

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan manusia setiap harinya melakukan aktivitas, termasuk aktivitas ekonomi yang sering dilakukan mengenai transaksi jual beli, menjadikan manusia semakin dewasa dalam pola pikir yang berdasarkan ajaran Islam. Perekonomian Islam berbasiskan nilai-nilai dan prinsip syariah yang bersumber dari Al-Quran dan hadits serta dilengkapi dengan *ijma'* dan *Qiyas* melalui fikih muamalah, dalam setiap hari hampir kita tidak terlepas dari kegiatan muamalah, khususnya jual beli.

Jual beli dimasyarakat merupakan kegiatan rutinitas yang dilakukan setiap waktu oleh semua manusia. Tetapi jual beli yang benar menurut hukum Islam belum tentu semua orang muslim melaksanakannya. Bahkan ada pula yang tidak tahu sama sekali tentang ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh hukum Islam dalam hal jual beli. Jual beli merupakan interaksi sosial antar manusia yang berdasarkan rukun dan syarat yang telah ditentukan. Jual beli diartikan "*al-bai', al-tijarah dan al-mubadalah*". Pada intinya jual beli merupakan suatu perjanjian tukar-menukar barang atau benda yang mempunyai manfaat untuk penggunaanya, kedua belah pihak sudah menyepakati perjanjian yang telah dibuat (Susiwati, 2017). Jual beli sudah dikenal sejak zaman Nabi Saw dan isteri Nabi Muhammad Saw yang berprofesi sebagai pedagang contohnya Siti Khadijah. Jual beli dalam Islam dilihat dari kehalalannya, segi objek kesyariaannya atau

aturan-aturan yang harus dipenuhi dan dijalankan oleh pelaku penjual maupun pembeli.

Jual beli dalam Islam berdasarkan mazhab memiliki dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, macam-macam jual beli, hikmah dan manfaat jual beli (Ghazal, 2010). Dalam jual beli hal yang paling penting dilihat yaitu objeknya karena objek merupakan kesesuaian keinginan pembeli agar pembeli mengetahui objek tersebut cacat atau tidak, sesuai atau tidak dengan keinginan pembeli sehingga tidak ada yang dirugikan di antara kedua belah pihak.

Dasar hukum jual beli dalam surat Al-Baqarah ayat 275: "*Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...*". Dari ayat tersebut Allah memerintahkan kepada hambanya untuk menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Setiap manusia diperbolehkan untuk berniaga dengan cara yang benar sesuai dengan syariat Islam. Oleh karena itu tidak diperbolehkan berniaga dengan cara yang dilarang, atau tidak sesuai dengan syariat Islam. Dalam Hadits Al-Baihaqi, ibn Majah, dan Ibn Hibban, "*Sesungguhnya jual beli itu dengan sama-sama ridha (suka sama suka)*" (HR. Baihaqi). Jual beli atas dasar keridhaan atau suka sama suka maksudnya pihak penjual harus merelakan barang dagangannya untuk di beli, sedangkan pihak pembeli rela untuk membayarkan sejumlah nilai yang telah disepakati. (Ghazaly, 2010)

Dunia modern sekarang ini, banyak ditemukan transaksi kontemporer yang memerlukan penilaian hukum fiqihnya, dan dalam hal

ini membutuhkan peran ahli fiqih yang memiliki kepastian keilmuan yang mendalam, takwa, cerdas, memiliki cakrawala dan pandangan yang luas dan sudah terbiasa melakukan *istimbath* hukum (Mardani, 2013). Konsumen yang keberadaannya tidak terbatas menyebabkan pelaku usaha melakukan kegiatan dengan cara yang efektif agar menarik konsumen dalam jumlah yang banyak. Sehingga berbagai upaya dilakukan oleh pelaku usaha untuk menarik konsumen dalam target penjualan suatu usaha.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Dalam Undang-Undang ini, disebutkan bahwa hak konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa, hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak untuk mendengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan.

Perkembangan bisnis yang semakin pesat sekarang ini menjadikan para pengusaha membangun bisnis dengan berbagai upaya untuk meningkatkan nilai pendapatan suatu perusahaan. Cara dan ide yang dilakukan, misalnya dengan mempermudah bertransaksi jual beli tanpa

pergi ke tempatnya, dan membayar objek barang hanya dari kartu, sehingga muncul ide dengan adanya pembuatan *member card*. Secara etimologi (Porwadarminta, 1976) *member card* atau kartu diskon adalah sebuah kertas tebal yang tidak seberapa, biasanya persegi panjang (untuk berbagai keperluan). Kartu diskon menurut terminologi yaitu kartu yang pemegangnya mendapat potongan harga khusus pada saat berbelanja di beberapa toko yang telah menyepakati sebelumnya untuk memberikan potongan harga (Tarmizi, 2019).

Sedangkan tujuan *member card* (kartu diskon) yaitu mendorong pembeli untuk membeli dalam jumlah yang besar sehingga volume penjualan diharapkan akan bisa naik, pembelian dapat dipusatkan perhatiannya pada penjual tersebut, ke dua sehingga hal ini dapat menambah atau mempertahankan langganan penjual yang bersangkutan, merupakan *sales service* yang dapat menarik terjadinya transaksi pembelian. (Isnaini, 2005).

Macam-macam *member card* yang digunakan ada dua. Pertama, Kartu diskon bersifat umum yaitu kartu diskon jenis ini diterbitkan oleh perusahaan jasa iklan. Kedua, kartu diskon bersifat khusus yaitu kartu diskon ini diterbitkan oleh sebuah perusahaan jasa/barang, seperti toko buku (Tarmizi, 2019).

Member card dalam hukum Islam termasuk hibah apabila diberikan secara cuma-cuma, akan tetapi bisa terjadi *gharar* apabila dikenakan uang iuran pendaftaran dan tidak menjelaskan secara transparan

saat pendaftaran *member*. Sementara hukum *member card* beberapa ulama kontemporer berbeda pendapat salah satunya yang dikutip oleh (Tarmizi, 2019) bahwa ulama kontemporer sepakat bahwa boleh hukumnya menerbitkan serta menggunakan kartu diskon yang diberikan cuma-cuma kepada para pelanggan, seperti kartu diskon yang diterbitkan oleh maskapai penerbangan yang pemegangnya berhak mendapat berbagai fasilitas, misalnya potongan harga tiket. Ini merupakan keputusan fatwa *Majma' Al Fiqh Al Islami* (divisi fikih OKI) No.127 (1/14) Tahun 2003 yang berbunyi: “*Kartu diskon yang diterbitkan oleh hotel, maskapai penerbangan dan beberapa perusahaan yang memberikan fasilitas yang mubah bagi pemegang kartu yang telah memenuhi poin tertentu, hukumnya boleh jika kartu diberikan cuma-cuma. Adapun jika pemegang kartu ditarik iuran atau uang jasa maka hukum harta itu tidak boleh karena mengandung unsur gharar*”.

Penggunaan *member card* di Indonesia sudah banyak digunakan di perbankan, *mall*, *supermarket*, salon, butik dan salah satunya yang menerapkan sistem *member card* bagi para pelanggan yaitu warung makan Sambel Layah. Sambel Layah adalah perusahaan bisnis dalam bidang kuliner yang memiliki penggemar yang banyak serta di kenal oleh masyarakat, untuk itu perusahaan mengeluarkan kartu *member card* sebagai salah satu strategi dalam pemasaran. *Member card* Sambel Layah adalah sebuah kartu yang berbentuk persegi dengan menggunakan nomor *member*. *Member card* Sambel Layah Corporation (SL Corp) memiliki

manfaat bagi pembeli yang mendaftar menjadi *member* yaitu mendapatkan poin, *discount* sebesar 10% dan mendapatkan promo-promo lainnya. Sedangkan alasan perusahaan menerbitkan *member card* yaitu bisa mendapatkan keuntungan dengan meningkatnya nilai pendapatan perusahaan dan untuk mengetahui jumlah pelanggan serta meningkatkan minat masyarakat dalam belanja makanan dengan mendapatkan potongan harga.

Di samping itu *member card* Sambel Layah Corporation (SL Corp) bisa digunakan di semua *outlet* SL Corp. *Outlet* yang berada di bawah kepemilikan perusahaan SL Corp yaitu: Sambel Layah, Sambel Bledex, Sambel Gebyur, Djago Jowo, Wkwk *food and drink*, Wkwk *barbershop*, Wedangan Asyik, Bumbu Ireng Yu San). Dalam penelitian ini peneliti mengambil dua *outlet* yang berada di bawah kepemilikan SL Corp yaitu warung makan Sambel Layah dan bumbu Ireng Yu San.

Warung makan Sambel Layah dan Bumbu Ireng Yu San merupakan wirausaha Sambel Layah Corporation yang memiliki sistem *member card* yang sama dan memiliki manfaat yang sama saat melakukan transaksi. Keduanya digemari oleh masyarakat, meskipun Bumbu Ireng Yu San tidak seramai Sambel Layah tetapi keduanya bisa menghabiskan ratusan bahkan ribuan box.

Dengan adanya sistem *member card* di dalamnya bisa terjadi unsur *gharar*, unsur ketidakadilan, untung dan rugi antara perusahaan dengan pembeli, serta tidak sama rata antara konsumen yang memiliki *member*

card dengan konsumen yang tidak memiliki *member card*. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai kesesuaian hukum Islam dengan realita. Oleh karena itu peneliti mengambil judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Dengan Menggunakan Sistem *Member Card* di Warung Makan Sambel Layah Purwokerto”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan transaksi jual beli dengan sistem *member card* di warung makan Sambel Layah Purwokerto?
2. Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap transaksi jual beli dengan sistem *member card* di warung makan Sambel Layah Purwokerto?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui pelaksanaan transaksi jual beli dengan sistem *member card* di warung makan Sambel Layah Purwokerto.
2. Untuk mengetahui pandangan hukum Islam terhadap transaksi jual beli dengan sistem *member card* di warung makan Sambel Layah Purwokerto.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis manfaat penelitian ini untuk menambah wawasan terhadap masalah yang diteliti mengenai transaksi jual beli dengan menggunakan sistem *member card* berdasarkan perspektif hukum Islam.

2. Secara praktis manfaat penelitian ini sebagai bahan pedoman dan pengetahuan bagi para konsumen untuk bertransaksi sesuai dengan syariah.

