

ABSTRAK

Diskon atau potongan harga dalam hukum Islam pada dasarnya diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti penipuan kepada pembeli, menimbulkan *mudharat* kepada orang lain, dan lain sebagainya. Distributor Dua Putra akan memberikan potongan harga (diskon) dengan syarat membeli produknya dengan jumlah banyak, dan apabila menjadi pelanggan setia atau kerabat dekat akan diberi tambahan bonus diskon lebih besar. Sehingga setiap pelanggan memiliki perbedaan harga dan membuat harga menjadi tidak jelas. Adapun juga yang dilakukan distributor Dua Putra sebelum memberikan bonus diskon distributor Dua Putra menaikkan harga produk terlebih dahulu. Pemberian diskon dengan syarat membeli produk dengan jumlah banyak adalah cara distributor menghabiskan stok produk yang tersisa yang menimbulkan ketidakjelasan kualitas barang yang dijual distributor Dua Putra. Hal di atas inilah yang menjadi faktor peneliti ingin mengetahui sejauh mana pemberian bonus diskon tersebut apakah pemberian diskon yang diterapkan distributor Dua Putra sesuai dengan prinsip pemasaran Islam atau justru bertentangan dengan prinsip pemasaran Islam.

Penelitian yang penulis gunakan menggunakan kualitatif (*field research*) yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk memperoleh data. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang berlandaskan *filasafat positivisme* yang sering juga disebut sebagai paradigma interpretif dan konstruktif, penelitian dilakukan pada objek yang alamiah.

Pemberian diskon camilan khas Bandung pada distributor Dua Putra yaitu dengan menaikkan harga dengan tujuan untuk dijadikan dasar harga promo diskon yang tujuannya untuk mempengaruhi persepsi calon pembeli hal ini mengandung unsur *tadlis*, *najasy*. Juga dalam mengkomunikasikan promo diskonnya distributor Dua Putra menggunakan komunikasi verbal tradisional dengan menyampaikan kepada calon pembeli yang datang dengan memberikan diskon lebih besar dibandingkan pembeli lainnya padahal harga yang diperoleh sama. Praktik seperti ini dilarang karena melanggar prinsip pemasaran Islam yaitu kejujuran.

Kata kunci: Pemberian diskon dalam pandangan ekonomi Islam