

ABSTRAK

FIRMAN ARDIANSYAH, NIM 1860101223235, Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Bundling Price Strategy Sebagai Inovasi Pemasaran Ritel di Era Modern (Studi di Khoyiir Store Gondang), Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2026, Pembimbing Dr. Hj. Dian ferricha, S.H., M.H.

Kata Kunci: Hukum Ekonomi syariah, Bundling price Strategy, Pemasaran Ritel, Transparasi

Penelitian ini mengkaji tentang praktik bundling price strategy sebagai inovasi pemasaran ritel di era modern di Khoyiir Store Gondang ditinjau dari perpektif Hukum Ekonomi Syariah. Strategi ini digunakan pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan, mempercepat perputaran stok barang, serta menarik minat konsumen melalui penjualan produk dalam bentuk paket dengan harga tertentu. Namun, dalam perspektif hukum ekonomi syariah, praktik tersebut perlu dikaji agar tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan prinsip syariah seperti gharar, tadlis, maupun ketidakadilan dalam transaksi.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengetahui bagaimana penerapan praktik bundling price strategy sebagai inovasi pemasaran ritel modern di Khoyiir Store Gondang, (2) Menganalisis praktik bundling price strategy di Khoyiir Store Gondang di tinjau dari hukum ekonomi syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan cara kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara deskriptif-analitis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Praktik bundling price strategy di Khoyiir Store Gondang dilakukan dengan menggabungkan produk yang kurang diminati dengan produk *fast moving* dalam satu paket penjualan dengan harga lebih murah dibandingkan pembelian satuan. Praktik bundling price strategy sebagai inovasi pemasaran ritel modern di khoyiir store gondang ini lahir sebagai solusi untuk menghabiskan stok lama, khususnya produk dengan varian tertentu yang kurang banyak peminat terutama pada produk skincare dan kosmetik. Jenis bundling yang diterapkan adalah mixed bundling, sehingga konsumen tetap diberikan pilihan membeli produk secara eceran maupun paket. (2) Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, praktik tersebut pada dasarnya diperbolehkan karena telah memenuhi prinsip keadilan, kemanfaatan, transparansi, dan amanah. Konsumen diberikan kebebasan memilih produk, memperoleh manfaat harga yang lebih hemat, serta mendapatkan informasi mengenai isi dan harga paket.

ABSTRACT

FIRMAN ARDIANSYAH, Student ID 1860101223235, A Review of Sharia Economic Law on the Practice of Bundling Price Strategy as a Retail Marketing Innovation in the Modern Era (A Study at Khoyiir Store Gondang), Sharia Economic Law Study Program, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, 2026, Advisor Dr. Hj. Dian Ferricha, S.H., M.H.

Keywords: Islamic Economic Law, Bundling Price Strategy, Retail Marketing, Transparency

This study examines the practice of the bundling price strategy as a retail marketing innovation in the modern era at Khoyiir Store Gondang from the perspective of Islamic economic law. Businesses use this strategy to increase sales, accelerate inventory turnover, and attract consumers by selling products in packages at specific prices. However, from the perspective of Sharia economic law, this practice must be examined to ensure it does not contain elements that conflict with Sharia principles, such as *gharar*, *tadlis*, or unfairness in transactions.

The objectives of this study are: (1) To determine the Implementation of the Bundling Price Strategy as a Modern Retail Marketing Innovation at Khoyiir Store Gondang; (2) To analyze the bundling price strategy at Khoyiir Store Gondang from the perspective of Islamic economic law.

The research method used was field research with a qualitative approach. Data sources were obtained through interviews, observations, and documentation. Data analysis was conducted through data condensation, data presentation, and the drawing of conclusions using a descriptive-analytical approach.

The research findings indicate that (1) The price bundling strategy at Khoyiir Store Gondang involves combining less popular products with fast-moving products into a single sales package at a lower price than purchasing them individually. This price bundling strategy, as a modern retail marketing innovation at Khoyiir Store Gondang, was developed as a solution to clear out old inventory, particularly certain product variants with low demand, especially in the skincare and cosmetics categories. The type of bundling applied is mixed bundling, so consumers are still given the option to purchase products individually or as a package. (2) From the perspective of Islamic economic law, this practice is fundamentally permissible because it fulfills the principles of justice, benefit, transparency, and trustworthiness. Consumers are given the freedom to choose products, enjoy cost-saving benefits, and receive information regarding the contents and price of the package.

ملخص

فيرمان أرديانشاه، رقم الطالب ١٨٦٠١٠١٢٢٣٢٣٥، نظرة قانونية اقتصادية إسلامية على ممارسة استراتيجية التسعير المجمع كابتكار تسويقي في قطاع التجزئة في العصر الحديث (دراسة في متجر خوير غوندانغ)، برنامج دراسات القانون الاقتصادي الإسلامي، جامعة سيد علي رحمت الله الإسلامية الحكومية في تولونغاغونغ، ٢٠٢٦، المشرف د. ديان فيريشا، بكالوريوس في القانون، ماجستير في القانون

الكلمات المفتاحية: القانون الاقتصادي الإسلامي، استراتيجية التسعير المجمع، التسويق بالتجزئة، الشفافية

تتناول هذه الدراسة ممارسة استراتيجية التسعير المجمع باعتبارها ابتكارًا تسويقيًا في مجال البيع بالتجزئة في العصر الحديث في متجر «خوير» في غوندانغ، من منظور قانون الاقتصاد الإسلامي. يستخدم رجال الأعمال هذه الاستراتيجية لزيادة المبيعات، وتسريع دوران المخزون، وجذب اهتمام المستهلكين من خلال بيع المنتجات في شكل حزم بأسعار محددة. ومع ذلك، من منظور قانون الاقتصاد الإسلامي، يجب دراسة هذه الممارسة للتأكد من أنها لا تحتوي على عناصر تتعارض مع مبادئ الشريعة الإسلامية مثل الغرر والتضليل أو الظلم في المعاملات

أهداف هذه الدراسة هي: (١) التعرف على كيفية تطبيق استراتيجية التجميع السعري باعتبارها ابتكارًا في مجال التسويق التجزئي الحديث في متجر «خوير» في غوندانغ؛ (٢) تحليل استراتيجية التسعير المجمع في متجر «خير» بمدينة غوندانغ من منظور الشريعة الإسلامية

طريقة البحث المستخدمة هي البحث الميداني (البحث الميداني) مع اتباع نهج نوعي. تم الحصول على مصادر البيانات من خلال المقابلات والملاحظة والتوثيق. وأجريت تقنيات تحليل البيانات عن طريق تكثيف البيانات وعرضها واستخلاص الاستنتاجات بطريقة وصفية-تحليلية

تشير نتائج البحث إلى ما يلي: (١) تتمثل استراتيجية تجميع الأسعار في متجر «خير» في غوندانغ في دمج المنتجات الأقل رواجًا مع المنتجات سريعة البيع في حزمة بيع واحدة بسعر أقل من سعر شرائها بشكل فردي. وقد تم تطوير استراتيجية تجميع الأسعار هذه، باعتبارها ابتكارًا تسويقيًا حديثًا في مجال البيع بالتجزئة في متجر «خير» في غوندانغ، كحل لتصفية المخزون القديم، ولا سيما بعض أنواع المنتجات ذات الطلب المنخفض، خاصة في فئتي العناية بالبشرة ومستحضرات التجميل. ونوع التجميع المطبق هو التجميع المختلط، بحيث يظل للمستهلكين خيار شراء المنتجات بشكل فردي أو كحزمة واحدة. (٢) ومن منظور الشريعة الإسلامية، فإن هذه الممارسة مسموح بها من حيث المبدأ لأنها تستوفي مبادئ العدل والمنفعة والشفافية والأمانة. ويتمتع المستهلكون بحرية اختيار المنتجات، ويحصلون على مزايا توفير التكاليف، كما يتلقون معلومات بشأن محتويات الحزمة وسعرها.