

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbelanja saat ini sudah menjadi semacam gaya hidup bagi sebagian masyarakat di abad 21, masyarakat pada umumnya menjadikan berbelanja sebagai gaya hidup mereka di samping sebagai salah satu jalan dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka sehari-hari ditambah dengan era globalisasi dan perdagangan bebas dimana dukungan ilmu pengetahuan serta kemajuan teknologi turut serta menyumbangkan kemudahan dalam berbagai bidang kehidupan untuk saling terhubung dan memperluas jaringan perkembangan penawaran jasa dan barang bukan hanya didalam negeri saja tetapi biasa sampai lintas negara¹.

Dengan tingkat keantusiasan masyarakat yang tinggi terhadap berbelanja membuat peluang bisnis di berbagai bidang pemenuhan kebutuhan hidup semakin lebar dan pebisnis di bidang tersebut berlomba untuk menarik sebanyak-banyaknya pelanggan dengan berbagai jalan promosi maupun strategi marketing yang sekiranya dapat menarik pelanggan serta antusias pasar terhadap produk yang mereka tawarkan. Salah satu cara promosi serta strategi pemasaran yang dipakai dalam mempromosikan produk adalah dengan menawarkan fasilitas kartu keanggotaan atau *member card*.

¹Sri Neni Imaniyati, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam* (Man Dar Maja, 2002), hal. 3

Member card adalah kartu yang mana pemiliknya akan mendapatkan diskon dari harga barang-barang atau beberapa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan tertentu².

Member card biasanya diperoleh dengan beberapa ketentuan yang telah ditentukan oleh pihak perusahaan tersebut seperti membayar iuran keanggotaan ataupun diberikan dengan cuma-cuma. Kartu diskon biasanya diterbitkan oleh perusahaan jasa iklan yang nantinya akan mencari toko-toko atau perusahaan yang mau memberikan kartu diskon. Bisa pula kartu diskon diterbitkan oleh perusahaan/toko yang akan memberikan diskon itu sendiri diantara tujuannya adalah untuk menarik pelanggan supaya setia berlangganan kebutuhan ditempat mereka walaupun perusahaan mendapat untung sedikit.

Mereka biasanya menggunakan jenis pemasaran *cross marketing* dimana cara pemasaran ini adalah dengan jalan kerjasama anatar dua pihak dimana salah satu pihak sudah memiliki banyak pelanggan yang kemudian pihak kedua mempromosinya produk mereka melalui pihak pertama dengan harapan pelanggan pihak pertama akan juga menjadi pelanggan pihak kedua nantinya. Biasanya sistim pemasaran seperti ini menggunakan kartu keanggotaan sebagai perantara, contohnya seperti pihak A sudah memiliki pelanggan yang memiliki keanggotaan di bisnisnya lalu pihak B ingin

²Muhammad Abduh Tuasikal, “Kartu Diskon Dalam Timbangan Syariah” dalam <http://pengusahamuslim.com/2242-kartu-diskon-dalam-timbangan-syariat.html> diakses pada 07-06-2017

menjalin kerjasama dimana pelanggan pihak A akan mendapat diskon dan promosi *spesial* karena memiliki *member card* dari bisnis pihak A.³

Gambaran diatas dapat dikatakan sebagai salah satu keuntungan *member card* dalam melakukan transaksi, ada beberapa keuntungan dan keistimewaan yang akhirnya didapatkan secara cuma-cuma jika memiliki *member card* yang menjadikan banyaknya orang yang berbondong-bondong mendaftarkan diri keanggotaan karena mereka akan mendapatkan keuntungan dan keistimewaan yang tidak didapatkan oleh pelanggan lain yang tidak memiliki *member card*.

Dalam ekonomi islam yang diikat dalam seperangkat nilai iman, akhlak dan moral etika bagi setiap aktivitas ekonominya baik posisinya sebagai konsumen, produsen , distributor dan lain-lanya dalam melakukan usahanya dan menciptakan hartanya. Ekonomi islam mempunyai tujuan untuk menselaraskan kehidupan manusia bukan hanya umat muslim saja, tujuan lainnya ekonomi islam adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai islam yaitu, nilai-nilai iman, akhlak dan moral etika⁴, maka dari itu transaksi menggunakan kartu keanggotaan ini masih memiliki beberapa problematika salah satunya adalah, adanya beberapa ulama yang mempermasalahkan penggunaan *member card* ini, baik yang mengatakan diperbolehkan, maupun yang mengatakan dilarang untuk dipergunakan dalam transaksi jual beli.

Beberapa ulama kontemporer sepakat bahwa boleh hukumnya menerbitkan serta menggunakan *member card* yang diberikan secara cuma-

³Utami, Whidyakusuma Cristin, *Strategi Pemasaran Ritel* (Jakarta: Indeks,2008), hal. 24

⁴Muhammad, *Prinsip-Prinsip Ekonomi islam*(Yogyakarta: Sinar Grafika, 2007), hal. 1-2

cuma kepada para pelanggan⁵. Seperti kartu yang diterbitkan oleh maskapai penerbangan, dimana pemegangnya berhak mendapat berbagai fasilitas, misalnya potongan harga tiket. Adapun kartu diskon yang pemegangnya disyaratkan membayar iuran keanggotaan atau membeli kartu tersebut, maka terdapat perbedaan pendapat para ulama kontemporer. Salah satunya adalah menurut *Khalid al muslim, al hawafiz at tijariyah* bahwa harga kartu merupakan upah untuk penyelenggara karena telah menjadi perantara kepada para penyedia jasa agar mereka memberikan diskon kepada para anggota member card. Upah seperti ini dibolehkan karena termasuk upah dari sebuah kerja.

Pendapat ini tidak kuat, karena jasa yang diberikan oleh penerbit kartu mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan). Bentuk *ghararnya* adalah pemegang kartu saat membayar iuran keanggotaan atau membeli kartu diskon, tidak tahu berapa potongan harga yang akan dia dapatkan dan dari barang apa saja. Disamping itu pemegang kartu tidak tahu apakah uang yang ia bayarkan lebih besar dari pada potongan harga yang ia dapatkan saat berbelanja. Jika uang yang ia bayarkan lebih besar dari potongan harga, berarti dia rugi dan sebaliknya. Ini jelas termasuk *gharar* dan judi⁶

Yang menjadi permasalahan adalah maraknya *member card* yang ditawarkan dengan proses membayar uang iuran keanggotaan terlebih dahulu untuk dapat menikmati fasilitas diskon untuk produk-produk yang mereka tawarkan. Biasanya iuran keanggotaan hanya dibayarkan di awal pendaftaran

⁵Ummul Hammam, "Hukum Kartu Diskon" dalam <https://rumaysho.com/2343-hukum-kartu-diskon.html> diakses pada 07-06-2017

⁶Saif El Nashr, "Hukum Member Card", <http://fiqhkontemporer99.blogspot.com/2017/11/hukum-member-card.html> diakses pada 07-06-2017

lalu pelanggan langsung mendapatkan kartu keanggotaan tersebut, di mana hal seperti ini dikhawatirkan mengandung unsur *riba*, *gharar* dan *maysir* di dalamnya.

Konsumen menyerahkan sejumlah uang untuk mendapatkan kartu tersebut, dengan tujuan mendapatkan diskon. Besaran *riil* diskon ini tidak diketahui. Boleh jadi, *member card* tersebut tidak digunakan, atau digunakan namun nominal rupiah dari diskon tersebut boleh jadi lebih rendah atau lebih tinggi daripada uang yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan *member card* di sini letak unsur *gharar* yang dikhawatirkan terjadi. Selain ketiga unsur yang dilarang didalam jual beli di atas, di sini juga terjadi jual beli bersyarat di mana penjual mensyaratkan pembeli menjadi anggotanya terlebih dahulu untuk menikmati diskon atas produk-produk yang mereka perjualbelikan, hal tersebut menurut beberapa ulama tidak diperbolehkan karena dikhawatirkan hanya akan menimbulkan keuntungan di salah satu pihak saja.

Dalam menjalankan sistemnya biasanya penyedia kartu keanggotaan memiliki sistem yang berbeda-beda. Umumnya sistem yang dipakai adalah seperti sistem pengumpulan poin dimana setiap melakukan pembelian ditoko atau perusahaan tertentu akan mendapatkan poin yang jika terus dikumpulkan bisa ditukarkan dengan beberapa *souvenir* atau juga bisa ditukarkan dengan diskon sesuai ketentuan yang berlaku. Adapula sistem diskon langsung seperti jika pelanggan mempunyai *member card* maka secara otomatis langsung mendapat potongan harga atau discount tanpa harus menggunakan pengumpulan poin terlebih dahulu. Pelanggan hanya tinggal melakukan pembelian produk-produk yang ditawarkan oleh mereka.

Semakin banyak pembelian semakin banyak pula diskon serta keuntungan yang dimiliki. Seperti disalah satu perusahaan *Direct Selling* yang paling umum dikenal masyarakat Indonesia yaitu *Sophie Paris* yang menawarkan produk-produk kecantikan, *fashion* dan alat-alat rumah tangga. *Sophie Paris* juga salah satu perusahaan *Direct Selling* yang menggunakan *member card* sebagai salah satu strategi marketingnya dalam menjangkau konsumen, terutama untuk menjadi konsumen tetap produk-produk mereka.

Di *Sophie Paris* untuk menjadi anggotanya kita harus membayar uang pendaftaran sebesar Rp. 70000,- dan pelanggan mendapatkan tas, tempat minum, katalog edisi terbaru dan *id card* yang berlaku seumur hidup.

Menanggapi uraian diatas saya sebagai peneliti memutuskan untuk meneliti bagaimana pandangan *Fiqh Muamalah* terhadap *study* kasus semacam ini, di mana ada beberapa pendapat yang memperbolehkan walau dengan syarat kartu anggota tersebut di peroleh dengan cuma-cuma dan beberapa ulama yang melarang transaksi semacam ini dengan alasan adanya unsur *riba'*, *gharar*, dan *maysir* . Maka dari itu saya ingin meneliti kasus transaksi jual beli semacam ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas saya merumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana transaksi jual beli di *Sophie Paris* desa Ngadiluwih kecamatan Ngadiluwih kabupaten Kediri menurut *Fiqh Muamalah*?
2. Bagaimana pandangan *Fiqh Muamalah* terhadap transaksi jual beli menggunakan kartu keanggotaan di *Sophie Paris* desa Ngadiluwih kecamatan Ngadiluwih kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui transaksi jual beli di *Sophie Paris* desa Ngadiluwih kecamatan Ngadiluwih kabupaten Kediri yang sesuai menurut *Fiqh Muamalah*
2. Mengetahui pandangan *Fiqh Muamalah* terhadap sistem transaksi jual beli menggunakan kartu keanggotaan di *Sophie Paris* desa Ngadiluwih kecamatan Ngadiluwih kabupaten Kediri

D. Manfaat Penelitian

a. Kegunaan Secara Akademis

Dari segi keilmuan untuk memberikan referensi tentang transaksi *muamalah* dengan sistem *member card* serta memberikan informasi tentang bagaimana sistematika transaksi dengan sistem *member card*.

b. Kegunaan Secara Umum

Sebagai masukan bagi masyarakat tentang bagaimana mekanisme transaksi *member card* serta tinjauan hukum secara islam.

E. Penegasan Istilah

a. Konseptual

1. Pengertian *Fiqh Muamalah*

Menurut Wahbah Zuhaili, *Fiqh muamalah* merupakan salah satu dari bagian persoalan hukum Islam seperti yang lainnya yaitu tentang hukum ibadah, hukum pidana, hukum peradilan, hukum perdata, hukum jihad, hukum perang, hukum damai, hukum politik, hukum penggunaan harta, dan hukum pemerintahan. Semua bentuk persoalan yang dicantumkan dalam kitab fiqh adalah pertanyaan yang dipertanyakan masyarakat atau persoalan yang muncul ditengah-tengah masyarakat. Kemudian para ulama memberikan pendapatnya yang sesuai kaidah-

kaidah yang berlaku dan kemudian pendapat tersebut dibukukan berdasarkan hasil fatwa-fatwanya.⁷

2. Pengertian Transaksi Jual Beli

Secara umum transaksi dapat diartikan sebagai kejadian ekonomi/ keuangan yang melibatkan paling tidak 2 pihak (seseorang dengan seseorang atau beberapa orang lainnya) yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha, pinjam meminjam atas dasar sama-sama suka ataupun atas dasar suatu ketetapan hukum atau *syariah* yang berlaku. Dalam sistem ekonomi yang paradigma Islami, transaksi harus dilandasi oleh aturan hukum-hukum Islam (*syariah*) karena transaksi adalah *manifestasi* amal manusia yang bernilai ibadah dihadapan Allah, yang dapat dikategoriakan menjadi 2 yaitu transaksi halal dan haram.⁸ Sedangkan jual beli adalah saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan.⁹

3. Pengertian *Member Card*

Kartu keanggotaan merupakan suatu pengakuan sebagai pelanggan yang bergabung dalam suatu organisasi perusahaan atau kelompok secara resmi dan diakui. Pentingnya kenyataan yang terjadi bahwa pelanggan akan menjadi salah satu individual ataupun anggota dalam *member* dari sebuah perusahaan. Keanggotaan biasanya ditandai dengan adanya sebuah kartu anggota atau *member card*. Yang dapat

⁷*Fiqh Muamalah Perbankan syariah*, (Team Counterpart Bank Muamalat Indonesia :1999) hal 30

⁸Sunarto Zulkifli, *Dasar-dasar Akuntansi Perbankan Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), hal. 10

⁹Imaniyati, *Hukum Ekonomi...*, hal. 31

menjadi *member* dalam sebuah organisasi atau perusahaan dapat berupa individu ataupun agen pembelian yang jasanya juga akan digunakan orang lain.

Member card dapat dipakai oleh seseorang yang dianggap memenuhi syarat sebagai anggota *member*. Biasanya *member card* memberikan keuntungan serta fasilitas lebih banyak. Dengan adanya *member card*, pihak perusahaan dapat menghitung banyaknya pelanggan yang ada serta implikasinya terhadap perusahaan. Dengan demikian dapat dilakukan evaluasi dalam perusahaan, apakah pengguna *member card* berguna baik bagi perusahaan ataupun pengguna *member card*.¹⁰

b. Operasional

1. Pengertian *Fiqh Muamalah*

Fiqh Muamalah adalah ketentuan-ketentuan hukum tentang usaha memperoleh dan mengembangkan harta, jualbeli, hutang piutang yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari yang hukumnya bersumber dari *Al-Qur'an* dan *As-sunnah*.

2. Pengertian Transaksi Jual Beli

Transaksi adalah pertemuan antara dua pihak atau lebih untuk melakukan kegiatan tukar menukar barang atau jasa yang mendatangkan keuntungan untuk semua pihak yang terlibat. Didalam bertransaksi ada beberapa pihak yang melakukan pertukaran barang atau jasa ataupun juga kerjasama yang telah disepakati diantara mereka. Sedangkan jual beli adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan

¹⁰Blackwell, R. *Perilaku Konsumen, Jilid I* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995), hal . 23

rukun dan syarat tertentu. Syarat dan rukun jual beli yaitu adanya penjual dan pembeli, ada barang yang diperjualbelikan dan ada *ijab kabul* anatar penjual dan pembeli. Jadi transaksi jual beli adalah pertemuan antara dua pihak atau lebih untuk melakukan pertukaran barang atau jasa dengan syarat dan rukun tertentu.

3. Pengertian *Member Card*

Member card adalah kartu yang mana pemiliknya akan mendapatkan diskon dari harga barang-barang atau beberapa pelayanan yang diberikan oleh penyedia kartu. *Member card* mempunyai banyak macam, diantaranya adalah : Pertama : *Free Member Card* yaitu kartu keanggotaan yang didapatkan dengan cara gratis, atau sekedar membayar uang biaya pembuatan kartu. Kedua : *Special Member Card*, yang mana transaksi terjadi dari dari dua pihak saja : penyelenggara yang mengeluarkan kartu, dan anggota atau peserta yang membeli kartu. Ketiga : *Common Member Card* yang mana transaksi terjadi dari tiga pihak : penyedia barang dan jasa, penyelenggara yang mengeluarkan kartu, serta anggota atau peserta yang membeli kartu. Kedua macam *member card* tersebut didapat dengan cara membayar uang keanggotaan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang menjadi langkah-langkah dalam proses penyusunan tugas akhir ini selanjutnya yaitu:

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini berisikan uraian dari latar belakang masalah yang akan diteliti oleh peneliti yaitu tentang transaksi menggunakan *member card*, rumusan masalah yang berisi dua rumusan yaitu tentang

bagaimana transaksi jual beli menurut *fiqh muamalah* dan transaksi menggunakan *member card Sophie Paris* menurut pandangan *fiqh muamalah*, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN TEORI, Bab ini berisikan kajian terhadap beberapa teori dan referensi yang menjadi landasan dalam mendukung studi penelitian ini, diantaranya adalah pengertian, ruang lingkup dan prinsip *fiqh muamalah*, poin selanjutnya berisi pengertian, hukum, rukun, syarat serta macam jual beli lalu pengertian dan jenis serta macam *member card* juga pandangan ulama terhadap *member card*.

BAB III METODE PENELITIAN, Bab ini berisi tentang penjelasan tentang pola atau jenis penelitian yaitu kualitatif *study* lapangan, lokasi penelitian yaitu di *Sub BC Sophie Paris* desa Ngadiluwih kecamatan Ngadiluwih kabupaten Kediri, kehadiran peneliti dalam pengumpulan data dilapangan, sumber data primer dan sekunder, tehnik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi serta observasi langsung dilapangan, tehnik pengolahan data serta keabsahan data.

BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN, Bab ini berisi tentang paparan data hasil penelitian dilapangan dan pembahasan hasil penelitian yang sudah didapatkan oleh peneliti.

BAB V PENUTUP, Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan yang dilakukan dalam bab IV dan saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada instansi yang terkait serta penutup.