlah intesitas atau prekuensi dapat diartikan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan yang tidak diperoleh oleh alat-alat prosedur statistic atau alat-alat kuantifikasi.<sup>2</sup>

Moelong, Bogdan dan Taylor mengemukakan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur yang dapat menghasilkan data yang bersifat deskriptif berupa kata-kata, tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati oleh seorang peniliti.<sup>3</sup> Sedangkan deskripsi tentang penelitian kualitatif atau dengan sebutannya pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian secara menyeluruh, luas dan mendalam.

Berdasarkan pemaparan diatas adalah pendekatan yang dilakukan secara utuh kepada subjek penelitian dimana terdapat peristiwa penting dan peneliti menjadi instrument kuncinya. Berdasarkan sifat penelitian

---

<sup>2</sup> Mayang Sari Lubis, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018). 39.

<sup>3</sup> Lexy J Moelang, 4.

tersebut, maka penelitian ini berupaya mendiskripsikan penerapan diskon melalui Seller Lazada di tinjau dari etika bisnis islam berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan selama penelitian dan di tuangkan dalam bentuk laporan atau uraian.

## **B. Sumber Data**

Sumber data yang di dapatkan dalam memperoleh ini menggunakan dua macam sebagai berikut:

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

Sumber data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dengan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara dengan pemillik Toko Ibu Yuniati, karyawan yang mengatur administrasi dan layanan dalam usaha bisnis online Kanza Mart, serta costumer.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Sampel penelitian ini tidak menekankan pada jumlah atau keterwakilan, tetapi lebih kepada kualitas informasi, kredibilitas dan kekayaan informasi yang di miliki oleh informan atau partisipan.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini menggunakan *Purposive sampling* untuk pengambilan *costumer* dengan menetapkan ciri khusus agar sampel yang diambil nantinya dapat memenuhi kriteria-kriteria yang mendukung atau sesuai dengan penelitian sebagai berikut:

---

<sup>4</sup> Masayu Rosyidah and Rafiqa Fijra, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021). 91.

- a. Costumer tetap
- b. Costumer yang menggunakan aplikasi Lazada
- c. Costumer yang mendapatkan atau menggunakan diskon di Kanza Mart.

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang langsung di kumpulkan peneliti sebagai alat penunjang dalam penelitiannya. Sumber data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Data sekunder ini diperoleh dari sumber data tidak langsung biasanya berupa artikel, surat kabar, kelembagaan resmi yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian, buku, jurnal, dan catatan yang lainnya sebagai penunjang dari sumber data primer, juga disertai karya tulis yang sesuai dengan tema penulisan penelitian.<sup>5</sup> Data sekunder yang mendukung penelitian ini adalah situs Seller Lazada, buku, media cetak dan dokumen yang berkaitan dengan judul penulisan.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode peneliti dalam menghimpun dan menganalisis data untuk kebutuhan penelitian yang akan diangkat oleh seorang peneliti. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri beberapa Teknik dalam mendapatkan sebuah data diantaranya:

---

<sup>5</sup> *Ibid.*, 88

## 1. Wawancara (*Interview*)

Untuk semakin objektifnya penelitian tentunya seorang peneliti harus melakukan wawancara. Teknik wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab. Wawancara dalam penelitian kualitatif menggunakan metode wawancara semi terstruktur (*Semi Structure Interview*), Wawancara semi terstruktur lebih tepat digunakan dalam penelitian kualitatif dikarenakan peneliti diberikan kebebasan sebeb-bebasnya dalam bertanya dan memiliki kebebasan dalam mengatur alur dan setting wawancara. Tujuannya adalah menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Informan diminta pendapat dan ide-idenya dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat yang dikemukakan Informan.<sup>6</sup>

Maka dari itu, metode wawancara yang dilakukan dengan tanya jawab secara langsung kepada informan yang memenuhi kriteria-kriteria yang mendukung yakni Ibu Yuniati pemilik dari Kanza Mart, karyawan yang mengatur administrasi dan layanan di Kanza Mart, 3 *costumer* online di Kanza Mart. Dengan wawancara peneliti mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang penerapan diskon yang dilakukan Kanza Mart melalui seller Lazada yang ditinjau dengan etika bisnis Islam.

---

<sup>6</sup>Mayang Sari Lubis, *Metodologi Penelitian*. 33.

## 2. Observasi

Observasi dalam penelitian kualitatif adalah pengamatan secara langsung terhadap objek untuk mengetahui keberadaan objek, situasi, konteks dan maknanya dalam upaya mengumpulkan data penelitian. Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara datang langsung (mengunjungi aplikasi Seller Lazada), menguji Kanza Mart, melihat langsung dan merasakan langsung apa yang terjadi di lapangan yang ingin diteliti.

Metode observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi partisipasi, karena peneliti ikutserta secara langsung dalam penelitian lapangan yaitu dengan ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh pemilik bisnis online dan *Platform* Seller Lazada. Teknik pengumpulan data dengan observasi ini sangatlah baik karena peneliti akan dapat menggabungkan antara metode wawancara dengan dokumentasi sekaligus mengkonfirmasi kebenarannya.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen dalam bahasa latin yaitu *dorece* yang berarti mengajar. Secara harfiah dokumen dapat diartikan sebagai catatan kejadian yang sudah lampau dengan bentuk secara tulisan ataupun gambar dan karya monumental dari seseorang.<sup>7</sup> Pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara menelaah dokumen-dokumen

---

<sup>7</sup> Mayang Sari Lubis. 36.

seperti sejarah singkat, foto-foto produk di Kanza Mart, riwayat transaksi penjualan Kanza Mart, dan bukti penerapan diskon yang diberikan.

#### **D. Teknik Penjamin Keabsahan Data**

Keabsahan data merupakan suatu data sangat penting dalam sebuah penelitian yang akan menyajikan sebuah data tersebut. Hal ini mengetahui kesesuaian data yang akan disajikan. Untuk mengetahui keabsahan data maka peneliti perlu data yang sesuai dan lengkap peneliti menggunakan teknik perpajangan pengamatan. Keterlibatan peneliti dalam penelitian ini sangat menentukan dalam proses pengumpulan data. Keikutsertaan peneliti juga menjadi bagian penting dan membutuhkan waktu lama dalam mengkaji dan menganalisis data yang akan disajikan dalam bentuk tekstual.

Teknik penjamin keabsahan merupakan cara-cara peneliti untuk mengukur kredibilitas data yang akan di sajikan (kepercayaan) dalam proses pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan metode studi lapangan yaitu penelitian pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang di teliti guna memperoleh data yang diperlukan. Maka dari itu peneliti melakukan trigulasi yaitu teknik pengumpulan data yang akan diambil dari hasil wawancara dengan dokumentasi.

Triangulasi teknik adalah penggunaan beragam teknik pengukapan data yang dilakukan kepada sumber data untuk menguji kredibilitas data

dengan cara mengecek data yang sama namun dengan alat yang berbeda.<sup>8</sup> Dalam triangulasi teknik yang digunakan seperti wawancara dengan pemilik tempat yang kemudian dicek melalui observasi dan dokumentasi. Peneliti menggunakan teknik melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk menguji kredibilitas data bila data yang dihasilkan berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar atau mungkin semua benar karena sudut pandang berbeda-beda.

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

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola memilih mana yang penting dan akan yang akan di pelajari serta membuat kesimpulan mudah di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>9</sup>

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif yang bersifat induktif didasarkan dari data yang diperoleh, dilandaskan pada fakta yang khusus kepada hal yang bersifat umum. aktivitas yang gunakan dalam menganalisis data yaitu dengan menggunakan tiga tahapan sebagai berikut :

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2013). 127.

<sup>9</sup> Hardani et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020).162.



## 1. Reduksi Data

Data yang didapatkan di lapangan jumlahnya sangat banyak maka perlu dicatat secara teliti dan rinci dalam menyajikan dan menganalisis. Mereduksi data yang berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak perlu. Reduksi data ialah untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama penelitian data di lapangan. Sehingga tujuan penelitian penelitian tidak hanya untuk menyederhanakan data tetapi juga untuk memastikan data yang diolah itu merupakan data yang mencakup dalam *scope* penelitian.<sup>10</sup>

Berdasarkan pemaparan diatas maka dalam penelitian ini peneliti akan mencatat, merangkum, menganalisis dan mengkaji data yang ada di lapangan sebagai rujukan kemudian akan memfokuskan pada pembahasan yang sangat penting dan membuang hal-hal yang tidak penting.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data dimaksudkan untuk menyampaikan gagasan dimana data diperkenalkan sebagai suatu informasi yang terorganisir dan penarikan kesimpulan secara analitis. Setelah melalui tahap mereduksi data maka langkah selanjutnya ialah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk mengumpulkan informasi untuk menghasilkan sebuah kesimpulan dan tindakan.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Masayu Rosyidah and Rafiq Fijra, *Metode Penelitian*. 125.

<sup>11</sup> Mayang Sari Lubis, *Metodologi Penelitian*, 45.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti akan menyajikan data dari bentuk informasi yang telah di reduksi kedalam laporan secara sistematis untuk menghasilkan sebuah kesimpulan dan tindakan.

### 3. *Verifikasi*

Langkah ketiga dari penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan yang dapat diawal hanya bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang relevan dan kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya, tetapi apabila kesimpulan yang didapat pada awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konstiten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Mengingat kesimpulan bersifat deskriptif maka penarikan kesimpulan diperoleh berdasarkan metode berpikir induktif atau deduktif.<sup>12</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas data yang telah diproses dengan langkah-langkah seperti di atas kemudian ditarik kesimpulannya secara kritis dengan menggunakan metode induktif yang berangkat dari hal-hal yang bersifat khusus untuk memperoleh kesimpulan umum yang objektif. Setelah itu, kesimpulan yang telah dibuat kemudian diverifikasi dengan cara melihat kembali pada hasil reduksi dan penyajian data sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari permasalahan penelitian.

---

<sup>12</sup> Hardani et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. 171.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Lokasi Penelitian

##### 1. Profil Singkat Kanza Mart

Kanza Mart merupakan toko berbasis *online shop* di Lazada yang bergerak pada bidang kosmetik atau perlengkapan wanita. Sebelum Kanza Mart di buka awal mulanya pemilik dan keluarga sudah memiliki toko yang lain berlokasi di Jalan Baru Jakarta Utara. Namun pemilik kanza mart berinisiatif untuk memulai bisnisnya sendiri bersama kakaknya di tahun 2020 terbentuklah Toko Kanza Mart. Ternyata setelah mendirikan bisnisnya dan juga memasarkan yang dilakukan oleh Ibu Yuniati dan Kakaknya Ibu Yunita menggunakan media *platform online digital* yakni Lazada ternyata berhasil yang didapatkan mengalami peningkatan sejalan dengan *trend* berjualan di *e-commerce*.

Gambar 4.1  
Profil Kanza Mart Di Lazada



Sumber: Platform Lazada, Toko Kanza Mart, 20 November 2023, Jam 11.48.

Untuk memasarkan usahanya, sejak awal berdirinya Ibu Yuniati telah mendaftarkan bisnisnya menjadi seller dengan pihak Lazada menjadi *seller Lazada*. Setelah usahanya berjalan selama lima bulan usaha Kanza Mart mengalami peningkatan melalui pesanan dengan menggunakan Lazada. Menurut pengakuan Ibu Yuniati menjual dan membeli di Lazada banyak di minati dalam nilai kepraktisan, kemudahan, dan terjangkau, serta dampak dalam hal pemasaran produk menjadi lebih mudah ditemukan dan dapat langsung di pesan oleh *customer* melalui aplikasi Lazada.

Toko Kanza Mart buka setiap hari dapat memesan produk pada jam berapa pun dan akan di produk akan dikirim 1 hari setelah pengepakan pakatnya dan estimasi pengiriman selama 3-7 hari. Produk yang di tawarkan oleh Kanza Mart di antaranya seperti *Skincare, facewash, body lotion, nail polish*, dan lain-lainnya untuk pelengkapan *make up* wanita.

## **2. Profil Singkat Lazada**

Lazada merupakan perusahaan e-commerce Indonesia yang didirikan pada tahun 2012 dan merupakan salah satu cabang dari jaringan retail online di Asia Tenggara Lazada di Indonesia merupakan salah perusahaan e-commerce yang masuk di tiga besar dan terbaik dengan jumlah pengunjung 28 juta perbulannya. Lazada didirikan oleh Rocket Internet. Rocket Internet merupakan perusahaan yang berasal dari Jerman yang mendirikan perusahaan berbasis e-commerce terbesar yang sukses menciptakan perusahaan online shop di berbagai belahan dunia dan kantor

pusatnya bertepatan di Berlin, Jerman.<sup>1</sup> Lazada didirikan oleh Rocket Internet bertujuan membangun model bisnis seperti Amazon di Asia Tenggara untuk mengambil keuntungan dari pasar dan konsumen online yang baru lahir dan lemahnya kehadiran Amazon disana. Kepemilikan saham mayoritas Lazada Group dimiliki oleh Alibaba Group Holding Limited.<sup>2</sup>

Gambar 4.2  
Logo Lazada Dan Seller Lazada



Sumber: Platform Lazada, Logo Lazada, 20 November 2023, Jam 11.48.

Lazada memiliki *platform* untuk penjual yang disebut sebagai Lazada *Seller*. Asal kata *seller* berasal dari kata *salesperson*, dalam bahasa Inggris artinya sebagai penjual atau pemilik toko. *Seller* merupakan sebutan penjual dalam sebuah situs online marketplace yang menjualkan produk.<sup>3</sup> *Seller* merupakan penjual yang menjual produk yang mereka buat sendiri ataupun produk yang diambil dari supplier barang tertentu.

Dalam Lazada penjual biasa di sebut dengan *Seller Lazada* yang merupakan para pembisnis yang menjalankan bisnis online mereka melalui Lazada. *Seller Lazada* merupakan Aplikasi bagi para penjual atau pemilik

<sup>1</sup> Reski Amelia, *Jadi Seller Lazada*. Hal 4.

<sup>2</sup> Aw Yong Chai Yee et al., "Lazada Group," *Universiti Sains Malaysia* 2, no. 2 (2019): 19–29.

<sup>3</sup> Pristyanilicia Putri, Havid Syafwan, and Masitah Handayani, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Menangkap Peluang Usaha Bagi Generasi Muda Di Kelurahan Sei Kamah I," 167.

untuk mempermudah kegiatan para seller Lazada dalam membangun usaha dan Lazada juga membangun *seller center Lazada* yang dikenal cukup ramah bagi pengguna dan memudahkan untuk dipahami yang bertujuan untuk meningkatkan angka penjualan seller dan mendatangkan lebih banyak pelanggan setiap tahunnya. Lazada menawarkan berbagai produk mulai dari elektronik, fashion, kebutuhan rumah tangga, alat olahraga, kosmetik dan lainnya. Lazada menyediakan sistem pembayaran yang beragam mulai dari transfer antar bank, *credit card*, *e-money* hingga pilihan pembayaran *Cash On Delivery (COD)* yang memudahkan penggunanya membayar pesanan tanpa harus mentransfer uang melalui bank ataupun *top up e-money*.<sup>4</sup>

Lazada yang mana sebagai penyedia *platform* online untuk para seller dan customer untuk melakukan pembelian, pembayaran dan transaksi lainnya. Dalam hubungan tersebut tentu saja memiliki keterikatan yang erat sebagai partner. Sama juga dengan hubungan Lazada dan Kanza Mart yang mana Kanza Mart memilih Lazada untuk tempat berjualan dan melakukan pemasaran. Berdasarkan observasi Lazada dan Kanza Mart dalam penerapan diskon memiliki kolaborasi dan koordinasi antara kedua belah pihak untuk menciptakan penawaran yang menarik bagi konsumen. Selain itu, Lazada Indonesia seringkali menyediakan berbagai macam diskon belanja dan promo special.

---

<sup>4</sup> Trisna Taufik Darmawansyah and Miko Polindi, "Akad As-Salam Dalam Sistem Jual Beli Online (Studi Kasus Online Shop Di Lazada.Co.Id)," *UIN Sunan Gunung Djati Bandung* 3, no. 1 (June 2020): 20–39.

## **B. Penerapan Diskon Melalui Seller Lazada Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam**

### **1. Sistem Pemberian Diskon**

Seperti yang telah dibahas pada sebelumnya, sistem pada diskon yang dibentuk sebelum diberikan kepada *customer* melalui *platform digital*, Lazada membuka lahan untuk pemilik bisnis mengelola bisnisnya dengan media *online digital* dan menjadikan Lazada sebagai tempat terjadi jual beli dengan bentuk kerja sama tersebut memudahkan para pemilik bisnis *offline* membuka tokonya secara *online*. Layanan kerjasama yang dilakukan tersebut yang mana mengaitkan kedua belah pihak yakni *seller* dengan pihak Lazada. Dan begitu Ibu Yuniati selaku pemilik bisnis memanfaatkan fitur Lazada sebagai tempat atau wadah dalam memasarkan produknya kepada para *customer*. *E-commerce* Lazada memakai sistem *Customer To Customer* yakni model bisnis *website* yang bersangkutan tidak hanya membantu tapi mengatur dalam mempromosikan produk dan juga memfasilitasi dengan fitur-fitur lainnya secara *online*.<sup>5</sup>

Dari manfaat kegiatan tersebut *seller* diberikan keuntungan dalam melakukan jual beli secara *online*. Namun berbeda dikalau *seller* tidak memakai penerapan diskon pada produknya selisih keuntungan jauh berbeda. Lazada memberikan wadah untuk para *seller* untuk kegiatan berjualan secara online dengan menyediakan beberapa fitur-fitur yang telah ada. Sistem pemberian promosi yang diberikan oleh Lazada sangatlah bermacam-macam bentuk dari segi promosi yang berbayar yang

---

<sup>5</sup> Annisa Dwi Kurniawati, "Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam.",90-113.

telah diatur dari pihak Lazada adapun yang tidak membayar. Namun dari semua bentuk promosi yang telah diikuti pihak *seller* lah yang bertanggung jawab akan pembayaran pajaknya.<sup>6</sup> Contohnya *seller* yang mengikuti *campaign* Pesta Gajian disana diterangkan bahwa *seller* yang mengikuti minimal memiliki produk lebih dari 10 produk dietalase, trafik penjualan baik selama awal buka di Lazada, memiliki stok yang stabil, harga yang di berikan harus mengikuti harga terendah selama 90 hari dan tidak ada riwayat pembatalan dari harga yang telah di buat diskon, dan produk dijual merupakan produk asli, dan *seller* yang mengikuti dijawabkan menanggung pajak sebesar 2-3% mengikuti promosi tersebut.

Hasil dari wawancara yang diterangkan oleh Ibu Yuniati selaku dan Ibu Yunita selaku karyawan yang mengantur kegiatan layanan online terkait sistem promosi yang beliau terapkan dalam toko Kanza Mart sebagai berikut:

Mekanisme sistem diskon yang diberikan Lazada pada toko Kanza Mart berupa sistem yang telah disediakan oleh fitur-fitur didalam website, Kanza Mart hanya memilih beberapa yang terbilang gratis untuk mengedarkan promosi diskon didalam tokonya karena untuk mengambil promosi diskon yang membayar terbilang mahal dan keuntungan yang didapatkan terkadang tidak ada namun pengeluarannya terus mengalir. Dan hal tersebut sudah mencakup semua produk yang dijual dalam toko saat mempromosikan sistem diskon. Tetapi dikalau memakai yang promosi gratis Kanza Mart hanya membayar dari segi produk yang telah dipromosi itu terjual, hasilnya pun dipotong secara otomatis dari Lazada.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>Hasil Observasi Lapangan Menggunakan Website Lazada University, "Fitur Promosi (lazada.co.id)", Pada Tanggal 20 November 2023.

<sup>7</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Yuniati, Pemilik Bisnis Kanza Mart, Pada Tanggal 18 November 2023 Jam 15.00.



Hal ini selaras dengan penelitian dari Faisal Reza yang menjabarkan bahwa strategi promosi yang digunakan oleh pihak *seller* dari Lazada merupakan benar Lazada merupakan penyedia media untuk membantu *seller* untuk menjual, memperkenalkan, dan memasarkan produk di Lazada. Promosi yang dilakukan dengan Lazada sebagai penyedia media *online website* pun terbilang biayanya murah karena tidak diperlukan untuk melakukan kegiatan yang bertatap muka atau secara langsung. Dalam kegiatan pemasaran di Lazada promosi penjualan menggunakan alat promosi diskon yang telah disebutkan dalam penelitian diatas.<sup>8</sup>

Hasil observasi pernyataan tersebut dapat dijelaskan bahwa Lazada merupakan penyedia dan *seller* yang menerapkan sistem untuk memasarkan produknya. Dalam hasil observasi Lazada memiliki sistem penerapan diskon yang berbeda-beda selama kegiatan bisnis berlangsung. Dalam progress penerapan diskon tersebut ada beberapa yang digunakan oleh Kanza Mart antara lain sebagai berikut:

- a. *Seller* menerapkan mekanisme diskon harga coret yang merupakan fitur yang disediakan oleh Lazada dan bisa dibuat oleh seller melalui menu campaign pada halaman Lazada *seller center* pada fitur atur produk tersebut.<sup>9</sup>

Harga coret di Lazada adalah sebuah tanda yang ditampilkan disamping harga produk yang menunjukkan diskon atau penawaran khusus. Harga coret biasanya lebih tinggi dari pada harga jual aktual,

---

<sup>8</sup> Faisal Reza, "Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id.", 64-74.

<sup>9</sup> Hasil Observasi Lapangan Menggunakan Website Lazada University, "Support Center | Tampilan Produk | Lazada ID| Lazada Seller Center", Pada Tanggal 20 November 2023.

dan penurunan harga memberikan sebuah kesan kepada pembeli bahwa toko tersebut sedang sebuah dalam diskon besar-besaran yang menguntungkan bagi pembeli.

Hasil observasi diatas pada akun di Toko Kanza Mart bahwa Kanza Mart menerapkan sistem diskon coret harga yang diberitahukan dari pemiliknya bahwa Kanza Mart menerapkan diskon tersebut dan diskon tersebut dapat dilihat bila pembeli memasuki *platform digital* toko Kanza Mart di Lazada disana terlihat dengan jelas diskon tersebut.

Dapat dilihat dari hasil observasi tersebut merupakan mekanisme penerapan dari hasil diskon harga coret. Berdasarkan hasil wawancara dari Ibu Yuniati. Sistem harga coret Lazada dapat dimanfaatkan untuk menjadi daya tarik calon pembeli karena identic dengan diskon atau potongan harga. Lewat fitur harga coret ini penjual tidak perlu lagi khawatir dan pusing dalam memikirkan kalah bersaing dengan kompotitor. Melalui fitur ini penjual akan sangat terbantu untuk membuat tampilan seolah-olah lebih murah dari pada produk yang lain dengan barang yang sama.

Sistem diskon harga coret merupakan fitur yang telah di sediakan oleh Lazada, pemilik toko dapat memiliki fitur tersebut dalam pemberian diskon yang diinginkan. Dalam hal ini diskon harga coret pemilik toko dapat menggunakan langsung disaat pembuatan produk

atau pengeditan produk. Jadi, diskon harga coret salah satu diskon yang dipilih Kanza Mart dalam penerapan diskon di Lazada.

Dengan demikian, bahwa dari penerapan sistem diskon harga coret tersebut menjadi daya tarik seorang penjual untuk menarik minat pembeli dari toko Kanza Mart.

- b. *Seller* bergabung dengan menggunakan fitur Lazada yakni *Campaign*. Lazada memiliki *campaign* berbeda setiap bulannya. Dalam bulan tersebut terdiri dari dua tipe yakni awal bulan dan akhir bulan yang mana pada awal bulan dikenal dengan *Mega Sale* atau *Flash Sale* dan di akhir bulan dikenal dengan Pesta Gajian.<sup>10</sup>

*Campaign* sendiri merupakan ajang promo yang diadakan Lazada yang kegunaannya untuk membantu para *seller* mendapatkan pengujung melimpah dan cuan menakjubkan. *Campaign* merupakan sistem penerapan diskon yang ada di Lazada dalam penerapan diskon ini ditawarkan langsung oleh Lazada untuk para *seller* di Lazada dengan syarat yang perlu di perhatikan yakni seperti rating penjual, perfoma *campaign*, perfoma operasional dan lain sebagainya.

Dengan adanya *campaign* tersebut memberikan dampak positif terhadap penjualan yang telah memperhatikan kriteria-kriteria yang harus dipatuhi.

Berdasarkan dari hasil observasi diatas dan berdasarkan dari hasil wawancara dengan Ibu Yuniati bahwa dalam Kanza Mart

---

<sup>10</sup> Hasil Observasi Lapangan Menggunakan Website Lazada University, "Support Center | KEBIJAKAN PENJUAL LAZADA | Lazada ID| Lazada Seller Center", Pada Tanggal 20 November 2023.

juga bergabung dalam sistem pemberian diskon yang lain yakni *campaign*.<sup>11</sup>

Dari penjelasan tersebut terkonfirmasi bahwa toko Kanza Mart tidak melewatkan fitur tersebut untuk mendiskonkan produknya ke masyarakat pengguna Lazada dengan murah dan menarik. Seperti yang dijelaskan karyawan sekaligus kakak beliau yang telah bekerja sama selama kurang lebih 4 tahun.

Berdasarkan keterangan Ibu Yunita bahwa dari hasil observasi dalam toko Kanza Mart juga bergabung kedalam sistem diskon Lazada yakni *campaign*. Menurut beliau bergabung kedalam *campaign* merupakan strategi promosi yang memberi keuntungan. Karena promo tersebut dapat menarik minat *customer* dalam jumlah yang banyak.<sup>12</sup>

Dan selaras dengan penelitian dari Faisal Reza yang mengatakan diskon *website* di Lazada seperti *campaign* ini dapat meningkatkan penjualan dalam waktu yang singkat dan menjadi daya tarik tersendiri bagi *customer* melihatnya. Dengan demikian bahwa adanya penerapan dari sistem diskon *campaign* mampu menarik minat pembelian dari *customer* dan pihak *seller* mendapatkan keuntungan dari pembelanjaan tersebut.<sup>13</sup>

- c. Selanjutnya *seller* bergabung dalam *pembuatan voucher dan flexi combo* yang diatur sendiri atau yang bergabung dengan sistem *campaign* berdasarkan observasi *voucher* adalah sebuah fitur program

---

<sup>11</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Yuniati, Pemilik Bisnis Kanza Mart, Pada Tanggal 18 November 2023 Jam 15.00.

<sup>12</sup> Hasil Observasi Lapangan Menggunakan Website Lazada University, "Support Center | KEBIJAKAN PENJUAL LAZADA | Lazada ID| Lazada Seller Center", Pada Tanggal 20 November 2023.

<sup>13</sup> Faisal Reza, "Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id.", 64-74.

dari Lazada untuk semua *seller* yang nantinya bisa digunakan untuk membuat diskon voucher toko. Sedangkan *flexi combo* adalah fitur yang di sediakan oleh Lazada untuk menggabungkan beberapa produk di toko guna mendorong penjualan lebih banyak.<sup>14</sup>

Lazada menawarkan beragam diskon dalam menarik yang dapat meningkat pengalaman berjualan dan berbelanja online. Dengan adanya pemilihin fitur *voucher* dan *flexi combo* yang memberikan kesempatan untuk menikmati diskon tambahan atau penawaran khusus saat melakukan pembelian tersebut memungkinkan pembeli menciptakan kombinasi produk dengan harga yang lebih terjangkau. Fitur diskon *voucher* dan *flexi combo* sama halnya dengan diskon harga coret. Dalam penerapan diskon ini toko Kanza Mart memilih langsung diskon tersebut.

Berdasarkan dari hasil observasi diatas sistem yang diterapkan oleh toko Kanza Mart memakai 3 jenis voucher yaitu *voucher regular*, *voucher* pembeli baru, dan *voucher* pengikut toko. Sedangkan *flexi combo* toko Kanza Mart mendapatkan hadiah setiap pembeli Rp.100.000. Dengan adanya *voucher* dan fleksibilitas *flexi combo*, Kanza Mart berkomitmen untuk memberikan pengalaman berbelanja online yang lebih hemat dan menarik bagi para pelanggan.

- d. Sistem penerapan diskon gratis ongkir Kanza Mart sebagai *seller* pasti mengikuti gratis ongkir. Fitur gratis ongkir adalah fitur yang bisa

---

<sup>14</sup> Hasil Observasi Lapangan Menggunakan Website Lazada University, "Fitur Promosi (lazada.co.id)", Pada Tanggal 20 November 2023.

digunakan penjual untuk memberikan subsidi biaya kirim bagi pembeli. Fitur ini memungkinkan penjual untuk menentukan anggaran sendiri, menentukan batas maksimum subsidi ongkir, bebas mengatur produk yang ingin diberikan promo. Berdasarkan observasi pada *seller center* Lazada diatas bahwa peraturan gratis ongkir di atur secara langsung oleh *seller*. Namun *seller* harus mematuhi beberapa ketentuan yang telah ada di Lazada.<sup>15</sup>

Produk yang bergabung dalam program ini akan memiliki tanda khusus gratis ongkir. Selain itu, *customer* juga dapat mencari produk yang bergabung dalam program gratis ongkir melalui filter pencarian “Gratis Ongkir”.

Berdasarkan hasil wawancara pada Ibu Yunita dengan hasil observasi bahwa sistem gratis ongkir dalam fitur Lazada selain sistem pemberian diskon diatas Kanza Mart juga bergabung kedalam sistem pemberian diskon gratis ongkir. Sistem diskon gratis ongkir merupakan diskon yang banyak diminati oleh para *customer online shop*. Dikerenakan sudah gratis ongkirnya, murah, dan diantar sampai rumah. Keuntungan yang didapatkan dari gratis ongkir yakni *customer* sekali membeli bisa 3-5 produk dibelinya.<sup>16</sup>

Layanan pengiriman gratis di Lazada dirancang dengan mekanisme yang memberikan keuntungan tambahan kepada pelanggan. Sistem ini memungkinkan pembeli untuk menikmati pengiriman tanpa biaya tambahan pada sejumlah produk tertentu atau dengan mencapai nilai belanja tertentu. Mekanisme *free ongkir* di

---

<sup>15</sup> Hasil Observasi Lapangan Menggunakan Website Lazada University, “Program Gratis Ongkir (Free Shipping Max)| Lazada Seller Center”, Pada Tanggal 20 November 2023.

<sup>16</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Yunita, Karyawan Yang Mengurus Pelayanan Digitalisasi, Pada Tanggal 18 November 2023 Jam 16.00.

Lazada berlaku untuk sejumlah item yang telah ditentukan, memberikan pelanggan kesempatan untuk menghemat biaya pengiriman mereka. Alternatifnya, pelanggan juga bisa memperoleh keuntungan ini dengan mencapai batas minimum belanja, yang kemudian memicu pengiriman gratis untuk seluruh pesanan.

Dengan demikian, penerapan diskon *free ongkir* di Lazada memberikan kemudahan dan insentif finansial bagi para pembeli, mendorong mereka untuk mengeksplorasi dan menikmati pengalaman berbelanja tanpa khawatir biaya pengiriman tambahan. Fitur ini menciptakan atmosfer belanja yang lebih menguntungkan dan memastikan bahwa pelanggan merasa puas dengan setiap transaksi mereka di Kanza Mart.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada beberapa *customer* dari Kanza Mart dengan melakukan wawancara masing-masing dikediaman mereka. Mengenai pendapat mereka terkait penggunaan Lazada sebagai tempat terjadi promosi dan jualan secara online yang dilakukan Kanza Mart yakni Ibu Limah, Ibu Siti Julaha, Ibu Esi, dan Ibu Nuraeni.

Hasil wawancaranya tersebut mayoritas *costumer* menyetujui bahwa adanya kerjasama antar kedua belah pihak yakni Lazada dan Kanza Mart karena dapat menguntungkan kedua belah pihak salah satunya dalam mempromosikan produk dan juga menjadi kemudahan bagi dirinya sebagai *customer* ketika memesan suatu produk dengan keinginannya sendiri.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Hasil Wawancara dan Keputusan Dengan Para *Customer*, Pada Tanggal 19 November 2023.

Lalu peneliti juga bertanya mengenai bagaimana cara *costumer* mendapatkan diskon ketika membeli produknya, kemudian Ibu Yuniati menjelaskan.

Para *customer* untuk mendapatkan diskon berbagai cara yang pertama biasanya *customer* menfollow akun Toko Kanza Mart nanti pada halaman depan terdapat diskon voucher bagi para *follower*, kedua potongan harga secara langsung yakni seperti coret harga pada produk yang diskonkan, kemudian terdapat diskon gratis ongkir yang ada pada *checkout* barang saat men*checkout* barang tersebut. Tentu saja hal tersebut hanya dapat digunakan para *customer* yang sudah memiliki akun pembeli di Lazada.<sup>18</sup>

Dari pembahasan tersebut para *customer* yang ingin mendapatkan diskon diharuskan untuk memiliki akun di Lazada terlebih dahulu. Karena itulah sebagai *customer* diharuskan memiliki akun terlebih dahulu untuk mendapatkan fitur-fitur diskon yang diberikan Kanza Mart oleh Lazada. Oleh sebab itu merupakan salah satu teknik *marketing* yang digunakan oleh pihak Lazada untuk mendapatkan *costumer*.

Selanjutnya peneliti mewawancarai kepada *costomer* tentang bagaimana *costumer* mengetahui diskon yang diterapkan pada Kanza Mart. Ibu Esi mengungkapkan bahwasannya beliau mengetahui hal tersebut saat mengunjungi toko Kanza Mart saat mencari salah satu produk yang dijual Kanza Mart disaat itu harga yang diberikan cukup terbilang murah dan ada gratis ongkir, walaupun beliau hanya membeli satu barang yang dibutuhkan jadi beliau tidak mendapatkan *voucher* karena harus ada maksimal pembelanjaan Rp. 50.000. dengan diskon sekitar Rp. 5.000 pada saat itu.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Yuniati, Pemilik Bisnis Kanza Mart, Pada Tanggal 18 November 2023 Jam 15.00

<sup>19</sup> Hasil Wawancara Dengan *Customer* Ibu Esi, Pada Tanggal 19 November 2023 Jam 17.00



Dari hasil penjelasan diatas daya tarik sebuah diskon memberikan tarikan yang cukup diminati bagi semua khalayak. Dengan beranggapan murah menjadikan sebuah keuntungan bersama bagi para *costomer* dan *seller*. Terlebih lagi disaat zaman yang serba *online digital* ini peminat dalam menggunakan *online shop* sebagai tempat membeli sangatlah membawa positif bagi para *costomer online* dibandingkan dengan *offline*, karena dengan murah dan anti ribet inilah *online shop* saat ini diminati banyak *costumer*.

## 2. Jenis Diskon Yang Digunakan

Pada pembahasan sebelumnya peneliti telah menjelaskan beberapa jenis diskon dalam strategi pemasaran. Dan dari praktik yang digunakan Ibu Yuniati dan Ibu Yunita saat mendiskonkan produk ada beberapa yang beliau gunakan yaitu diskon musiman, diskon *allowance*, diskon kupon, dan diskon kuantitas. Namun jenis diskon yang dilakukan oleh Lazada merupakan jenis diskon fungsional.

Di Lazada banyak sekali jenis diskon yang ditetapkan oleh Lazada namun di toko kami hanya menggunakan beberapa saja jenis diskon yang di terapkan contohnya seperti mengikuti *campaign* pada setiap bulan, voucher, *free* ongkir dan flexi combo.<sup>20</sup>

Hasil Wawancara Ibu Yuniati dan Ibu Yunita tersebut memang benar bahwasannya jenis diskon yang digunakan oleh toko Kanza Mart mengikuti fitur-fitur yang telah disediakan oleh pihak Lazada dalam fitur promosi. Disaat memulai usahanya Ibu Yuniati memang sudah menelusuri

---

<sup>20</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Yuniati, Pemilik Bisnis Kanza Mart, Pada Tanggal 18 November 2023 Jam 15.00.

terlebih dahulu cara membuka usaha di Lazada seperti peraturan dan hal-ha yang terikat kerjasama dengan Lazada. Jadi saat beliau menjalankan usahanya sendiri beliau sudah mengetahui alur tersebut, bahwasanya di dalam perjanjian yang sudah dijelaskan mengenai penerapan diskon yang terjadi merupakan keputusan pemilik yang sudah disediakan oleh Lazada untuk membuat suatu *campaign*, atau voucher dan gratis ongkir. Namun dari penerapan tersebut harus membayar pajak ke Lazada sebesar 2-3 persen.<sup>21</sup>

Diskon pada aplikasi Lazada yang diberikan kepada *customer* sangat lah beragam. *Customer* dapat menggunakan diskon dengan yang di inginkan pada penerapan tersebut toko kanza mart menerapkan 4 jenis diskon yang diedarkan berdasarkan penjelasan diatas tetapi jenis diskon yang diterapkan ialah jenis diskon fungsional. Diskon fungsional adalah diskon perdagangan yang di tawarkan oleh produsen kepada anggota saluran perdagang yang melakukan penjualan, penyimpanan, hingga pencatatan.<sup>22</sup> Serta dalam strategi diskon yang di terapkan dari pihak Lazada sendiri pada momentum setiap bulannya seperti *campaign*, pesta gajian ataupun *free* ongkir, dan voucher dengan minimal pembayaran yang ditetapkan.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Yunita, Karyawan Yang Mengurus Pelayanan Digitalisasi, Pada Tanggal 18 November 2023 Jam 16.00.

<sup>22</sup> Sri Isfantin Puji Lestari, "Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta" 7, no. 2 (June 2018): 129–40.

<sup>23</sup> Hasil Observasi Lapangan Menggunakan Website Lazada University, "Fitur Promosi (lazada.co.id)", Pada Tanggal 20 November 2023.

### 3. Manfaat Pemberian Diskon

Diskon ialah strategi pemasaran yang digunakan oleh pemilik bisnis *online shop* Ibu Yuniati untuk meningkatkan penjualannya. Karena hal tersebut dapat memberikan pengaruh secara psikologi kepada konsumen bahwa produk yang kita tawarkan lebih murah sehingga meningkatkan keinginan untuk membeli produk. Pada pembahasan tersebut peneliti berkesempatan wawancara secara langsung kepada Ibu Yuniati beliau menjelaskan.

Pada saat terjadinya diskon, disaat konsumen melakukan pembelian, biasanya pemesanan dapat meningkat disaat bersamaan pada hari itu dengan begitu trafik yang didapatkan meningkatkan keuntungan dalam sehari. Namun terkadang pendapatan bisa berubah keesokan harinya, karena hal tersebut trafik pembelian sangatlah diperlukan dalam berjualan di Lazada, dan pengelolaan pada diskon pun di tentukan trafik yang baik maupun buruk dalam strategi pemasaran di Lazada. Dan juga dalam penentuan trafik tersebut disaat penurunan para *seller* Lazada tidak dapat mendaftarkan tokonya ke dalam *campaign* bulanan bisa menyebabkan pesanan dan diskon yang sudah dibuat terbuang sia-sia dikarenakan tidak adanya pemasukan pesanan di saat penurunan trafik terjadi. Jadi di saat itu terjadi Ibu Yuniati hanya bisa menerima keputusan pihak Lazada dan mencari solusi lainya.<sup>24</sup>

Hasil wawancara Ibu Yuniati, dapat diketahui bahwa sebagai *seller* dapat menentukan sistem dari penerapan diskon di Lazada. Ketika terjadi diskon pelaku bisnis akan diuntungkan karena naiknya jumlah pesanan serta mendapatkan bonus dari pembelian namun hal tersebut tidak akan selalu menguntungkan pihak *seller*. Merujuk pada penjelasan sebelumnya salah satu manfaat dalam promosi menggunakan *e-commerce* atau Lazada, pemilik *seller* seperti Ibu Yuniati seharusnya mengetahui bahwa manfaat

---

<sup>24</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Yuniati, Pemilik Bisnis Kanza Mart, Pada Tanggal 18 November 2023 Jam 15.00.

penerapan diskon atau promosi pada Lazada sangatlah mudah untuk di terapkan namun juga perlukan meninjau setiap saat trafik penjualan apakah terjadi penurunan atau peningkatan dalam kegiatan promosi yang telah dibuat atau didaftarkan.<sup>25</sup> Karena manfaat tersebut melatih Ibu Yuniati sebagai pelaku bisnis dalam melayani *customer* dengan minat yang berbeda-beda saat penggunaan strategi promosi pada diskon yang diberikan.

Selanjutnya peneliti juga bertanya dari sudut pandang *customer* mengenai manfaat adanya diskon dalam pembelian menggunakan *e-commerce* yakni Lazada di Kanza Mart. Peneliti mewawancarai salah satu *customer* tetap selama 3 tahun membeli produk nya di Kanza Mart yang menggunakan fitur diskon yakni Ibu Limah, berikut penjelasan beliau:

Menggunakan Lazada sebagai membeli produk secara *online* sangatlah mudah dan nyaman. Dikarenakan melalui *handphone* saja sudah bisa membeli dan di antar langsung ke rumah dan membelinya pun bisa di lakukan malam hari. Terlebih lagi bisa menggunakan potongan harga yang cukup di bilang murah dibandingkan membeli langsung secara *offline* terkadang beliau mendapatkan potongan *free* ongkir dengan maksimal pesanan tertentu dari pesannya.<sup>26</sup>

Salah satu manfaat diskon bagi *customer* ialah keuntungan yang didapat memperoleh barang yang diinginkan dengan harga yang lebih murah. Hal ini bertepatan dengan adanya penerapan diskon yang bertujuan guna menarik minat pembelian sekaligus mempromosikan produk yang

---

<sup>25</sup> Irwan Hermawan et al., “Pelatihan E-Commerce Untuk Mendapatkan Peluang Bisnis Bagi Mahasiswa Politenik LP3I Bandung Pasca Pandemi Covid 19 (Bekerjasama dengan UMKM Kiricuhi sebagai pelatih e-commerce).”, 96-106.

<sup>26</sup> Hasil Wawancara Dengan *Customer* Ibu Limah, Pada Tanggal 19 November 2023 Jam 9.30.

dijual Kanza Mart. Tidak cukup sampai disana saja peneliti juga melakukan wawancara dengan *customer* lainnya Ibu Siti Julaeha berikut penjabaran beliau:

Bagi beliau toko Kanza Mart seperti tempat langganan beliau yang mana setiap produk *fashwash* habis beliau selalu membeli disana dan pembelian setiap bulan ini ada *event* pesta gajian yang dimana diskon yang diberikan terkadang lebih murah dari biasanya dan pasti juga beliau memesan dalam jumlah yang banyak dikalau ada promosi seperti itu.<sup>27</sup>

Sejalan dengan strategi diskon, peningkatan dalam pembelian produk pada pesanan di *e-commerce* Lazada yang menyediakan berbagai fitur promosi akan membuat para *customer* tertarik membeli dan berdampak juga bagi *seller* dengan adanya sebuah peningkatan pesanan dari aktivitas promosi diskon tersebut yang membuat trafik di penjualan bagus grafiknya.

### C. Analisis Penerapan Diskon Melalui Seller Lazada Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam dalam buku etika bisnis karangan Muhammad Djakfar menyebutkan bahwa etika bisnis islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan sebagai acuan oleh siapapun dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Etika bisnis islam merupakan akhlak dalam melakukan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatirkan, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Hasil Wawancara Dengan Customer Ibu Siti Julaeha, Pada Tanggal 19 November 2023 Jam 11.00.

<sup>28</sup> Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M.Ag, *Etika Bisnis Dalam Paradigma Spritualitas dan Kearifan Lokal*. 32.

Pembisnis yang melakukan proses terjadinya jual beli online menyiratkan bahwa mereka melakukan jual beli yang tidak saling pandang atau tidak saling bertatap muka secara langsung. Namun melalui sebuah aplikasi *e-commerce* salah satunya yakni Lazada.

Islam merupakan salah satu yang dianut oleh masyarakat dunia yang mana dalam ajarannya sangat menjunjung tinggi berbagai kemajuan teknologi, termasuk beberapa inovasi dalam sistem diskon. Dengan demikian berbagai macam diskon harus dipahami dikonsentrasikan serta dikaji dengan prinsip-prinsip etika bisnis islam supaya sesuai syariat islam. Menurut etika bisnis dalam islam juga diperlukannya diskon untuk memasarkan barang-barang dagangnya dengan mengikuti aturan syariat islam, yang dimana dalam syariat islam sangatlah mengutamakan prinsip kejujuran dalam takaran, membeli barang yang baik mutunya, dilarang menggunakan sumpah, longgar dan bermurah hati, membangun hubungan baik antar kolega, tertib administrasi, dan menetapkan harga dengan transparan.<sup>29</sup> Tinjauan etika bisnis islam terhadap penerapan diskon di toko Kanza Mart dapat dilihat dari prinsip etika bisnis islam sebagai berikut:

1. Jujur Dalam Takaran.

Hasil wawancara dengan ibu Yuniati terkait dengan apakah beliau mengetahui bahwa diskon yang Kanza Mart sudah berjalan dengan syariat islam tersebut beliau menjelaskan:

Beliau tidak mengetahui dikalau pengurangan takaran akan hal termasuk etika bisnis islam dikalau dikaitkan oleh ajaran islam

---

<sup>29</sup> *ibid*

kemungkinan belum dijalankan secara sempurna dalam kejujurannya.<sup>30</sup>

Hasil wawancara kepada *customer* yang memaparkan bahwa adanya perubahan takaran pada produknya dari hasil belanja dengan menggunakan diskon sebagai berikut:

Menurut pemaparannya oleh Ibu Nuraeni mengatakan beliau sudah berlangganan di Kanza Mart selama satu tahun setiap melakukan pembelian banyak beliau membelinya pada bulan diskon yakni *campaign* namun beliau belum lama ini membeli saat tidak ada terjadinya diskon produk yang datang berbeda dan kualitasnya lebih bagus dari yang bulan diskon dan beliau tidak mengetahui bahwa hal tersebut bisa termasuk dalam kecurangan menurut Syariah.<sup>31</sup>

Hasil observasi tersebut dapat dikatakan bahwa dari ketujuh prinsip etika bisnis islam belumlah diterapkan secara sempurna pada toko Kanza Mart. Salah satu prinsip etika bisnis islam yakni jujur dalam takaran belumlah diterapkan secara sempurna dikarenakan banyaknya customer yang sudah menerapkan diskon saat melakukan pembelian di Kanza Mart terdapat beberapa produk yang dibelinya berkurang takaran saat beliau membelinya saat terjadi diskon. Pada hasil observasi yang dilakukan di Toko Kanza Mart memang adanya pengurangan takaran yang dilakukan pada produknya untuk mencari sebuah keuntungan.

Jujur dalam menakar sebagaimana dalam islam kesuksesan seorang pelaku bisnis jujur merupakan kunci dari sebuah kesuksesan. Konsep dari jujur dalam takaran ialah penggunaan timbangan yang tidak membedakan

---

<sup>30</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Yuniati, Pemilik Kanza Mart, Pada Tanggal, 18 November 2023

<sup>31</sup> Hasil Wawancara Dengan Customer Berinisial Ibu Nuraeni, Pada Tanggal 19 November 2023 Jam 14.00

antara kepetingan penjual maupun pembeli. Prinsip kejujuran merupakan landasan yang dilakukan pedagang pada zaman Nabi Shallallahu Alaihi Wa Sallam yang mengajarkan jujur dalam takaran. Prinsip kejujuran pedagang ini dapat kita pelajari bahwa dalam berbisnis Islam mengajarkan untuk berbuat adil serta menjauhi kecurangan.<sup>32</sup>

Gambar 4.3  
Ulasan Komentar di Toko Kanza Mart



Sumber: Ulasan Komentar Platform Lazada Toko Kanza Mart, Prinsip Jujur Dalam Takaran 20 November 2023, Jam 11.48.

Hasil dari dokumentasi pada ulasan-ulasan komentar di Toko Kanza Mart terdapat beberapa *customer* yang mengeluhkan bahwa takaran produk yang sampai pada mereka misalnya produk *toner* yang ditempatkan pada botol 100 ml namun ketika sampai tidak penuh sampai 100ml terkadang yang datang hanyalah 60 ml saja. Pada kasus tersebut dalam wawancara, observasi dan dokumentasi selaras mengatakan bahwa hal tersebut menjadi masalah ketika penerapan diskon yang pihak *seller* lakukan dengan sengaja yakni mengurangi takaran atau jumlah dari produk yang dijual saat terjadinya diskon. Pada dasarnya jual beli secara

<sup>32</sup> *ibid*



*online* memanglah sangat rentan akan terjadinya hal-hal unsur *tadlis* dimana *customer* tidak mengetahui praktik yang dilakukan oleh pihak *seller*.

Dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwa dari indikator jujur dalam takaran tersebut pihak *seller* menyalahgunakan aturan dan belum sepenuhnya menjalankan prinsip etika bisnis islam yang mana tidak jujur dalam menakar saat terjadinya diskon dan hal tersebut juga merugikan *customer* yang tidak mengetahui akan hal tersebut.

## 2. Menjual Barang Yang Baik Mutunya.

Hasil dari wawancara dengan ibu Yuniati terkait dengan apakah beliau mengetahui bahwa diskon yang Kanza Mart sudah berjalan sesuai dengan etika bisnis islam prinsip kedua tersebut beliau menjelaskan:

Hal ini belum sepenuhnya beliau terapkan sama hal seperti jujur dalam takaran karena untuk mencari sebuah keuntungan beliau menggunakan produk yang lama didalam gudang untuk membersihkan penumpukan barang.<sup>33</sup>

Hasil wawancara kepada *customer* yang menjelaskan bahwa adanya perubahan pada produknya saat berbelanja dengan menggunakan diskon sebagai berikut:

Saat beliau membeli produk yang datang tidak sesuai dengan yang dipesan dan yang datang produknya kualitasnya buruk dan saat digunakan jadi beliau kecewa dengan pembeli tersebut saat terjadi bulan diskon.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Yuniati, Pemilik Kanza Mart, Pada Tanggal 18 November 2023

<sup>34</sup> Hasil Wawancara Dengan *Customer* Ibu Limah, Pada Tanggal 19 November 2023 Jam 9.30.

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dapat dikatakan bahwa dari ketujuh prinsip etika bisnis islam yang kedua belumlah diterapkan secara sempurna oleh Toko Kanza Mart yakni prinsip menjual barang yang baik mutunya. Pada hasil observasinya masih banyak *customer* yang mendapatkan produk yang dijual kanza mart saat terjadi diskon tidak berkualitas baik dan malah mendapatkan produk yang buruk pada kualitasnya. Dalam hal tersebut dibenarkan oleh Kanza Mart bahwa mereka menjual produk yang menumpuk digudang dikarenakan untuk perbersihan dengan hal tersebut produk yang dijual pada terjadinya diskon sangat buruk kualitasnya.

Dalam hal ini penjual harus bertanggung jawab akan barang yang di jual dengan jujur dalam mutu dan tidak berbuat curang dalam memproses suatu barang. Prinsip menjual barang yang baik mutunya merupakan bagian dari pedagang yang mana harus memastikan bahwa barang yang dijual memiliki kualitas yang baik. Ini berarti memilih atau memproduksi barang-barang yang tidak hanya memenuhi standar mutu yang ditetapkan, tetapi juga berpotensi memberikan manfaat yang baik bagi pembeli. Barang yang berkualitas tinggi mencerminkan komitmen pedagang terhadap integritas dan kejujuran.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*.  
36.

Gambar 4.4



Sumber: Ulasan Komentar Platform Lazada Toko Kanza Mart, Prinsip Jujur Dalam Takaran 20 November 2023, Jam 11.48.

Hasil dokumentasi tersebut pada ulasan-ulasan yang terdapat didalam *platform* Lazada yang mana para *customer* mengeluhkan bahwa produk yang sampai pada mereka produk yang jelek dan tidak bagus pada saat terjadi diskon.<sup>36</sup> Yang mana terdapat produk yang kualitas dari bau dan warnanya tidak sesuai dengan produk yang telah sampai ketangan *customer*. Pada kasus tersebut dalam wawancara, observasi, maupun dokumentasi, selaras mengatakan bahwa hal tersebut menjadi sebuah permasalahan ketika penerapan diskon yang pihak *seller* lakukan dengan sengaja merubah segi kualitas dan dari indikasi prinsip etika bisnis islam yang kedua tidaklah sesuai.

Dengan demikian menurut peneliti dari kasus ini belumlah sesuai dengan prinsip etika bisnis islam yakni menjual barang yang baik dan mutunya dikarenakan Kanza Mart masih menjual barang yang tidak berkualitas dalam hal ini tidaklah mencerminkan komitmen pedagang yang berintegritas dan jujur.

<sup>36</sup> Hasil Observasi Dokumentasi Lapangan Menggunakan Aplikasi Lazada, Ulasan Komentar Toko Kanza Mart, Pada Tanggal 20 November 2023

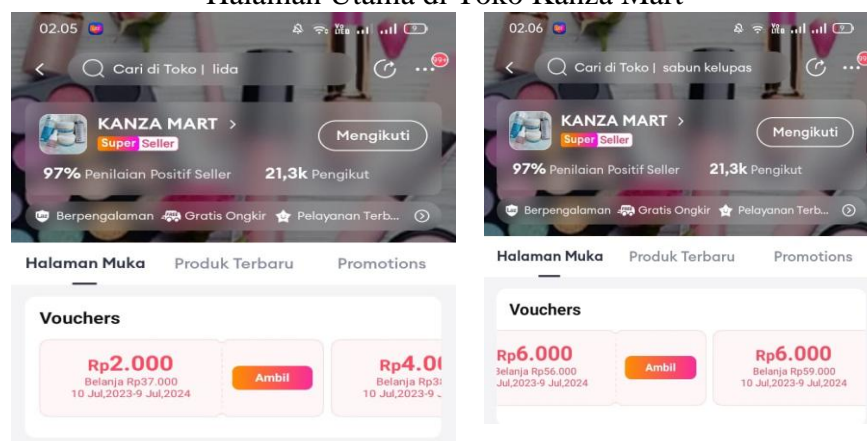
### 3. Dilarang Menggunakan Sumpah.

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu Yuniati terkait tentang sistem diskon yang sesuai dengan etika bisnis islam dalam hal ini ibu yuniati menjelaskan.

Beliau pada konteks dilarang menggunakan sumpah terkait etika bisnis islam beliau mengatakan menerapkan hal tersebut di karenakan beliau tidak menggunakan sumpah terkait menyakinkan para *customer* terkait diskon kami biasanya langsung mencantumkan beberapa *voucher* bahwa kami memiliki promo yang tersedia untuk para pengikut.<sup>37</sup>

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa Kanza Mart dalam penerapan diskon sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis islam yakni dilarang menggunakan sumpah, dikarenakan diskon tersebut langsung muncul di beranda toko Kanza Mart para pengikut bisa menggunakan diskon tersebut secara langsung. Hasil dari observasi tersebut dapat dilihat dalam hasil dokumentasi berikut ini.

Gambar 4.5  
Halaman Utama di Toko Kanza Mart



Sumber: Platform Lazada Toko Kanza Mart, Prinsip Jujur Dalam Takaran 20 November 2023, Jam 14.06.

<sup>37</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Yuniati, Pemilik Kanza Mart, Pada Tanggal 18 November 2023

Hasil dokumentasi tersebut pada halaman utama toko di Kanza Mart menunjukkan bahwa benar seperti hasil observasi dapat dilihat dari sudut pandang *customer* Kanza Mart membuktikan tidak menggunakan sumpah atau berbicara secara berlebihan pada pemberian diskon. Jadi semua *customer* yang *memfollow* atau mengikuti Kanza Mart di Lazada dapat dengan mudah mendapatkan diskon tersebut dengan cara dapat melihat langsung diskon tersebut di halaman utama toko.

Islam pada penggunaan sumpah sering kali tidak dianjurkan, terutama dalam konteks bisnis, karena dapat membuka pintu bagi praktek-praktek yang tidak jujur dan bertentangan dengan nilai-nilai moral Islam. Meskipun demikian, terdapat beberapa pengecualian dimana sumpah diperbolehkan atau bahkan diwajibkan, seperti dalam kasus perselisihan yang memerlukan klarifikasi atau pembuktian dalam hukum Islam (*syariah*). Namun, secara umum Islam mengajarkan agar seorang Muslim berbicara dengan jujur dan mematuhi janji-janjinya tanpa perlu mengucapkan sumpah. Alasan utamanya adalah bahwa kejujuran dan integritas merupakan nilai-nilai yang sangat ditekankan dalam agama Islam, dan penggunaan sumpah dapat dianggap sebagai tindakan ekstrem atau tidak perlu jika seseorang telah menegakkan kejujuran dan kepercayaan dalam perilakunya.<sup>38</sup>

Demikian peneliti menyimpulkan bahwa indikator dari dilarang menggunakan sumpah Kanza Mart menerapkan hal tersebut pada *customer*

---

<sup>38</sup> Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M.Ag, *Etika Bisnis Dalam Paradigma Spritualitas dan Kearifan Lokal*.31.

dalam hal tidak berbicara secara berlebihan terkait diskon karena siapapun yang mengikuti Kanza Mart akan mendapatkan diskon secara langsung di halaman muka pada toko Kanza Mart di lazada.

#### 4. Longgar dan Bermurah Hati.

Selanjutnya dari penjelasan wawancara yang dilakukan dengan Ibu Yuniati dan Ibu Yunita terkait penerapan diskon yang diterapkan menggunakan etika bisnis islam yakni bermurah hati dan longgar terhadap para *customernya*.

Untuk terkait etika bisnis islam yakni longgar dan bermurah hati beliau mengaku menerapkan sesuai dengan syariat islam, namun pada prinsip berlonggar dan bermurah hati beliau berdua mengatakan bahwa dalam memberikan diskon pada *customer* dengan memberitahukan bahwa Kanza Mart setiap hari memiliki diskon *voucher* dan *free ongkir* di tokonya atau di chat yang disiarkan masing-masing *customer*.<sup>39</sup>

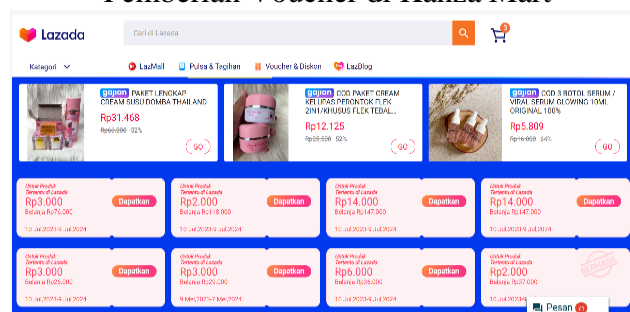
Demikian hasil wawancara terkait prinsip etika bisnis islam yakni longgar dan bermurah hati dengan Ibu Yuniati dan Yunita sama dengan hasil observasi yang peneliti lakukan. Pada hasil observasinya Kanza Mart bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Prinsip longgar dan bermurah hati dalam etika bisnis islam mengacu pada sikap yang fleksibel dan terbuka, serta dermawan terhadap berbagai aspek dalam menjalankan bisnis. Pada prinsip tersebut Kanza Mart menerapkan dikarenakan pada hasil wawancara bahwa pada setiap harinya Kanza Mart akan selalu memberikan diskon *voucher* atau *free ongkir* pada *customernya* pada hal tersebut jika dikaitkan oleh prinsip longgar dan

---

<sup>39</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Yuniati dan Yunita, Pemilik Bisnis Kanza Mart dan Karyawan, Pada Tanggal 18 November 2023

bermurah hati Kanza Mart bersikap dermawan dan terbuka dalam pemberian *voucher* pada *custumernya*.

Gambar 4.6  
Pemberian Voucher di Kanza Mart



Sumber: Platform Lazada Toko Kanza Mart,  
Prinsip Longgar dan Bermurah Hati 20 November 2023, Jam 11.48.

Hasil dokumentasi di atas prinsip bermurah hati menekankan pentingnya memberikan dengan sukarela dan tanpa pamrih kepada orang lain. Hasil dokumentasi di atas menjelaskan bahwa hasil observasi dan wawancara membenarkan adanya menerapkan prinsip longgar dan bermurah di Kanza Mart. Karena pada setiap harinya aka nada memberitahukan untuk para *customer* bahwa adanya voucher atau free ongkir untuk hari di Kanza Mart. Konteks ini bisa diartikan memberikan diskon kepada pelanggan, memberikan bonus kepada karyawan, atau menyumbangkan sebagian dari keuntungan kepada amal atau kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat.<sup>40</sup>

Demikian bahwa Kanza Mart sudah sesuai dalam menjalankan prinsip longgar dan bermurah hati pada para *customer* dalam hal berdemawan dengan membagikan *voucher* atau *free ongkir* setiap harinya pada para *customer*.

<sup>40</sup> Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*.38.

## 5. Hubungan Baik Antar Kolega.

Hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan ibu Yunita selaku karyawan beliau menyatakan bahwa.

Walaupun dari segi etika bisnis islam yang lainnya kami tidak menyesuaikan hal tersebut untuk membangun hubungan dengan kolega kami menerapkan hal tersebut dengan cara sama seperti prinsip sebelumnya menghubungi para *customer* dengan menggunakan chat di Lazada dan memberitahukan ada diskon terbaru atau menghubungi *customer* disaat produk sudah terkirim dan lainnya di Kanza Mart.<sup>41</sup>

Hasil wawancara dengan Yunita dan hasil observasi yang dilakukan peneliti di Lazada dan dengan *customer* menyatakan bahwa Kanza Mart dalam membangun hubungan erat dengan para koleganya melakukan chat antar *customer* dengan memberikan informasi kepada *customer* tentang produk baru ataupun diskon baru yang diterapkan oleh Kanza Mart dan terkadang Kanza Mart merupakan toko yang cepat dalam membalas chat *customer* dalam pembelian produknya.

Konteks etika bisnis islam menjaga baik dengan kolega merupakan bagian integral dari menjalankan bisnis dengan prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai islam. Karena dari hubungan baik itu bisa meluas jaringan yang dibangun dan dengan berkomunikasi dengan jujur, menghormati, terbuka dan sopan sangat dianjurkan dalam hubungan antar kolega semakin banyak informasi yang diserap serta dukungan yang diperoleh dari berbagai kalangan.<sup>42</sup>

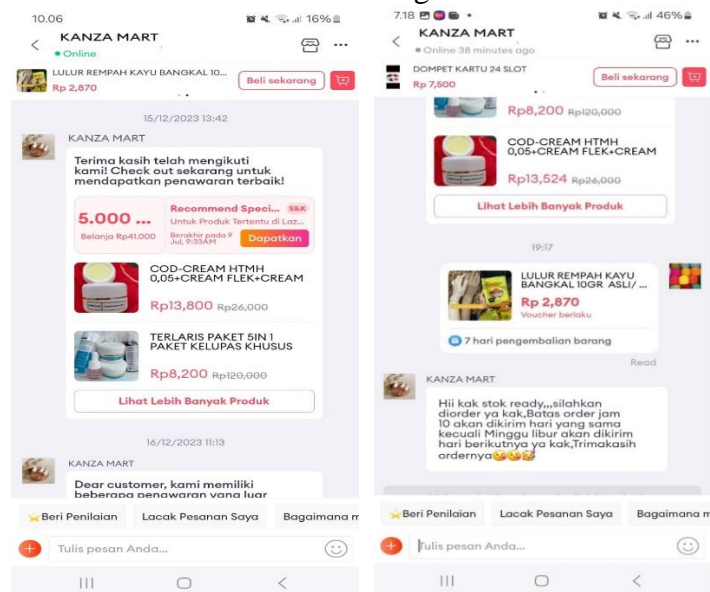
---

<sup>41</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Yunita, Karyawan Kanza Mart, Pada Tanggal 18 November 2023

<sup>42</sup> Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M.Ag, *Etika Bisnis Dalam Paradigma Spritualitas dan Kearifan Lokal*.32.



Gambar 4.7  
Chat Kanza Mart Dengan *Customer*



Sumber: Platform Lazada Toko Kanza Mart,  
Prinsip Hubungan Baik Antar Kolega 20 November 2023, Jam 07.48.

Hasil dokumentasi dalam hal ini dimaksudkan dalam membangun bisnis perlunya hubungan baik antar kolega Kanza Mart melakukan hal tersebut seperti gambar 4.7 yang mana dalam membangun hubungan baik dengan kolega Kanza Mart selalu menghubungi kolega dengan cara chat pribadi dengan para *customer* dan terkadang dengan hal tersebut Kanza Mart juga akan memberikan terkait produk baru atau diskon baru di dalam chat tersebut kepada para *customer*.

Demikian dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi tersebut bahwa Kanza Mart menjalankan prinsip etika bisnis Islam yakni hubungan baik antar kolega dalam selalu mengabarkan atau memberi tahu kepada *customer* yang terbaru di dalam Kanza Mart dengan hal tersebut Kanza Mart sudah menerapkan prinsip hubungan baik antar kolega.

## 6. Tertib Administrasi.

Dalam konteks etika bisnis islam merujuk pada cara pengelolaan dan peraturan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai islam ini melibatkan berbagai langkah untuk memastikan bahwa semua aspek bisnis dijalankan dengan keteraturan, transparansi dan akuntabilitas. Terkaitannya dengan penerapan diskon, diskon yang diberikan secara adil kepada semua pelanggan, informasi tentang diskon harus disampaikan secara jelas dan transparan kepada pelanggan misalnya harga asli barang harus tertera dan serta potongan harga yang diberikan sebagai diskon. Diskon-diskon tersebut tidak boleh melanggar prinsip-prinsip Syariah seperti menjual barang yang haram atau menipu pelanggan dengan menaikkan harga sebelum memberikan diskon.<sup>43</sup>

## 7. Menetapkan Harga Dengan Transparan.

Pada penjelasan tertib administrasi dengan menetapkan harga secara transparan dalam penjabarannya satu sama lain berkaitan dimaksudkan untuk menyampaikan kepada *customer* diskon yang diberikan sudah jelas dan dalam menetapkan harga dengan terbuka dan wajar. Namun dalam observasinya dari kedua prinsip tersebut Kanza Mart tidak terbuka secara langsung kepada *costumer* dalam penyampaian terkait diskon dengan jelas.<sup>44</sup>

Hasil wawancara dengan Ibu Yunita dan Ibu Yunita menerangkan bahwa:

---

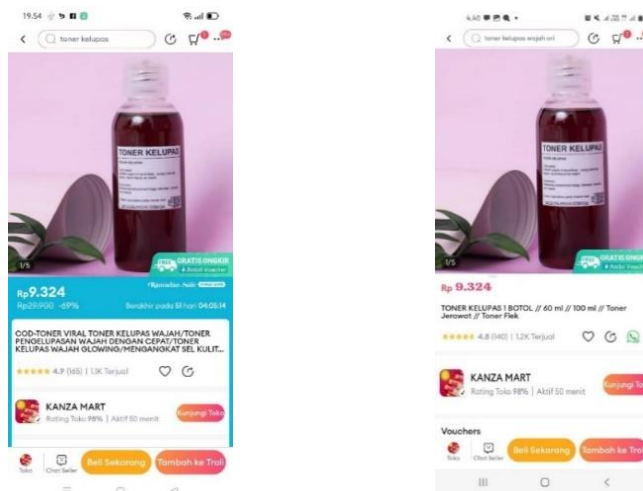
<sup>43</sup> Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*.40.

<sup>44</sup> *ibid*

Mengatur diskon yakni diskon harga coret terkait harga diskonnya memanglah beliau yang mengatur sendiri dalam sistem diskon harga coret, harga yang diatur bukanlah harga transparan. Namun harga yang dicatun ialah harga jual yang dicoret menjadi harga diskon. Seperti yang beliau jelaskan bukan hanya beliau saja yang menjalankan taktik tersebut tetapi *seller* sekitar daerah Jalan Baru banyak yang memakai taktik tersebut. Namun jika disamakan pada prinsip etika bisnis islam saya tidak menerapkan prinsip tersebut.<sup>45</sup>

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dari diskon harga coret kalau diperhatikan memanglah sama saja. Maksudnya harga yang didiskon tetaplah harga jual. Peneliti melakukan *research* secara langsung selama enam bulan saat terjadinya *campaign* harga yang dijual sekitar Rp. 9.234 namun harga coretnya ialah Rp.29.999 terdapat seperti di Gambar 4.8. Namun saat tidak terjadinya diskon harga coret tidak ada dan berubah menjadi Rp. 9234 seperti gambar berikut ini.<sup>46</sup>

Gambar 4.8  
Diskon Harga Coret Di Kanza Mart



Sumber: Platform Lazada Toko Kanza Mart, Prinsip Tertib Administrasi dan Menetapkan Harga Dengan Transparan 20 November 2023, Jam 11.48.

<sup>45</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Yuniati dan Yunita, Pemilik Bisnis Kanza Mart dan Karyawan, Pada Tanggal 18 November 2023

<sup>46</sup> Hasil Observasi Lapangan Menggunakan Website Lazada, "Fitur Promosi (lazada.co.id)", Pada Tanggal 20 November 2023

Hasil dokumentasi pada diskon harga coret diatas menjelaskan bahwa tidak adanya perubahan harga yang mana harga diskon tersebut akan kembali menjadi harga tetap disaat tidak terjadinya diskon. Hal ini merujuk kepada prinsip tertib administrasi dan menetapkan harga dengan transparan pada hal tersebut Kanza Mart tidak menerapkan secara transparan kepada para *customer*. Penerapan sistem harga coret yang tidak sesuai dapat merujuk pada situasi dimana harga diskon atau potongan tidak mematuhi aturan atau etika yang seharusnya diikuti. Konteks ini, dapat terjadi ketidaksesuaian antara harga yang seharusnya dipotong dan potongan harga yang sebenarnya diberikan. Penerapan yang tidak sesuai dari sistem harga coret tersebut terjadi ketika diskon yang diumumkan tidak mencerminkan nilai sebenarnya atau ketika harga asli sebelum diskon masih dalam keadaan yang sama ketika diskon terjadi. Sudut pandang tersebut menimbulkan keadaan yang kurang etis dalam praktik pemasaran.

Hal tersebut seharusnya toko Kanza Mart untuk lebih transparan dalam menentukan harga asli sebelum diskon, serta menjelaskan secara jelas beberapa potongan harga yang diberikan. ketidaksesuaian dalam penerapan sistem harga coret dapat mengakibatkan ketidakpercayaan dari pelanggan dan merugikan reputasi toko. Oleh karena itu, penting sekali untuk memastikan bahwa sistem harga coret dilakukan dengan jujur dan sesuai standar etika bisnis yang berlaku.

Hasil penelitian diatas dan disesuaikan dengan hasil dokumentasi dari prinsip etika bisnis islam yakni yang mana dalam buku Muhammad Djakfar prinsip tertib administrasi dan prinsip menetapkan harga dengan transparan telah disalah gunakan oleh pihak *seller* dalam berjualan. Dan hal ini pun tentunya tanpa sepengetahuan dari pihak *customer* maupun Lazada. Berdasarkan prinsip menetapkan harga dengan transparan dalam etika bisnis islam, manusia selalu dianjurkan untuk menetapkan harga dengan secara terbuka dan wajar dengan hal tersebut sangatlah dihormati dalam ajaran Islam agar setiap manusia tidak terjerumus dalam riba.<sup>47</sup>

Sebagaimana sabda Rasulullah SAW dalam sebuah hadistnya yang di riwayatkan Imam Bukhari dari Aliy ibn ‘Ayyash, dari Abu Ghassan Muhammad ibn Mutarrif, dari Muhammad ibn al-Munkadiri dari Jabir ibn ‘Abd Allah radiy Allah’anhuma:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ رَجِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى

Artinya: “Sesungguhnya Rasulullah SAW, *bersabda: Allah telah memberikan rahmat kepada seseorang yang bersikap toleran ketika membeli, menjual dan menagih janji (utang).*”<sup>48</sup> (HR. al-Bukhari)

Jika diperhatikan maksud dari hadist diatas bahwa penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap maupun bebas. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh keuntungan, namun hak pembeli harus tetap dihormati dalam

---

<sup>47</sup> Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M.Ag, *Etika Bisnis Dalam Paradigma Spritualitas dan Kearifan Lokal*. 32.

<sup>48</sup> Sahih Al-Bukhari, Juz 7:240

menetapkan harga maupun harga diskon dengan terbuka dan wajar sangatlah dihormati dalam islam.

Dari penjabaran tersebut dengan penjelasan para *customer* dengan perubahan harga tersebut dalam wawancara pada *customer* Kanza Mart hanya Ibu Limah dan Ibu Nuraeni saja yang memerhatikan adanya perubahan saat terjadinya diskon yang lainnya menyatakan bahwa tidak tahu-menahu tentang hal terkait erubaan harga tersebut, dikalau terdapat permainan harga coret pada diskon yang diberikan.<sup>49</sup> Dikalau hal tersebut benar adanya sangatlah merugikan bagi *customer* dengan kecurangan tersebut.

Dengan demikian penerapan diskon yang dilakukan Kanza Mart melalui *seller* Lazada memanglah sudah sesuai dengan penerapan dan peraturan yang telah ditetapkan oleh pihak Lazada. Walaupun pihak Kanza Mart hanyalah menerapkan 3 jenis saja Kanza Mart sudah menerapkan sesuai dengan etika bisnis Islam yakni dilarang menggunakan sumpah, longgar dan bermurah hati dan membangun hubungan antar kolega.

Namun praktik diskon yang diterapkan oleh Kanza Mart tentunya bertentangan dengan aturan yang ada seperti *customer* yang tidak mengetahui tindakan tersebut dan merasa dirugikan, secara etika bisnis islam pun sangatlah bertentangan. Yang merunjuk pada etika bisnis dalam islam dari prinsip jujur dalam takaran, prinsip menjual barang yang baik mutu, tertib administrasi dan menetapkan harga yang transparan. Dari

---

<sup>49</sup> Hasil Wawancara dengan Para *Customer* Toko Kanza Mart, Pada Tanggal 19 November 2023

ketujuh prinsip tersebut dalam penelitian toko Kanza Mart hanyalah menerapkan prinsip etika bisnis islam hanya empat prinsip dari ketujuh prinsip tersebut. Tetapi dapat dilihat prinsip kejujuran, kualitas yang bermutu, dan harga yang transparan belum sepenuhnya dijalankan oleh Kanza Mart dan malah disalahgunakan dengan mengurangi takaran, merubah harga jual menjadi harga diskon dan kualitas produk yang dijual saat diskon sangatlah berbeda dari hal tersebut belum sepenuhnya dijalankan oleh Kanza Mart dan lebih mementikan keuntungan semata. Dengan demikian bahwa praktik diskon dari objek tersebut sudah dianggap tidak sah dalam aturan etika bisnis Islam.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dan pemaparan dalam pembahasan permasalahan yang disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

Penerapan diskon melalui Lazada dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa penerapan diskon yang dilakukan oleh Kanza Mart sudah sesuai dengan aturan yang berada di Lazada. Dengan menerapkan beberapa diskon yang terdapat didalam fitur di Lazada. Dari beberapa fitur tersebut terdapat fitur yang dipilih langsung oleh Kanza Mart seperti harga diskon coret, voucher, flexi combo dan free ongkir dan terdapat yang Lazada berikan kepada Kanza Mart dengan mendaftarkan tokonya pada saat bulan diskon yakni diskon campaign. Dari penerapan tersebut terdapat kekurangan yang mana Kanza Mart tidak jujur terhadap jumlah takaran, mutu kualitas produk, dan penerapan harga diskon saat terjadinya diskon. Dari hal tersebut penerapan diskon melalui seller Lazada yang dilakukan oleh Kanza Mart jika ditinjau etika bisnis islam dalam penerapannya yang diterapkan oleh Kanza Mart belum sepenuhnya menjalankan prinsip etika yang sesuai dengan bisnis islam yaitu:

1. Jujur Dalam Takaran
2. Menjual Barang Yang Baik Mutunya
3. Dilarang Menggunakan Sumpah



4. Longgar dan Bermurah Hati
5. Membangun Hubungan Baik Antar Kolega
6. Tertib Administrasi
7. Menetapkan Harga Dengan Transparan

Dapat kita ketahui bahwa dari ketujuh prinsip etika bisnis islam hanya 3 prinsip saja yang telah diterapkan dengan baik oleh Kanza Mart dalam penerapan diskon. Namun dari ketiga prinsip tersebut terdapat 4 prinsip etika bisnis islam yakni jujur dalam takaran, menjual barang yang baik dan mutunya, tertib administrasi dan menetapkan harga dengan transparan yang belum dijalankan dengan sepenuhnya oleh Kanza Mart karena Kanza Mart lebih mementingkan keuntungan atau trafik penjualannya. Sedangkan dalam Islam etika bisnis memang harusnya diterapkan oleh umat Muslim.

## **B. Saran**

Terdapat beberapa saran yang dapat penulis sampaikan dari pembahasan maupun kesimpulan di atas yaitu:

1. Bagi Penjual atau *seller* terkait etika bisnis islam seharusnya pihak *seller* berlandaskan dalam etika bisnis dalam islam sehingga *seller* dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan disertai kejujuran dalam kualitas dan kuantitas produk yang dijual disertai keterbukaan antara *seller* dan *customer* dalam harga yang diskon supaya memberikan kenyamanan saat berbelanja di *e-commerce*.
2. Bagi *Customer* atau pembeli diharapkan untuk lebih teliti dalam membeli sebuah produk yang akan dibeli melalui online shop dilihat dahulu

komentar-komentar yang ada di sebuah toko online dari segi kualitas dan kuantitas produk, dan diperiksa lagi harga dan diskonnya lebih teliti supaya dapat meminimalisir kecurang-kecurang yang ada dan transaksi yang tidak sesuai dengan syariat islam

## DAFTAR PUSTAKA

- Afibatus Afida and M. Taufiq Zamzam. "Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu Di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga." *J-Hes* 04, no. 02 (Desember 2020): Desember 2020.
- Ahmad Ifham Sholihin. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2010.
- Anila Sari and Rizka Ramayanti. "Analisis Biaya Produksi Pada Umkm Rini Catering Kebon Baru Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Pemberian Diskon." *Universitas Persada Indonesia YAI* Vol 5, no. No 1 (March 2022).
- Anindya, Desy Astrid. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua" 2, no. 2 (2017).
- Annisa Dwi Kurniawati. "Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam." *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo* 02, no. 01 (June 2019).
- Arief Pratama Atmajaya. "Penerapan Diskon Melalui Pembayaran Gopay Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Seblak Indoleta Tejo Agung Metro Timur Lampung)," 2021.
- Aselina Endang Trihastuti. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021.
- Aw Yong Chai Yee, Daisy Mui Hung Kee, Chen Xing, Pua Yin Qian, Siew Mei Qi, and Ahmed Tariq Dehrab. "Lazada Group." *Universiti Ssains Malaysia* 2, no. 2 (2019).
- A'yun, Qanitah An Nabila, Nafisah Maulidia Chusma, Cindy Nurul Aulia, and Fitri Nur Latifah. "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia." *Universitas Muhammadiyah Sidoarjo* 1, no. 2 (2021).
- Azizah, Mabarroh. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee." *Universitas Semarang* 10, no. 1 (2020).
- Bambang, Arwin, and M. Fadly Syahputra. "Analisis Hedonic Shopping, Lifestyle Shopping Dan E-Impulse Buying Bagi Pengguna Platform Shopee" 10, no. 2 (November 30, 2023).

- Budyanto, Eko. "Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya." *Fakultas Ekonomi Universitas Yos Sudarso Surabaya* 03, no. 01 (2018).
- Cahyono, Heru. "Konsep Pasar Syariah Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." *Ecobankers : Journal of Economy and Banking* 1, no. 2 (August 31, 2020): 14. <https://doi.org/10.47453/ecobankers.v1i2>.
- Chanifah, Naili Nur. "Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Melalui Marketplace Shopee," 2021.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005.
- Dewi Irmawati. "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis." *Politeknik Negeri Sriwijaya*, November 2011.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus imprint dari Penebar Swadaya, 2012.
- Dr. Anang Firmansyah, SE., M.M. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Qiara Media, 2020.
- Eti Jumiaty. *Ekonomi Digital Peluang Dan Tantangan*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2020.
- Fadel Retzen Lupi. "Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia.com" 1, no. 2 (2016).
- Faisal Reza. "Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id." *PT. BANK Mandiri (Persero) Tbk* 4, no. 1 (June 2016).
- Fiki Puspitasari. *Apa Diskon Itu?* Yogyakarta: KTSP, 2008.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Adriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and Ria Rahmatul Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020.
- Irwan Hermawan, Dewi Reniawaty, Panji Pramuditha, and Mira Ismirani Fudsyi. "Pelatihan E-Commerce Untuk Mendapatkan Peluang Bisnis Bagi Mahasiswa Politenik LP3I Bandung Pasca Pandemi Covid 19 (Bekerjasama

dengan UMKM Kiricuhi sebagai pelatih e-commerce).” *Politeknik LP3I* 8, no. 1 (June 2022).

Lexy J Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.

Mahir Pradana. “Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia.” *Universitas Telkom* 27, no. 2 (2015).

Masayu Rosyidah and Rafiq Fijra. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021.

Mayang Sari Lubis. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018.

Muammar Khadafi, Lc., M.A, Dr. Dina Madinah, S.E., M.Acc., and Euis Kurniasih. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon Dengan Mark Up Terlebih Dahulu.” *Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI Depok* Vol 1, no. No. 1 (29 2023).

Muhammad Yusuf and Noor Ifada. *E-Commerce Konsep Dan Teknologi*. Malang: Media Nusa Creative, 2021.

Nurkariani, Ni Luh, and David Yulianto. “Diskon, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Melalui Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Badilan Grosir.” *Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma* 12, no. 1 (03).

Philip Kotler and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. PT Indeks, 2007.

Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M.Ag. *Etika Bisnis Dalam Paradigma Spritualitas dan Kearifan Lokal*. UIN-Maliki Press, 2019.

Purwanti, Neli, and Ajeng Pujawati. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Pada Penjual Pengguna Media Sosial Instagram).” *Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sebelas April Sumedang* 3, no. 1 (2021).

Putri, Pristyanilicia, Havid Syafwan, and Masitah Handayani. “Pemanfaatan E-Commerce Dalam Menangkap Peluang Usaha Bagi Generasi Muda Di Kelurahan Sei Kamah I.” *Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal* 1, no. 2 (Desember 2021).

- Reski Amelia. *Jadi Seller Lazada*. Jakarta: Pustaka Taman Ilmu, 2021.
- Rina Sundari. "Dimensi E-Commerce Dalam Membentuk Customer Satisfaction Milenial Lazada." *Jurnal Bisnis Kompetif* Vol.1 No. 2 (July 2022).
- Sabar Napitupulu, Nirwana Tapiomas, and Riduan Tobink. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Dengan Teori-Teori Para Ahli*. Jakarta: PT. Atalya Rileni Sudeo, 2021.
- Saputro, Juwanto Edy. "Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," 2018.
- Seller Center Lazada. "Fitur Promosi Lazada (Voucher, Free Shipping dan Flexi Combo)." Accessed February 19, 2023. <https://sellercenter.lazada.co.id/seller/helpcenter/fitur-promosi-lazada-voucher-free-shipping-flexi-combo-6118.html?spm=a2a14.helpcenter-psc-search.article.1.23ee167dT5f0Sg>.
- Siska Hastari Utami and Yulfita Aini. "Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Alfamart Kota Tengah Kecamatan Kepenuhan." *Universitas Pasir Pengaraian* Vol. 2, no. No. 1 (2020).
- Sri Isfantin Puji Lestari. "Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta" 7, no. 2 (June 2018).
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suherli, Ian Rakhmawan, Deni Kamaludin Yusup, Alfadl Habibie, and Adi Irfan Marjuqi. "Manfaat Diskon Dan Cash Back Terhadap Volume Penjualan Properti Syariah Selama Pandemi Covid-19." *Ekonomica Sharia* 8, no. 2 (2023).
- Trimulyani, Sulistining, and Nina Herlina. "Pengaruh Iklan, Diskon Dan Brand Ambassador Terhadap Pembelian Impulsif Pada Lazada Di Masa Pandemi Covid-19" 1, no. 2 (2022).
- Trisna Taufik Darmawansyah and Miko Polindi. "Akad As-Salam Dalam Sistem Jual Beli Online (Studi Kasus Online Shop Di Lazada.Co.Id)." *UIN Sunan Gunung Djati Bandung* 3, no. 1 (June 2020).
- Ujang Sumarwan. *Pemasaran Strategik Persepektif Perilaku Konsumen Dan Marketing Plan*. Bogor: IPB Press, 2015.

Website Lazada University, “Fitur Promosi (lazada.co.id)”, Pada Tanggal 20 November 2023.

Website Lazada University, “Support Center | KEBIJAKAN PENJUAL LAZADA | Lazada ID| Lazada Seller Center”, Pada Tanggal 20 November 2023.

Website Lazada University, “Program Gratis Ongkir (Free Shipping Max)| Lazada Seller Center”, Pada Tanggal 20 November 2023.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**





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

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id), e-mail: [iain@metrouniv.ac.id](mailto:iain@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-3322/In.28.3/D.1/TL.00/10/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Metro, 03 Oktober 2022

Kepada Yth,  
Aulia Ranny Priyatna (Dosen Pembimbing Skripsi)  
Di-  
Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Dede Hanifah  
NPM : 1903010019  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Penerapan Diskon Melalui Seller Lazada Di Tinjau dari Etika Bisnis Islam Di Kanza Mart Jalan Baru Jakarta Utara

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
  - a. Pendahuluan  $\pm$  1/6 bagian
  - b. Isi  $\pm$  2/3 bagian
  - c. Penutup  $\pm$  1/6 bagian

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

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kerjasama FEBI

Siti Zulaikha

## **OUTLINE**

### **PENERAPAN DISKON MELALUI SELLER LAZADA DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DI KANZA MART JALAN BARU JAKARTA UTARA**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**ORISINILITAS PENELITIAN**

**MOTTO**

**PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR GAMBAR**

**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. Teori Diskon
  - 1. Pengertian Diskon
  - 2. Tujuan Penerapan Diskon
  - 3. Jenis-Jenis Diskon
  - 4. Diskon Dalam Islam
- B. Teori *E-Commerce*
  - 1. Pengertian *E-Commerce*

2. Jenis-Jenis *E-Commerce*
  3. Manfaat *E-Commerce* bagi Pelaku Usaha
- C. Etika Bisnis Islam
1. Pengertian Etika Bisnis Islam
  2. Etika Dalam Diskon
  3. Prinsip Etika Bisnis Islam

### **BAB III      METODOLOGI PENELITIAN**

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

### **BAB IV      HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Deskripsi Lokasi Penelitian
- B. Penerapan Diskon Melalui Seller LAZADA Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam
  1. Sistem Pemberian Diskon
  2. Jenis Diskon Yang Digunakan
  3. Manfaat Pemberian Diskon
- C. Analisis Penerapan Diskon Melalui Seller LAZADA Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam

### **BAB V      PENUTUP**

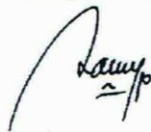
- A. Kesimpulan
- B. Saran

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Dosen Pembimbing  
Mengetahui,



**Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy**  
NIP. 198610302018012001

Metro, 29 September 2023  
Mahasiswa Peneliti



**Dede Hanifah**  
NPM.1903010019

## ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

### PENERAPAN DISKON MELALUI SELLER LAZADA DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DI KANZA MART JALAN BARU JAKARTA UTARA

#### A. Wawancara

##### 1. Wawancara dengan pemilik toko online shop Kanza Mart

- a. Kapan berdirinya Toko Kanza Mart?
- b. Bagaimana penerapan diskon yang terjadi pada tempat usaha anda?
- c. Untuk produk apa saja kah produk yang di jual oleh anda di Lazada?
- d. Berapa keuntungan yang di dapat setiap harinya dari penerapan diskon dan tanpa diskon?
- e. Dalam mendiskonkan apakah mencakup semua produk atau hanya produk tertentu saja yang di diskonkah?
- f. Bagaimana anda mengatur penetapan diskonnya?
- g. Bagaimana konsumen mendapatkan diskon?
- h. Jenis diskon apa saja yang di terapkan?
- i. Apa saja manfaat yang di dapatkan ketikan terjadinya diskon?
- j. Apakah ada produk yang sudah didiskon kan namun masih belum ada yang membelinya?
- k. Apakah anda mengetahui sistem diskon dalam islam?
- l. Apakah sistem diskon yang anda jalankan sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

##### 2. Wawancara dengan karyawan di Toko Kanza Mart

- a. Sejak kapan anda menjadi karyawan di toko Kanza Mart?
- b. Apa yang Anda lakukan untuk menawarkan produk Kanza Mart di Lazada?
- c. Apa saja jenis produk yang anda tawarkan ke konsumen di Toko Kanza Mart?
- d. Apa yang anda lakukan dalam mengurus layanan di Lazada Toko Kanza Mart?

- e. Bagaimana cara ada untuk memprogres diskon di Toko Kanza Mart di Lazada?
- f. Jenis apa saja yang anda terapkan dalam melakukan diskon di Lazada untuk Toko Kanza Mart?
- g. Adakah pengalaman buruk ketika bekerja dalam Toko Kanza Mart?
- h. Apakah anda mengetahui sistem diskon yang anda terapkan sudah sesuai dengan etika bisnis islam?

### **3. Wawancara dengan pembeli Toko Kanza Mart**


- a. Bagaimana pendapat anda tentang pemilik toko Kanza Mart yang bekerja sama dengan perusahaan Lazada?
- b. Bagaimana anda mengetahui waktu pemberlakuan sistem diskon pada produk yang di jual oleh toko Kanza Mart?
- c. Apa yang membuat anda tertarik membeli produk di toko Kanza Mart?
- d. Sudah berapa lamakah anda menjadi konsumen yang belanja di Kanza Mart?
- e. Bagaimana keuntungan yang anda dapatkan saat pembelian produk dengan menggunakan diskon?
- f. Apakah anda sering membeli produk Kanza Mart dengan menggunakan Lazada?
- g. Bagaimanakah anda mengetahui terdapat perubahan produk dalam pembelian anda ketika terjadinya diskon yang dijual oleh Kanza Mart?

## **B. DOKUMENTASI**

- 1. Dokumentasi tentang kegiatan operasional Toko Kanza Mart
- 2. Dokumentasi tentang fasilitas objek penelitian

Dosen Pembimbing

Mengetahui,



**Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy**

NIP. 198610302018012001

Metro, 29 September 2023

Mahasiswa Peneliti



**Dede Hanifah**

NPM.1903010019



**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-3297/In.28/D.1/TL.00/11/2023**  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Pemilik Toko Kanza Mart  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3298/In.28/D.1/TL.01/11/2023, tanggal 13 November 2023 atas nama saudara:

Nama : **DEDE HANIFAH**  
NPM : 1903010019  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Pemilik Toko Kanza Mart bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Toko Kanza Mart, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENERAPAN DISKON MELALUI SELLER LAZADA DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DI KANZA MART JALAN BARU JAKARTA UTARA".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 13 November 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](http://www.febi.metrouniv.ac.id); e-mail: [febi.iain@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iain@metrouniv.ac.id)

**SURAT TUGAS**

Nomor: B-3298/In.28/D.1/TL.01/11/2023

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

Nama : **DEDE HANIFAH**  
NPM : 1903010019  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Toko Kanza Mart, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENERAPAN DISKON MELALUI SELLER LAZADA DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DI KANZA MART JALAN BARU JAKARTA UTARA".
  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 : 13 November 2023

Mengetahui,  
Pejabat Setempat



Xuniaty

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



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



Jakarta, 26 November 2023

Nomor : -  
Lampiran : -  
Perihal : Konfirmasi Izin Penelitian

Kepada Yth,  
Kaprodik Ekonomi Syariah IAIN Metro  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
di -  
Tempat

Dengan hormat,

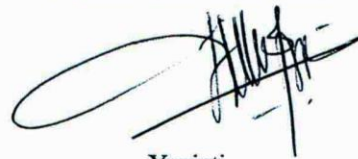
Perihal surat izin research di Toko Kanza Mart Jalan Baru Jakarta Utara, maka dengan ini kami sampaikan bahwa pemilik dari toko Kanza Mart mengizinkan mahasiswa berikut:

Nama : Dede Hanifah  
NPM : 1903010019  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Penelitian : Penerapan Diskon Melalui Seller Lazada Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Di Kanza Mart Jalan Baru Jakarta Utara

Untuk melakukan research di Penerapan Diskon Melalui Seller Lazada Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Di Kanza Mart Jalan Baru Jakarta Utara

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Pemilik Toko Kanza Mart



Yuniati



**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; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-68/In.28/S/U.1/OT.01/02/2024**

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

Nama : DEDE HANIFAH  
NPM : 1903010019  
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 1903010019

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, 02 Februari 2024  
Kepala Perpustakaan



*[Handwritten Signature]*  
D. Asad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.  
NIP. 19750505 200112 1 002



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : DEDE HANIFAH  
NPM : 1903010019  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Penerapan Diskon Melalui Seller Lazada Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam Di Kanza Mart Jalan Baru Jakarta Utara** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 23%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 01 Januari 2024  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Yudhistira Ardana, M.E.K.**  
NIP.198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Dede Hanifah Jurusan/Prodi : ESY / FEBI  
NPM : 1903010019 Semester/TA : IX/2023

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Selasa, 26 September 2023	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Perbaiki Bab 1 Sub Bab A. Latar Belakang Masalah</li><li>2. Perbaiki Penulisan LANDASAN TEORI</li><li>3. Perbaiki Bab II Sub Bab B : Teori E-Commerce</li><li>4. Perbaiki Bab IV Sub Bab B : Penerapan Diskon Melalui Seller LAZADA Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam</li><li>5. Perbaiki Bab IV Sub Bab C : Analisis Penerapan Diskon Melalui Seller LAZADA Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam</li></ol>	

Dosen Pembimbing,

Aulia Ranny Privatna, M.E.Sy

NIDN. 198406162012

Mahasiswa ybs,

Dede Hanifah

NPM. 1903010019

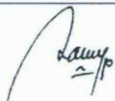


**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

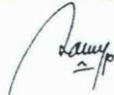
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Dede Hanifah Jurusan/Prodi : ESY / FEBI  
NPM : 1903010019 Semester/TA : IX/2023

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Jumat, 29 September 2023	ACC OUTLINE	

Dosen Pembimbing,



**Aulia Ranny Privatna, M.E.Sy**  
NIDN. 198406162012

Mahasiswa ybs,



**Dede Hanifah**  
NPM. 1903010019




**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

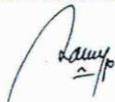
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Dede Hanifah Jurusan/Prodi : ESY / FEBI  
NPM : 1903010019 Semester/TA : IX/2023

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Selasa, 03 Oktober 2023	1. Perbaiki Sistematika Bab 1, 2 dan 3 Berdasarkan Outline 2. Perbaiki Penulisan Huruf Kapital dan Penulisan Bahasa Asing seharusnya cetak miring	

Dosen Pembimbing,



**Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy**  
NIDN. 198406162012

Mahasiswa ybs,



**Dede Hanifah**  
NPM. 1903010019




**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI**  
**(IAIN) JURAI SIWO METRO**

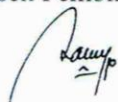
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Dede Hanifah Jurusan/Prodi : ESY / FEBI  
NPM : 1903010019 Semester/TA : IX/2023

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Jumat, 06 Oktober 2023	ACC PROPOSAL SKRIPSI BAB 1,2,3	

Dosen Pembimbing,



**Aulia Ranny Privatna, M.E.Sv**  
NIDN. 198406162012

Mahasiswa ybs,



**Dede Hanifah**  
NPM. 1903010019



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Dede Hanifah Jurusan/Prodi : ESY / FEBI  
NPM : 1903010019 Semester/TA : IX/2023

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Selasa, 24 Oktober 2023	<p>Wawancara dengan Pemilik</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Tambahkan pertanyaan tentang Produk apa saja yang dijual</li><li>2. Apakah semua produk diberikan discount ataukah produk tertentu</li><li>3. Bagaimana penetapan discountnya</li></ol> <p>Wawancara dengan Karyawan saja judulnya</p> <p>Wawancara dengan Konsumen judulnya</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Tambahkan pertanyaan tentang keuntungan terkait discount</li><li>2. Sudah berapa lama menjadi konsumen</li></ol>	

Dosen Pembimbing,

**Aulia Ranny Privatna, M.E.Sy**  
NIDN. 198406162012

Mahasiswa ybs,

**Dede Hanifah**  
NPM. 1903010019






**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

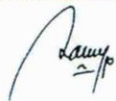
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Dede Hanifah Jurusan/Prodi : ESY / FEBI  
NPM : 1903010019 Semester/TA : IX/2023

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Jumat, 27 Oktober 2023	ACC APD	

Dosen Pembimbing,



**Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy**  
NIDN. 198406162012

Mahasiswa ybs,



**Dede Hanifah**  
NPM. 1903010019



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Dede Hanifah Jurusan/Prodi : ESY / FEBI  
NPM : 1903010019 Semester/TA : IX/2023

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	06 Desember 2023	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Deskripsikan secara sistematis berdasarkan APD</li><li>2. Perbaiki penulisan Footnote: penulisan gelar, nama penulis, dan judul buku</li><li>3. Perbaiki penulisan redaksi Ayat Al-Qur'an lihat buku pedoman</li><li>4. Tambahkan Refrensi dari buku-buku yang berkaitan dengan kajian penelitian</li></ol>	

Dosen Pembimbing,

**Aulia Ranny Privatna, M.E.Sy**  
NIDN. 2016068401

Mahasiswa ybs,

**Dede Hanifah**  
NPM. 1903010019



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI**  
**(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Dede Hanifah Jurusan/Prodi : ESY / FEBI  
NPM : 1903010019 Semester/TA : IX/2023

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	27 Desember 2023	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Wawancara dengan informan sinkronkan dengan Jumlah Sumber Data Primer yang sudah ditentukan ada pada bab III</li><li>2. Gambar-gambar letakkan pada lampiran</li><li>3. Perbaiki spasi penulisan kutipan langsung dan tidak langsung</li><li>4. Perbaiki Matan Hadits (ditulis dengan menggunakan Huruf Arab)</li><li>5. Perbaiki Kesimpulan dan Saran</li><li>6. Lengkapi Abstrak</li></ol>	

Dosen Pembimbing,

**Aulia Ranny Privatna, M.E.Sv**  
NIDN. 2016068401

Mahasiswa ybs,

**Dede Hanifah**  
NPM. 1903010019



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Dede Hanifah Jurusan/Prodi : ESY / FEBI  
NPM : 1903010019 Semester/TA : X/2024

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	10 Januari 2023	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Foto-Foto penunjang diberi keterangan</li><li>2. Perbaiki Abstrak dan tambahkan kata kunci</li><li>3. Buat Daftar Riwayat Hidup Peneliti</li><li>4. Perbaiki Kata Pengantar, Daftar isi lihat buku pedoman</li></ol>	

Dosen Pembimbing,

**Aulia Ranny Privatna, M.E.Sy**  
NIDN. 2016068401

Mahasiswa ybs,

**Dede Hanifah**  
NPM. 1903010019



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

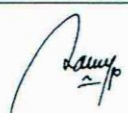
**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Dede Hanifah

Jurusan/Prodi : ESY / FEBI

NPM : 1903010019

Semester/TA : X/2024

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	24 Januari 2023	ACC Bab IV dan V dan untuk di Munaqosyahkan	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa ybs,



**Aulia Ranny Privatna, M.E.Sv**

NIDN. 2016068401



**Dede Hanifah**

NPM. 1903010019

## DOKUMENTASI



Wawancara dengan Ibu Yuniati dan Ibu Yunita



Wawancara dengan *costomer* Ibu Nuraeni



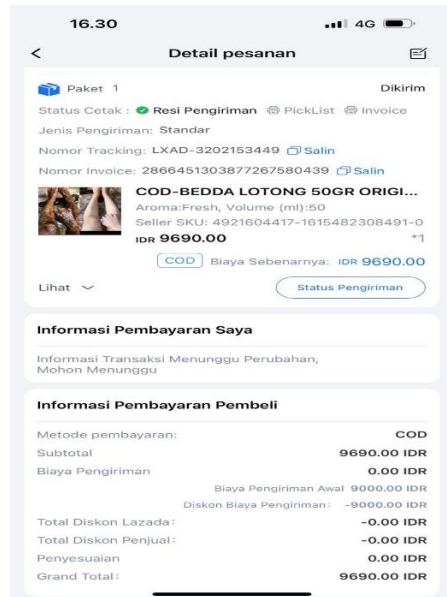
Wawancara dengan *costomer* Ibu Esi



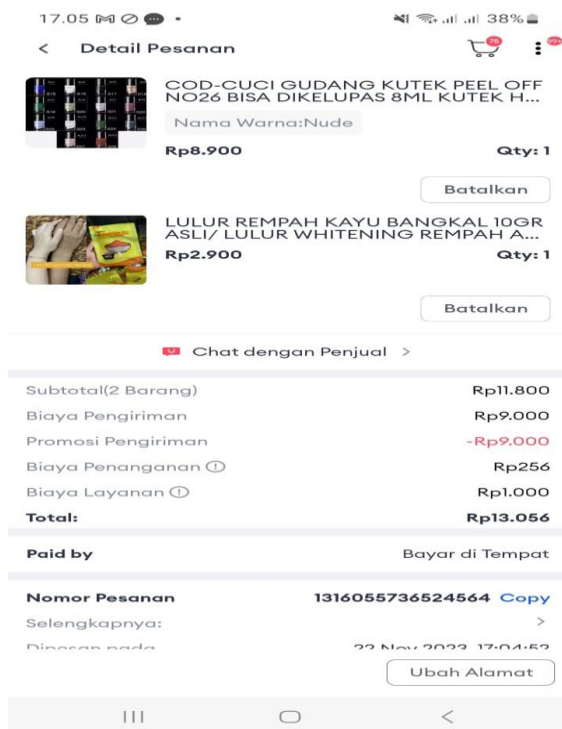
Wawancara dengan *costomer* Ibu Limah



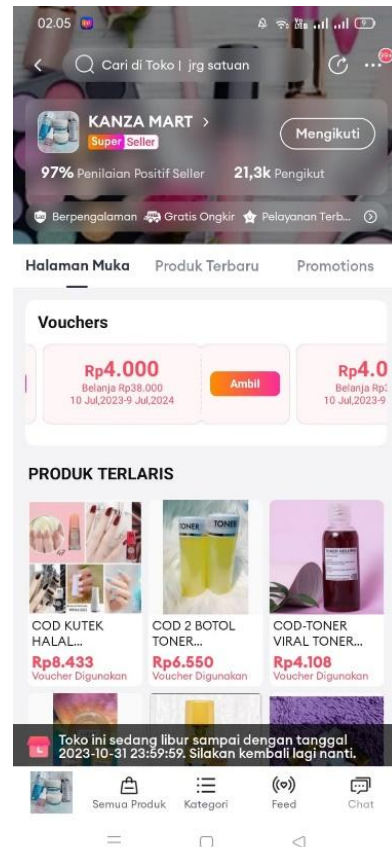
Wawancara dengan *costomer* Ibu Siti Julaha



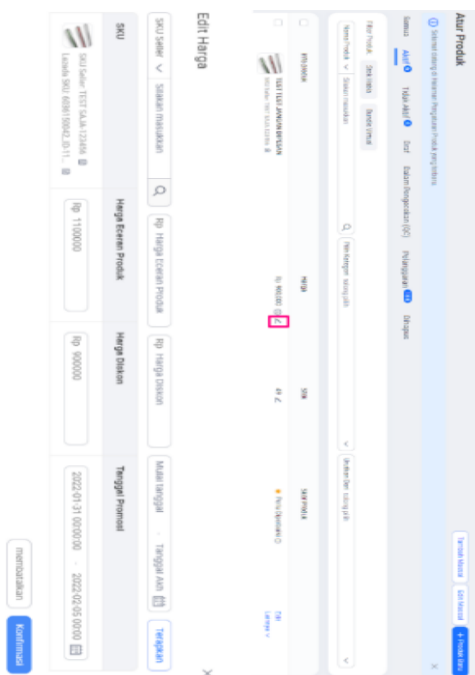
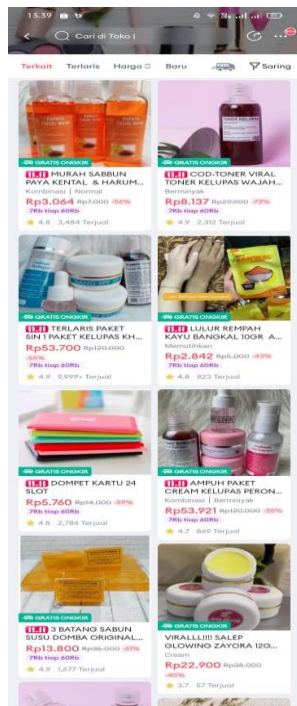
Transaksi Pembelian dari *seller* Lazada



Transaksi Pembelian dari *Costumer* yang Menerapkan diskon



Toko Kanza Mart Dalam Lazada

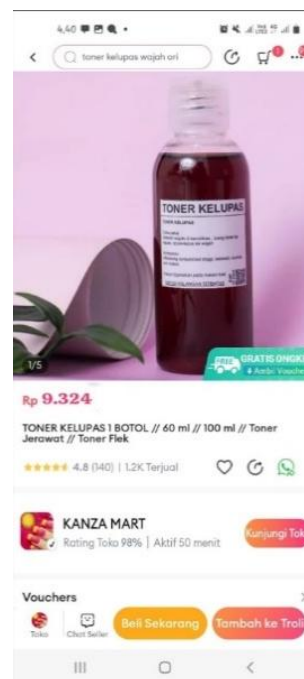


Toko Kanza Mart Dalam Lazada

Mekanisme Penerapan Pada Fitur Diskon Harga Coret Berdasarkan Observasi di Seller Center Lazada

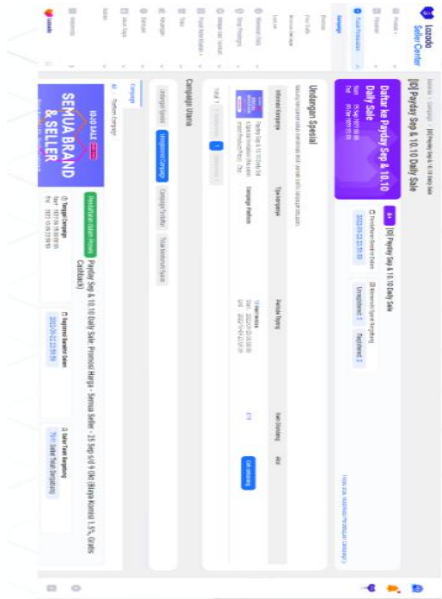


Penerapan Sistem Diskon Coret Di Tampilan Customer

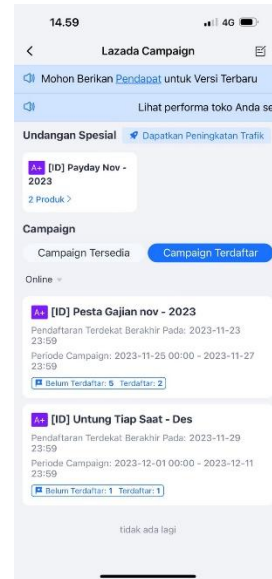


Harga Saat Tidak Terjadi Penerapan Sistem Harga Coret Di Tampilan Customer

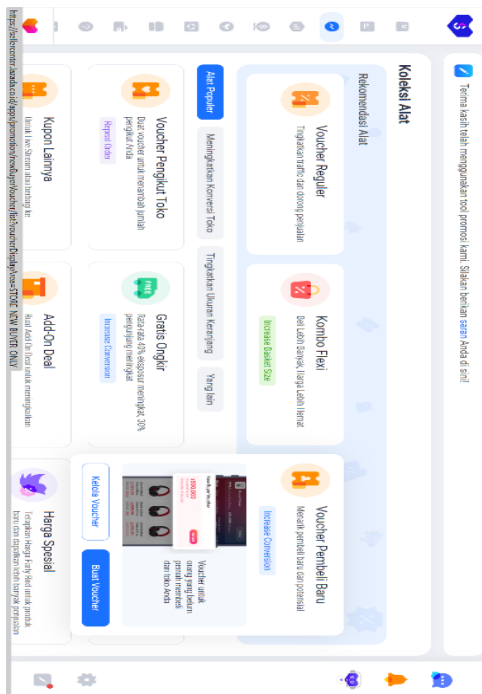




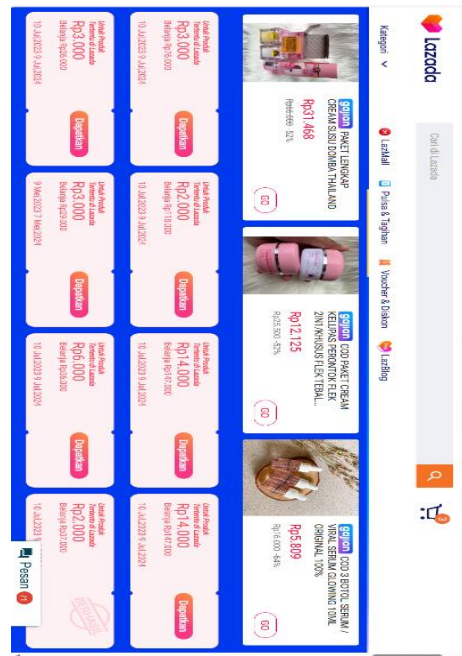
Mekanisme Penerapan Pada Fitur Campaign Berdasarkan Observasi di Seller Center Lazada



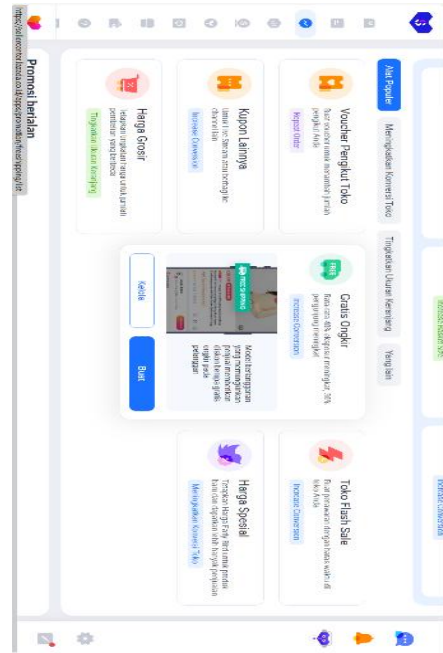
Mekanisme Penerapan Pada Fitur Campaign oleh Kanza Mart



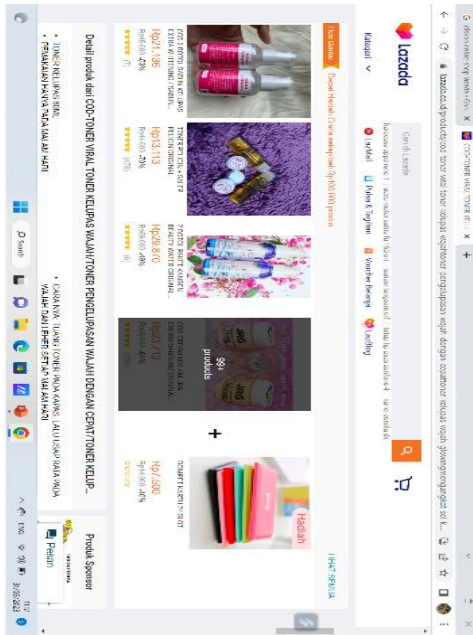
Mekanisme Alat Promo Voucher dan Flexi Combo



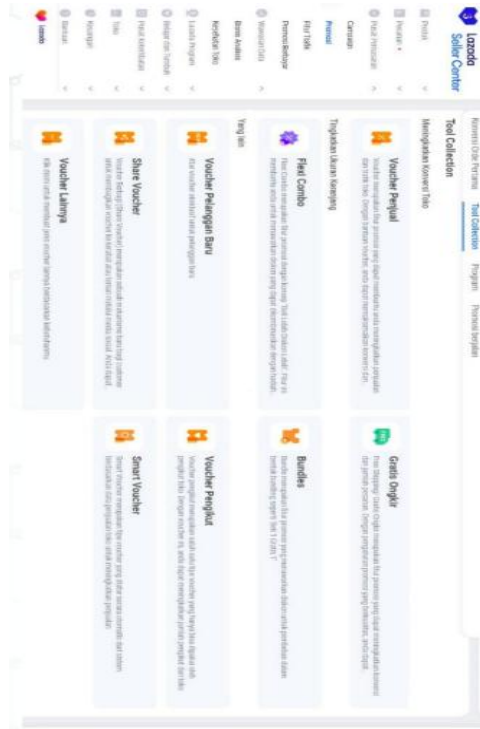
Penerapan Sistem Diskon Voucher Bagi Customer



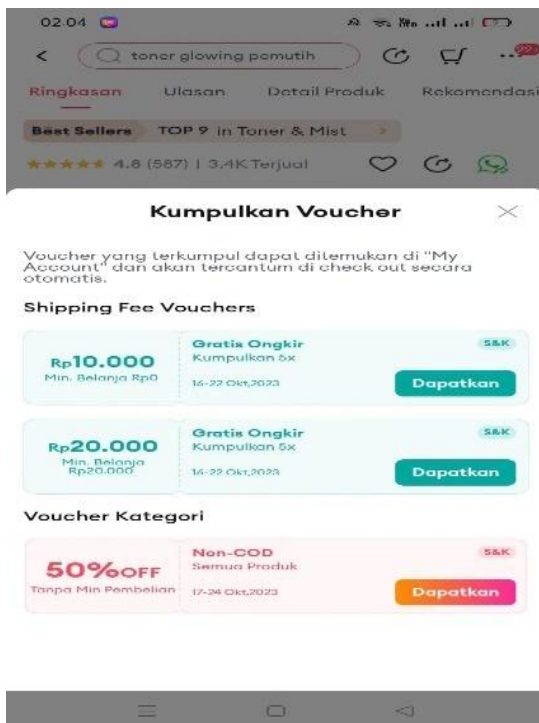
Mekanisme Alat Promo *free ongkir*



Penerapan Sistem Diskon *Flexi Combo* Bagi Customer



Fitur Diskon Yang Di Sediakan Lazada



Penerapan Sistem Diskon *free ongkir*



Highlights dan Deskripsi Produk Di Kanza Mart



Highlights dan Deskripsi Produk Di Kanza Mart



Ulasan-Ulasan di Toko Kanza Mart



Ulasan-Ulasan di Toko Kanza Mart

## RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Dede Hanifah, putri pertama dari pasangan Bapak Basrial dan Ibu Amidah yang lahir pada tanggal 05 November 2000 di Jalan Baru Gg 2 Rt 012 Rw 001 Kelurahan Cilincing, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara.

Pendidikan Sekolah Dasar di Sekolah SDN 04 Petang Kalibaru selesai pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama di SMP Darul Ma'arif yang selesai pada tahun 2016. Selanjutnya melanjutkan ke Sekolah Menengah Kejuruan di SMKS PGRI 11 Jakarta yang lulus pada tahun 2019.

Setelah lulus penulis melanjutkan studi di perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Prodi Ekonomi Syariah mulai semester satu pada tahun akademik 2019.

Pada akhir masa studi peneliti mempersembahkan skripsi dengan judul "Penerapan Diskon Melalui Seller Lazada Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam Di Kanza Mart Jalan Baru Jakarta Utara"