

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 11, December 2025, P. 500-508
E-ISSN: 2986-6340
Licenced by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18008964>

Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Diskon Tiket Bioskop Murah: Tinjauan Masalah, Mudharabah dan Implikasi Bagi Konsumen dan Produsen

Lalah Sibgah¹, Resha Atkya Aulia², Jaenudin³, Dian Herdiana⁴.

Syariah dan Hukum / Hukum Ekonomi Syariah, UIN Sunan Gunung Djati Bandung; alamat jalan A.H Nasution
No. 105, Cipadung, Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40614
Email: lalah.sibgah2005@gmail.com

Abstrak

Praktik pemberian diskon tiket bioskop telah menjadi strategi pemasaran yang umum dalam industri hiburan Indonesia, khususnya melalui platform digital dan program keanggotaan. Penelitian ini mengkaji praktik diskon tiket bioskop dari perspektif hukum ekonomi syariah, dengan fokus pada konsep masalah (kemaslahatan umum), mudharabah (bagi hasil), serta implikasinya terhadap konsumen dan produsen. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis, penelitian ini menganalisis mekanisme diskon, struktur penetapan harga, dan dampak terhadap pemangku kepentingan melalui kacamata prinsip-prinsip hukum Islam. Temuan menunjukkan bahwa pemberian diskon tiket bioskop dapat dibenarkan dalam hukum Islam ketika memenuhi kriteria masalah dengan menyediakan aksesibilitas terhadap hiburan, mendukung sirkulasi ekonomi, dan menjaga keadilan dalam transaksi. Namun, praktik-praktik tertentu seperti manipulasi harga ekstrem, pemasaran yang menyesatkan, dan eksploitasi perilaku konsumen menimbulkan kekhawatiran terkait gharar (ketidakpastian) dan dharar (bahaya). Kerangka mudharabah memberikan wawasan tentang dinamika bagi hasil antara bioskop, distributor, dan platform digital, menekankan perlunya kemitraan yang transparan dan adil. Penelitian ini merekomendasikan agar praktik diskon diatur untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam tentang keadilan, transparansi, dan kemanfaatan bersama, sambil menjaga keberlanjutan industri dan perlindungan konsumen.

Kata kunci: Diskon Tiket Bioskop, Masalah, Mudharabah, Hukum Ekonomi Syariah, Perilaku

Abstract

The practice of offering cinema ticket discounts has become a common marketing strategy in Indonesia's entertainment industry, particularly through digital platforms and membership programs. This study examines cinema ticket discount practices from the perspective of Islamic economic law, focusing on the concepts of masalah (public benefit), mudharabah (profit-sharing), and their implications for consumers and producers. Using a descriptive-analytical qualitative approach, the study analyzes discount mechanisms, pricing structures, and their impact on stakeholders through the lens of Islamic legal principles. The findings indicate that offering cinema ticket discounts can be justified in Islamic law when they fulfill the criteria of masalah by providing accessibility to entertainment, supporting economic circulation, and ensuring fairness in transactions. However, certain practices, such as extreme price manipulation, misleading marketing, and exploitation of consumer behavior, raise concerns regarding gharar (uncertainty) and dharar (harm). The mudharabah framework provides insights into the profit-sharing dynamics between cinemas, distributors, and digital platforms, emphasizing the need for transparent and fair partnerships. This study recommends that discount practices be regulated to ensure compliance with Islamic principles of fairness, transparency, and shared benefit, while maintaining industry sustainability and consumer protection.

Keywords: Cinema Ticket Discounts, Masalah, Mudharabah, Islamic Economic Law, Consumer Behavior

Article Info

Received date: 25 November 2025

Revised date: 30 November 2025

Accepted date: 18 December 2025

PENDAHULUAN

Industri perfilman Indonesia mengalami transformasi signifikan dalam dekade terakhir, ditandai dengan pertumbuhan jumlah bioskop, diversifikasi konten film, dan inovasi dalam strategi pemasaran. Menurut data Badan Perfilman Indonesia, jumlah layar bioskop di

Indonesia mencapai lebih dari 2.000 layar pada tahun 2024, tersebar di berbagai kota besar dan menengah. Pertumbuhan infrastruktur ini diiringi dengan peningkatan produksi film nasional yang mencapai rata-rata 150 judul per tahun, serta masuknya film internasional yang mendominasi pasar dengan blockbuster Hollywood, film-film Asia, dan konten animasi global. Dinamika industri ini menciptakan persaingan ketat antar jaringan bioskop dalam memperebutkan pangsa pasar penonton yang semakin selektif dan sensitif terhadap harga. (Observasi, 2025)

Dalam konteks persaingan tersebut, strategi pemberian diskon tiket bioskop muncul sebagai salah satu instrumen pemasaran paling efektif untuk menarik dan mempertahankan penonton. Berbagai bentuk diskon ditawarkan melalui mekanisme yang beragam, mulai dari diskon hari tertentu seperti "weekday discount" atau "ladies day", diskon melalui kartu kredit atau debit tertentu, diskon untuk pelajar dan mahasiswa, hingga diskon melalui aplikasi mobile dan platform e-commerce. Fenomena yang paling menarik perhatian adalah kemunculan aplikasi agregator tiket seperti TIX ID, GoTix, dan platform sejenis yang menawarkan diskon hingga 50% bahkan lebih untuk pembelian tiket bioskop. Model bisnis ini tidak hanya mengubah cara konsumen membeli tiket, tetapi juga menciptakan dinamika baru dalam rantai nilai industri perfilman yang melibatkan produsen film, distributor, operator bioskop, dan platform digital sebagai perantara baru.

Dari perspektif hukum ekonomi syariah, praktik diskon tiket bioskop merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji karena menyentuh berbagai prinsip fundamental dalam muamalah Islam. Pertama, dari aspek penetapan harga dan mekanisme pasar, Islam mengakui kebebasan pelaku usaha untuk menentukan harga sesuai dengan mekanisme supply dan demand, namun dengan batasan-batasan etis untuk mencegah eksploitasi dan ketidakadilan. Konsep *tas'ir* (penetapan harga) dalam fiqh muamalah menjelaskan kapan intervensi terhadap harga diperbolehkan atau bahkan diwajibkan untuk menjaga keadilan dan mencegah *gharar* atau *dharar*. Kedua, dari aspek keadilan distributif, praktik diskon menimbulkan pertanyaan tentang siapa yang sebenarnya menanggung beban ekonomi dari diskon tersebut dan apakah distribusi beban tersebut adil bagi semua pihak yang terlibat. Ketiga, dari aspek masalah mursalah, perlu dievaluasi apakah praktik diskon tiket bioskop membawa kemaslahatan yang lebih besar daripada mudharatnya, baik bagi individu maupun masyarakat secara keseluruhan. Keempat, dari aspek akad dan transaksi, mekanisme diskon yang melibatkan multiple parties dengan kepentingan berbeda perlu dikaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip akad dalam Islam, khususnya akad *mudharabah* dan *musyarakah* yang relevan dengan model bisnis kemitraan antara platform digital dengan operator bioskop.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini berupaya menjawab sejumlah pertanyaan penelitian fundamental: Pertama, bagaimana mekanisme penetapan harga dan pemberian diskon tiket bioskop dalam praktik industri perfilman Indonesia saat ini? Kedua, bagaimana perspektif hukum ekonomi syariah terhadap praktik diskon tiket bioskop ditinjau dari konsep masalah dan prinsip-prinsip muamalah? Ketiga, bagaimana penerapan konsep *mudharabah* dalam analisis hubungan kemitraan antara platform digital, operator bioskop, dan produsen film dalam skema pemberian diskon? Keempat, apa implikasi praktik diskon tiket bioskop terhadap konsumen dan produsen dalam perspektif keadilan ekonomi Islam?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis untuk mengkaji praktik diskon tiket bioskop dari perspektif hukum ekonomi syariah. Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma interpretif yang berupaya memahami makna dan praktik sosial-ekonomi dalam konteks nilai-nilai dan norma-norma Islam. Penelitian ini bersifat library research yang mengandalkan data sekunder dari berbagai sumber literatur, dikombinasikan dengan analisis dokumen dan content analysis terhadap praktik-praktik aktual di lapangan.

Data penelitian dikumpulkan melalui dua metode utama. Pertama, studi kepustakaan yang meliputi kajian terhadap literatur klasik dan kontemporer tentang hukum ekonomi syariah, khususnya yang berkaitan dengan konsep masalah, mudharabah, gharar, tas'ir, dan prinsip-prinsip muamalah lainnya. Sumber primer mencakup Al-Quran, Hadits, dan karya ulama klasik seperti Imam al-Syatibi, Imam al-Ghazali, dan Ibnu Taimiyah, serta karya ulama kontemporer seperti Yusuf al-Qaradawi, Wahbah al-Zuhaili, dan cendekiawan Muslim Indonesia. Kedua, analisis dokumen yang meliputi regulasi pemerintah terkait industri perfilman, annual report perusahaan bioskop, laporan riset pasar, serta terms and conditions dari berbagai platform digital yang menawarkan diskon tiket bioskop. Ketiga, observasi virtual terhadap mekanisme pemberian diskon melalui berbagai platform dan aplikasi untuk memahami praktik aktual yang terjadi di pasar.

Teknik analisis data yang digunakan adalah content analysis dan comparative analysis. Content analysis digunakan untuk mengidentifikasi dan mengkategorisasi praktik-praktik diskon tiket bioskop berdasarkan mekanisme, besaran diskon, syarat dan ketentuan, serta pihak-pihak yang terlibat. Comparative analysis digunakan untuk membandingkan praktik aktual dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, mengidentifikasi kesesuaian dan ketidaksesuaian, serta menganalisis implikasinya. Kerangka analisis yang digunakan adalah kerangka Maqasid al-Syariah dengan fokus pada konsep masalah dan mudharabah sebagai lensa utama untuk mengevaluasi praktik. Proses analisis dilakukan secara iteratif, dimana data yang terkumpul terus menerus dikonfrontasikan dengan teori dan konsep syariah untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam dan komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Landasan Teoritis Hukum Ekonomi Syariah dalam Transaksi Komersial

Hukum ekonomi syariah merupakan bagian integral dari sistem hukum Islam yang mengatur aktivitas ekonomi dan transaksi komersial berdasarkan prinsip-prinsip yang bersumber dari Al-Quran, Sunnah, Ijma, dan Qiyas. Dalam tradisi fiqh muamalah, transaksi komersial diatur dengan prinsip dasar bahwa pada dasarnya semua bentuk muamalah adalah mubah atau diperbolehkan kecuali yang secara eksplisit dilarang oleh nash syar'i atau bertentangan dengan maqasid syariah (Wahbah al-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Juz IV (Damascus: Dar al-Fikr, 2008), h. 345-360). Prinsip ini memberikan fleksibilitas yang luas bagi umat Islam untuk melakukan inovasi dan adaptasi dalam aktivitas ekonomi sesuai dengan perkembangan zaman, selama tidak melanggar larangan-larangan fundamental seperti riba, gharar, maysir, dan dharar. Kerangka hukum ini sangat relevan dalam menganalisis praktik-praktik ekonomi kontemporer termasuk strategi penetapan harga dan diskon dalam industri jasa seperti perfilman.

Prinsip kebebasan berkontrak dalam Islam memberikan landasan bagi pelaku usaha untuk menentukan harga jual produk atau jasa mereka, termasuk memberikan diskon atau potongan harga. Dalam konteks ini, diskon dapat dipahami sebagai bentuk ihsan atau kebaikan dari penjual kepada pembeli, atau sebagai strategi bisnis untuk meningkatkan volume penjualan. Selama kedua belah pihak yang bertransaksi memiliki informasi yang cukup, tidak ada paksaan, dan tidak ada unsur penipuan, maka transaksi jual beli dengan harga diskon adalah sah menurut hukum Islam. Konsep al-bai' bi altaqsith atau jual beli dengan pembayaran cicilan yang memungkinkan penjual memberikan keringanan kepada pembeli dapat dianalogeskan dengan praktik diskon, dimana penjual memberikan potongan harga untuk mencapai tujuan tertentu seperti meningkatkan aksesibilitas atau mempercepat perputaran modal (Muhammad Abu Zahrah, *Buhuts fi al-Riba* (Kairo: Dar al-Buhuts al-'Ilmiyyah, 1970), h. 112-125).

Konsep Masalah dan Aplikasinya dalam Evaluasi Praktik Diskon

Konsep masalah atau kemaslahatan merupakan salah satu konsep sentral dalam filsafat hukum Islam yang digunakan untuk mengevaluasi apakah suatu tindakan atau kebijakan sejalan dengan tujuan syariah. Imam al-Ghazali mendefinisikan masalah sebagai mengambil manfaat dan menolak madharat dalam rangka memelihara tujuantujuan syariah (Abu Hamid al-Ghazali, *Al-Mustasfa min 'Ilm al-Usul*, Juz I (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1993), h. 416-432). Tujuan-tujuan syariah yang dimaksud adalah al-maqasid al-khamsah atau lima tujuan pokok, yaitu memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Setiap tindakan yang mendukung terpeliharanya kelima hal ini dianggap mengandung masalah, sedangkan yang mengancam atau merusak kelima hal ini dianggap mengandung mafsadah atau kerusakan. Dalam konteks praktik diskon tiket bioskop, evaluasi masalah menjadi penting untuk menentukan apakah praktik ini dapat dibenarkan secara syar'i meskipun tidak ada nash eksplisit yang mengatur tentang diskon tiket hiburan.

Masalah dalam terminologi ushul fiqh dibagi menjadi tiga tingkatan berdasarkan derajat kepentingannya. Tingkatan pertama adalah dharuriyyat atau kebutuhan primer yang harus dipenuhi untuk kelangsungan hidup dan keberlangsungan lima tujuan pokok syariah. Jika dharuriyyat tidak terpenuhi, maka akan terjadi kekacauan dan kehancuran dalam kehidupan

manusia. Tingkatan kedua adalah hajiyyat atau kebutuhan sekunder yang jika tidak terpenuhi tidak akan menyebabkan kehancuran, tetapi akan menimbulkan kesulitan dan kesempitan dalam hidup. Tingkatan ketiga adalah tahsiniyyat atau kebutuhan tersier yang berkaitan dengan keindahan, kesempurnaan akhlak, dan penghalusan budi pekerti. Dalam konteks industri hiburan dan praktik diskon tiket bioskop, dapat dikatakan bahwa menonton film di bioskop termasuk dalam kategori tahsiniyyat atau hajiyyat, yaitu kebutuhan yang memberikan kesenangan, hiburan, dan pengayaan pengalaman hidup, namun bukan kebutuhan dharuriyyat seperti makanan, pakaian, atau tempat tinggal.

Mekanisme Diskon Tiket Bioskop dalam Praktik Industri Perfilman Indonesia

Praktik pemberian diskon tiket bioskop di Indonesia telah berkembang menjadi fenomena yang kompleks dengan berbagai model dan mekanisme yang melibatkan multiple stakeholders. Model diskon yang paling tradisional adalah diskon hari tertentu yang diberikan langsung oleh operator bioskop, seperti diskon pada hari Senin hingga Kamis yang dikenal sebagai weekday discount. Model ini didasarkan pada logika demand management, dimana operator bioskop berupaya meningkatkan okupansi pada hari-hari dengan permintaan rendah dengan menawarkan harga yang lebih murah. Harga tiket pada hari kerja bisa mencapai 30-40% lebih murah dibandingkan akhir pekan, menciptakan incentive bagi konsumen yang memiliki fleksibilitas waktu untuk menonton pada hari kerja.

Model kedua yang paling disruptif adalah diskon melalui platform digital dan aplikasi mobile aggregator. Platform seperti TIX ID, yang merupakan salah satu market leader dalam kategori ini, menawarkan diskon reguler yang bisa mencapai 50% bahkan lebih untuk pembelian tiket melalui aplikasi mereka. Model bisnis platform ini melibatkan kerjasama dengan operator bioskop dimana platform bertindak sebagai channel distribution alternatif yang membawa value dalam bentuk user base yang besar, data analytics, dan digital marketing capabilities. Platform biasanya mendapat komisi dari setiap transaksi dan juga mendapat subsidi dari operator bioskop untuk menanggung sebagian dari diskon yang diberikan. Dalam beberapa kasus, platform juga menggunakan venture capital funding atau investor subsidy untuk memberikan diskon besar sebagai strategi untuk membangun market share dan user loyalty, dengan ekspektasi bahwa profitabilitas akan tercapai setelah mencapai skala ekonomi tertentu dan users terbiasa menggunakan platform tersebut.

Analisis Mudharabah dalam Kemitraan Platform Digital dan Operator Bioskop

Konsep mudharabah dalam fiqh muamalah merupakan bentuk kerjasama antara pemilik modal (shahibul mal) dengan pengelola atau pelaksana usaha (mudharib) dimana keuntungan dibagi berdasarkan nisbah yang disepakati di awal, sedangkan kerugian ditanggung oleh pemilik modal kecuali jika terjadi kelalaian atau pelanggaran dari mudharib (Abdullah al-Mushlih dan Shalah al-Shawi, *Fiqh al-Iqtishad al-Islami* (Riyadh: Dar al-Wathan, 2004), h. 198-215). Dalam konteks kemitraan antara platform digital dengan operator bioskop dalam skema pemberian diskon, terdapat analogi yang menarik dengan konsep mudharabah meskipun tidak identik sepenuhnya. Platform digital dapat dipandang sebagai mudharib yang membawa capital dalam bentuk user base, teknologi, dan marketing expertise, sementara operator bioskop sebagai shahibul mal yang menyediakan product yaitu kapasitas layar dan slot waktu untuk

menonton film. Kerjasama ini bertujuan untuk menghasilkan keuntungan melalui peningkatan volume penjualan tiket, dimana keuntungan tersebut akan dibagi berdasarkan kesepakatan yang telah ditetapkan.

Dalam struktur mudharabah yang ideal menurut hukum Islam, terdapat beberapa rukun dan syarat yang harus dipenuhi agar akad sah dan sesuai syariah. Rukun mudharabah mencakup adanya dua pihak yang berakad yaitu shahibul mal dan mudharib, adanya modal yang jelas jumlah dan jenisnya, adanya usaha atau pekerjaan yang akan dilakukan, adanya keuntungan yang menjadi tujuan, dan adanya ijab qabul atau kesepakatan. Syarat-syarat mudharabah mencakup modal harus berupa uang atau aset yang dapat dinilai dengan jelas, nisbah bagi hasil harus ditentukan di awal dalam bentuk persentase bukan nominal, usaha yang dilakukan harus halal dan tidak melanggar syariah, dan mudharib harus memiliki kompetensi untuk mengelola usaha tersebut (Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance* (Chichester: John Wiley & Sons, 2007), h. 320-345). Dalam konteks kemitraan platform-bioskop, perlu dikaji sejauh mana elemen-elemen ini terpenuhi untuk menentukan apakah kerjasama mereka dapat dikategorikan sebagai mudharabah yang sah atau bentuk akad lain seperti musyarakah atau bahkan ijarah.

Implikasi Praktik Diskon Terhadap Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam

Praktik pemberian diskon tiket bioskop memiliki dampak psikologis dan perilaku yang signifikan terhadap konsumen, yang perlu dianalisis dari perspektif ekonomi Islam untuk memastikan bahwa praktik ini tidak menimbulkan madharat bagi konsumen itu sendiri. Dari perspektif behavioral economics, diskon menciptakan perceived value yang seringkali melebihi actual value, dimana konsumen merasa mendapat keuntungan besar dengan membeli produk diskon meskipun sebenarnya produk tersebut tidak terlalu mereka butuhkan. Fenomena ini dikenal dengan anchoring effect dimana konsumen menggunakan harga normal sebagai reference point dan menilai diskon sebagai penghematan, padahal jika tidak ada diskon mereka mungkin tidak akan membeli sama sekali. Dalam perspektif Islam, perilaku konsumsi seharusnya didasarkan pada kebutuhan nyata (hajat) bukan pada emosi sesaat atau keinginan yang dipicu oleh marketing gimmick (Syed Nawab Haider Naqvi, *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis* (Leicester: The Islamic Foundation, 1981), h. 78-95).

Dari perspektif maqasid syariah khususnya hifzh al-mal atau penjagaan harta, konsumen memiliki tanggung jawab untuk mengelola keuangan mereka dengan bijak dan tidak melakukan pemborosan. Al-Quran secara eksplisit melarang israf atau pemborosan dan memerintahkan umat Islam untuk bersikap moderat dalam pengeluaran. Jika praktik diskon mendorong konsumen untuk menonton film secara berlebihan, menghabiskan uang untuk hiburan yang tidak proporsional dengan pendapatan mereka, atau bahkan berutang untuk membeli tiket diskon, maka hal ini bertentangan dengan prinsip hifzh al-mal. Kasus-kasus dimana konsumen membeli puluhan tiket diskon untuk film yang bahkan belum mereka tonton hanya karena takut kehabisan atau ingin stockpiling menunjukkan perilaku yang tidak rasional dan tidak sejalan dengan ekonomi Islam yang menekankan efisiensi dan utilitas nyata.

Implikasi Terhadap Produsen dan Keberlanjutan Industri Perfilman

Dari perspektif produsen film dan pelaku industri perfilman, praktik diskon tiket bioskop memiliki implikasi yang kompleks dan seringkali contradictory. Pada satu sisi, diskon dapat meningkatkan jumlah penonton yang datang ke bioskop, yang berarti increased visibility untuk film dan potensi revenue yang lebih besar dari volume. Untuk film-film dengan budget marketing yang terbatas, kerjasama dengan platform diskon dapat menjadi cara yang cost-effective untuk menjangkau audience yang lebih luas. Film-film Indonesia yang berkualitas tetapi kurang dikenal seringkali mendapat benefit dari exposure melalui program diskon yang mendorong konsumen untuk mencoba film yang mungkin tidak akan mereka tonton dengan harga normal. Dalam konteks ini, diskon berfungsi sebagai form of subsidized marketing yang dapat menguntungkan produsen terutama untuk film-film yang rely on word-of-mouth dan viral marketing.

Dari perspektif hifzh al-mal dalam maqasid syariah, praktik yang mengancam keberlanjutan ekonomi pelaku industri perlu dievaluasi dengan hati-hati. Jika praktik diskon yang tidak terkontrol mengakibatkan penurunan profitabilitas industri film secara keseluruhan, hal ini dapat mengurangi insentif untuk memproduksi film berkualitas tinggi yang memerlukan investasi besar. Dalam jangka panjang, ini dapat menurunkan kualitas dan kuantitas produksi film nasional, yang pada gilirannya merugikan konsumen dan juga ribuan tenaga kerja yang bergantung pada industri ini. Prinsip istishlah atau pertimbangan kemaslahatan publik mengharuskan bahwa kebijakan atau praktik tidak hanya mempertimbangkan manfaat jangka pendek tetapi juga sustainability jangka panjang dari industri yang memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat luas (Muhammad Hashim Kamali, *Principles of Islamic Jurisprudence* (Cambridge: Islamic Texts Society, 2003), h. 267-285).

SIMPULAN

Berdasarkan analisis komprehensif terhadap praktik diskon tiket bioskop dari perspektif hukum ekonomi syariah, penelitian ini menyimpulkan bahwa pada prinsipnya praktik diskon dapat dibenarkan dan bahkan mengandung maslahah jika dilakukan dengan mekanisme yang transparan, adil, dan memperhatikan keberlanjutan industri serta perlindungan konsumen. Dari aspek maslahah, diskon memberikan aksesibilitas yang lebih luas kepada masyarakat untuk menikmati hiburan berkualitas yang berkontribusi pada kesejahteraan psikologis dan pengembangan budaya, sekaligus mendorong sirkulasi ekonomi dan penciptaan lapangan kerja dalam industri perfilman. Namun, praktik diskon harus memenuhi kriteria tertentu untuk memastikan kepatuhannya terhadap prinsip-prinsip syariah yaitu transparansi penuh dalam informasi harga dan syarat ketentuan, tidak mengandung unsur gharar atau ketidakpastian yang berlebihan, tidak manipulatif atau mengeksploitasi kelemahan psikologis konsumen, adil dalam distribusi beban ekonomi antara semua pihak dalam rantai nilai, dan sustainable tanpa mengancam keberlanjutan industri dalam jangka panjang.

Dari perspektif dampak terhadap konsumen, diskon dapat memberikan manfaat signifikan dalam bentuk increased affordability dan accessibility, namun juga mengandung risiko mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan dan tidak rasional. Edukasi konsumen tentang pengelolaan keuangan yang bijak dan konsumsi yang moderat sesuai dengan prinsip Islam menjadi penting untuk memastikan bahwa konsumen dapat memanfaatkan diskon tanpa

terjebak dalam perilaku israf atau pemborosan. Perlindungan konsumen dari praktik marketing yang manipulatif atau menyesatkan harus menjadi prioritas, dengan regulasi yang jelas tentang transparansi informasi dan larangan terhadap deceptive advertising. Akses yang adil terhadap program diskon juga perlu dipastikan sehingga tidak terjadi diskriminasi yang tidak berdasar terhadap kelompok konsumen tertentu.

Untuk produsen dan pelaku industri perfilman, diperlukan pendekatan yang balanced antara memanfaatkan diskon sebagai strategi marketing yang efektif dan menjaga sustainability serta value proposition dari produk mereka. Coordination dan consultation antara stakeholders melalui forum industri atau asosiasi dapat membantu membangun consensus tentang best practices dan guidelines untuk praktik diskon yang fair dan sustainable. Diversifikasi revenue streams dan pengembangan alternative business models dapat mengurangi ketergantungan pada box office revenue dan memberikan more resilience terhadap market dynamics. Government support dalam bentuk insentif pajak, grants untuk film berkualitas, atau regulasi yang melindungi kepentingan produsen lokal juga dapat berkontribusi pada keberlanjutan industri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini merupakan bagian dari tugas Mata Kuliah Metode Penelitian pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun ajaran 2025-2026. Dengan rasa syukur yang mendalam, penulis menyampaikan apresiasi yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih khusus di sampaikan kepada Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Prof. H. Fauzan Ali Rasyid, M. Si, dan Dr. Jaenudin M. Ag. Dian Herdiana S.L.P, atas bimbingan, nasihat, dan motivasinya yang tak ternilai selama proses penelitian. Saya ucapkan terima kasih juga kepada Ibu Hany Prastika Dewi yang sudah memberikan referensi untuk jurnal kami “Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Praktik Diskon Tiket Bioskop Murah: Tinjau Masalah, Mudharabah, dan Implikasi Bagi Konsumen dan Produsen” Dukungan dan kerjasama dari teman dan keluarga juga sangat berharga dalam menyelesaikan penelitian ini. Semoga segala kebaikan yang telah di berikan mendapatkan balasan yang setimpal.

REFERENSI

- Al-Ghazali, A. H. (1993). *Al-Mustasfa min 'Ilm al-Usul* (Juz I). Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Al-Mushlih, A., & Al-Shawi, S. (2004). *Fiqh al-Iqtishad al-Islami*. Riyadh: Dar al-Wathan.
- Al-Qaradawi, Y. (2013). *Al-Halal wa al-Haram fi al-Islam*. Kairo: Maktabah Wahbah.
- Al-Raysuni, A. (1992). *Nazariyyat al-Maqasid 'inda al-Imam al-Syatibi*. Riyadh: Dar al-'Alamiyyah li al-Kitab al-Islami.
- Al-Taimiyah, I. (1995). *Majmu' Fatawa* (Juz XXVIII). Riyadh: Majma' al-Malik Fahd.
- Al-Zarqa, M. A. (1998). *Al-Madkhal al-Fiqhi al-'Amm* (Juz I). Damascus: Dar al-Qalam.
- Chapra, M. U. (1992). *Islam and the economic challenge*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Chapra, U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.

- Hasanuzzaman, S. M. (1991). *Economic functions of an Islamic state*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Husein, S. (1988). *Muhasabah al-Zakat: Manhaj Muhasabi Mu'ashir li Hisab Zakat al-Ashkhas al-Tabi'iyin wa al-I'tibariyyin*. Kairo: Dar al-I'tisham.
- Ibnu Qayyim al-Jauziyyah. (1991). *I'lam al-Muwaqqi'in 'an Rabb al-'Alamin* (Juz III). Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Ibn Abd al-Salam, I. (1999). *Qawa'id al-Ahkam fi Masalih al-Anam* (Juz II). Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Kahf, M. (1978). *The Islamic economy: Analytical study of the functioning of the Islamic economic system*. Plainfield: Muslim Students Association.
- Karim, A. A. (2010). *Ekonomi mikro Islami* (3rd ed.). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Mannan, M. A. (1986). *Islamic economics: Theory and practice*. Cambridge: The Islamic Academy.
- Mannan, M. A. (1997). *Teori dan praktik ekonomi Islam* (M. Nastangin, Trans.). Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa.
- Muhammad, A. (2007). *Understanding Islamic finance*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Kamali, M. H. (2003). *Principles of Islamic jurisprudence*. Cambridge: Islamic Texts Society.
- Siddiqi, M. N. (1985). *Partnership and profit-sharing in Islamic law*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Qal'ahji, M. R. (2000). *Mabahits fi al-Iqtishad al-Islami min Ushulihi al-Fiqhiyyah*. Beirut: Dar al-Nafa'is.
- Hammad, N. (1995). *Mu'jam al-Mustalahat al-Iqtishadiyyah fi Lughah al-Fuqaha*. Herndon: International Institute of Islamic Thought.
- Sabiq, S. (1983). *Fiqh al-Sunnah* (Juz III). Beirut: Dar al-Fikr.
- Naqvi, S. N. H. (1981). *Ethics and economics: An Islamic synthesis*. Leicester: The Islamic Foundation.
- An-Nabhani, T. (2004). *An-Nidham al-Iqtishadi fi al-Islam*. Beirut: Dar al-Ummah.
- Al-Zuhaili, W. (2008). *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu* (Juz IV). Damascus: Dar al-Fikr.
- Abu Zahrah, M. (1970). *Buhuts fi al-Riba*. Kairo: Dar al-Buhuts al-'Ilmiyyah.
- Yusuf, M. (1987). *Al-Amwal wa Nazariyyat al-'Aqd fi al-Fiqh al-Islami*. Kairo: Dar al-Fikr al-'Arabi.