

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial akan selalu berinteraksi dengan sesamanya karena untuk mencapai kebutuhan-kebutuhannya yang dikehendaki bergantung bantuan dari orang lain. Inilah dasar dan alasan antara individu yang satu dan yang lain melakukan interaksi sosial. Interaksi sosial seperti ini, seperti yang diungkapkan oleh Soerjono Soekanto yaitu “hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan antara kelompok-kelompok manusia maupun antara orang perseorangan dengan kelompok manusia.”¹

Di era masyarakat modern, bagaimana seseorang menampilkan dirinya di hadapan orang lain, dan bagaimana seseorang membangun identitas di hadapan lingkungan sosialnya dalam banyak hal dipengaruhi oleh gaya hidup. Gaya hidup (*life style*) berbeda dengan cara hidup (*way of life*). Cara hidup ditampilkan dengan ciri-ciri, seperti norma, ritual, pola-pola tatanan sosial, dan mungkin juga suatu komunitas dialek atau cara berbicara yang khas. Sementara itu, gaya hidup diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang ia konsumsi, dan bagaimana ia bersikap. Gaya hidup tumbuh dan dikembangkan oleh kekuatan kapital untuk kepentingan membangun pangsa

¹ Bambang Rustanto. *Masyarakat Multikultur di Indonesia*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2015) h. 8

pasar, memperbesar keuntungan, dan menghela agresivitas masyarakat dalam mengkonsumsi berbagai produk industri budaya.²

Di era globalisasi dan perdagangan bebas ini, dengan dukungan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi yang mudah didapat maka semakin luas alur keluar dan masuknya barang dan jasa melintasi batas-batas negara. Hal ini mempermudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan produk barang dan jasa.³

Kondisi demikian telah memberi banyak manfaat bagi para konsumen, namun di sisi lain konsumen menjadi obyek aktivitas bisnis bagi para pelaku usaha yang mengharapkan keuntungan sebesar-besarnya baik melalui promosi, pemotongan harga maupun penjualan yang sering merugikan para konsumen.

Di Indonesia telah memiliki undang-undang untuk melindungi warga negaranya termasuk undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Yaitu dikeluarkannya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Undang-undang ini disahkan oleh BJ. Habibie presiden ketiga pada masa itu.⁴

Dalam Undang-Undang tersebut, disebutkan bahwa hak konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/jasa, Undang-Undang ini menunjukkan bahwa setiap konsumen, termasuk konsumen muslim yang merupakan mayoritas konsumen di

² Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme* (Jakarta: 2013) h. 137

³ Sri Neni Imaniati, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam*, Bandung: Mandarmaju, 2002. h. 161

⁴ Yusuf Sofi, *Pelaku Usaha, Konsumen Dan Tindak Pidana Korporasi*, (Jakarta: Galia Indonesia, 2002) h. 13

Indonesia, berhak untuk mendapatkan barang dan jasa yang nyaman dikonsumsi, dan tidak melanggar syari'at dalam transaksinya, salah satu pengertian nyaman bagi konsumen muslim bahwa barang tersebut tidak bertentangan dengan kaidah agama, akad atau transaksi jual belinya harus transparan dan jelas tanpa ada pemaksaan atau penipuan, dalam Undang-Undang ini juga disebutkan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi, jaminan barang dan transaksinya. Dengan demikian perusahaan tidak dapat melakukan transaksi penjualan tanpa hukum-hukum yang jelas sesuai dengan *syari'at* Islam.⁵

Dalam hal ini Islam telah mengajarkan bahwa setiap perbuatan yang merugikan pihak lain itu dilarang, terutama dalam transaksi atau pemakaian barang/jasa. Sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An Nisa : 29)⁶

Dalam ayat tersebut Allah SWT. telah mengisyaratkan bahwa transaksi ekonomi dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia harus dengan yang baik dan benar, yaitu harus saling merelakan dan cara-cara yang tidak dilarang oleh agama.

⁵ Undang-Undang RI No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁶ Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an*, h. 159

Pembeli atau konsumen seharusnya dalam bertransaksi atau menerima barang dalam kondisi yang baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu ketika ada kekurangan-kekurangan pada suatu barang.⁷

Globalisasi yang menandai berakhirnya abad 20 merupakan sebuah keniscayaan yang membawa dampak serius di berbagai aspek kehidupan. Misalnya mengidentifikasi tumbuhnya masyarakat konsumsi sebagai salah satu dampak globalisasi. Dalam masyarakat konsumsi, terdapat kecenderungan orang membeli barang bukan karena nilai kemanfaatnya, melainkan karena gaya hidup (*life style*), demi sebuah citra yang diarahkan dan dibentuk oleh iklan dan mode lewat televisi, tayangan sinetron, dan berbagai media lain. Orang sebagai konsumen pun tidak lagi melihat apakah barang yang dikonsumsi tersebut memiliki nilai kemanfaatan atau tidak, tetapi apakah barang dan jasa tersebut dapat mencitrakan dirinya sudah memiliki gaya hidup modern.⁸

Tantangan besar dan krusial yang dihadapi oleh pebisnis atau perusahaan di era globalisasi adalah bagaimana mempertahankan pelanggan melalui kepuasan dan loyalitas. Dalam hal mempertahankan pelanggan jauh lebih murah biayanya dibandingkan dengan mencari pelanggan baru, artinya dalam hal mempertahankan pelanggan bukan pekerjaan mudah dan dapat diabaikan begitu saja melainkan menyangkut kelangsungan dan kontinuitas perusahaan dalam jangka panjang. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa pelanggan

⁷ Rafik Isa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004. h. 72

⁸ Sindung Haryanto, *Sosiologi Ekonomi* (Yogyakarta: 2011) h. 163

merupakan memiliki peran penting dan mendapat perhatian bagi semua perusahaan.⁹

Demi tetap menjaga loyalitas pelanggan lama dan dapat mendatangkan pelanggan baru, berbagai upaya pun dilakukan agar para pelanggan tetap setia di perusahaannya. Salah satu upaya agar perusahaan tetap mendapatkan loyalitas dari pelanggan yaitu dengan cara melakukan berbagai promosi, diantaranya yaitu dengan menerapkan sistem *member card*. Yaitu dengan memiliki member card ini para pelanggan atau konsumen mendapat layanan khusus.

Ketika konsumen berbelanja menggunakan member card ini, para konsumen bisa mendapatkan point yang bisa diakumulasikan yang kemudian bisa ditukarkan dengan hadiah-hadiah yang disediakan. Selain itu, dengan memiliki member card ini para konsumen bisa mendapatkan harga khusus untuk produk-produk tertentu yang hanya bisa dinikmati oleh pemilik member card saja.

Dalam hal ini berarti dalam transaksi jual beli menggunakan kartu member di Ramayana ada perbedaan harga antara yang memiliki kartu member dan yang tidak.. Pertama harga normal untuk pelanggan umum, dan harga khusus untuk pemegang kartu member.

Biasanya untuk harga yang normal memang sudah di pajang di setiap gerai-gerai barang yang dijual, akan tetapi beda lagi dengan ketika hendak melakukan transaksi. Ketika hendak membayar, pasti akan ditanya apakah memiliki kartu member, jika tidak memilikinya maka harga normallah yang

⁹ Zulkarnain, *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual* (Yogyakarta: Graha Ilmu 2012) h. 115

berlaku, tetapi ketika memilikinya, akan mendapatkan potongan harga atau dalam kasus ini kita akan mendapatkan harga khusus untuk pemegang kartu member.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis ingin mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana praktek jual beli menggunakan kartu member untuk mendapatlan harga khusus di Ramayana serang. Dan bagaimana pandangan hukum islam dan undang-undang perlindungan konsumen tentang kartu member ini untuk mendapatkan harga khusus. Apakah sudah sesuai syariat islam, dan apakah informasi-informasi mengenai kartu member ini sudah jelas diterima oleh para konsumen.

Maka dari itu dengan latar belakang inilah penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“PENERAPAN HARGA KHUSUS BAGI PEMILIK KARTU MEMBER DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI RAMAYANA DEPARTMENT STORE SERANG (Studi Komparatif Antara Hukum Islam dan UU Perlindungan Konsumen)”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan hasil studi pendahuluan, pengalaman, referensi dan saran dari pembimbing, kali ini penulis lebih memfokuskan pada kartu member. Keuntungan yang bisa dimiliki, serta yang paling utama tentang harga khusus member berdasarkan hukum positif dan hukum islam.

C. Perumusan masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dengan ini penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan harga khusus bagi pemilik kartu member menurut Pasal 7 ayat b Undang-Undang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana penerapan harga khusus bagi pemilik kartu member menurut Hukum Islam?
3. Bagaimana analisis perbandingan penerapan harga khusus bagi pemilik kartu member dalam transaksi jual beli antara Pasal 7 ayat b Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan hukum islam?

D. Tujuan

Tujuan Penelitian:

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini, sesuai dengan perumusan masalah diatas, yaitu:

1. Untuk mengetahui penerapan harga khusus bagi pemegang kartu member menurut Pasal 7 ayat b Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui penerapan harga khusus bagi pemegang kartu member menurut Hukum Islam.
3. Untuk mengetahui analisis perbandingan penerapan harga khusus bagi pemilik kartu member dalam transaksi jual beli antara Pasal 7 ayat b Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan hukum islam.

E. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan mempunyai nilai tambah dan manfaat untuk penulis maupun pembaca baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Secara teoritis, sebagai kontribusi ilmiah dalam rangka memperkaya khazanah ilmu pengetahuan mengenai analisis hukum islam dalam bidang muamalah dan undang-undang perlindungan konsumen, khususnya yang berkaitan dengan harga khusus menggunakan kartu member sebagai salah satu kegiatan jual beli di masyarakat.
2. Secara praktis, sebagai bahan masukan kepada para pemikir hukum islam dimasa modern untuk dijadikan salah satu topic ijtihad terhadap fenomena-fenomena yang muncul di masyarakat yang belum diketahui status hukumnya dalam kegiatan muamalah, dan juga dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa mahasiswi khususnya jurusan Hukum Ekonomi Syariah dalam mempelajari praktek jual beli menggunakan kartu member untuk mendapatkan harga khusus.

F. Penelitian Terdahulu

Pembahasan mengenai penerapan potongan harga dengan kartu member ini berdasarkan dari hasil penelusuran penulis mendapatkan beberapa skripsi yang pernah membahas kasus tersebut, baik dalam penelitian lapangan maupun penelitian kepustakaan. Diantaranya adalah sebagai berikut.

Skripsi karya Yenisa Destrihani yang berjudul “Pemberlakuan *Member Card* dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau dari Sudut Pandang Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Mirota Kampus C Simanjutak Yogyakarta)” menjelaskan

bahwa adanya pemberlakuan *member* di Mirota Kampus C Simanjutak lebih mengedepankan pada tanggung jawab perusahaan terutama tanggung jawab sosial dalam bentuk perhatian, jalinan, dan sumbangan sukarela melalui kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan bagi kepentingan masyarakat. *Member Card* tersebut tidak digunakan semata-mata untuk mendapat potongan harga layaknya *member card* lainnya¹⁰.

Skripsi karya Lokita Galih Cardiani yang berjudul “PRAKTEK PENGGUNAAN MEMBER CARD DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Kasus di Toko Shinta Fashion Mart Purwokerto)” menjelaskan bahwa penggunaan Member Card di toko Shinta Fashion Mart Purwokerto belum sesuai dengan syarat jual beli menurut syariah karena tidak dipenuhinya syarat mu’ayyan (Syarat yang terlihat jelas) dan didalamnya mengandung gharar serta adanya unsur spekulasi yang dimana letak ghararnya adalah pada ketidaktransparanan dalam pemberian diskon Member Card, penjualan kartu Member Card toko Shinta Fashion Mart Purwokerto kepada pelanggan melebihi harga pasaran serta adanya tambahan biaya dalam perpanjangan masa aktif Member, kemudian mengandung unsur spekulasi karena hanya menguntungkan bagi pengguna Member aktif tetapi dapat merugikan salah satu pihak yaitu pihak yang tidak aktif menggunakan

¹⁰ Yeni Destrhani, yang berjudul “Pemberlakuan Member Card dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau dari Sudut Etika Bisnis Islam Studi kasus di Mirota Kampus C. Simanjutak Yogyakarta”, *Skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2013).

Member Card tersebut yang telah mengeluarkan biaya untuk pembuatan Member dan melakukan perpanjangan masa aktif juga¹¹.

Skripsi karya Arifin yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemberian Potongan Harga Dengan Menggunakan Kartu Member Dalam Transaksi Jual Beli Dan Relevansinya Dengan Uu No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Di Alfamart Kelurahan Ngalian Semarang)”. Menjelaskan transaksi pemberian potongan harga dengan menggunakan kartu member di alfamart ngalian semarang itu relevan dengan undang-undang positif, karena unsur-unsur yang disebutkan dalam pasal 9 dan 10 Undang–Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen tidak terdapat dalam mekanisme transaksi jual beli di Alfamart Ngalian Semarang, dan produk yang mempunyai potongan harga yaitu sama dengan produk dijual kepada konsumen yang bukan merupakan anggota kartu member¹².

Dari ketiga skripsi tersebut sama-sama membahas tentang penggunaan kartu member dalam bertransaksi. Di sini penulis ingin mengambil tema yang sama yaitu tentang penggunaan kartu member dalam bertransaksi juga. Akan tetapi di sini penulis lebih memfokuskan pada pengguna member yang mendapatkan promo khusus berupa harga khusus jika bertransaksi menggunakan kartu member. Dan di komparatifkan antara undang-undang perlindungan konsumen dengan hukum islam.

¹¹ Lokita Galih Cardiani yang berjudul “Praktek Penggunaan Member Card Dalam Transaksi Jual Beli Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Di Toko Shinta Fashion Mart Purwokerto)”, Skripsi Fakultas Syariah IAIN Purwokerto (2016)

¹² Arifin yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemberian Potongan Harga Dengan Menggunakan Kartu Member Dalam Transaksi Jual Beli Dan Relevansinya Dengan Uu No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Di Alfamart Kelurahan Ngalian Semarang)”, Skripsi Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang, 2011

G. Kerangka Pemikiran

Jual beli memiliki 2 pengertian. Secara lughawi (bahasa) jual beli ialah saling tujar menukar (pertukaran). Sedangkan menurut pengertian syariat, jual beli ialah pertukaran harta.¹³

Secara substansial, jual beli adalah aktifitas tukar menukar barang dengan menggunakan hukum perdagangan yang telah berlaku dan disepakati. Dalam hukum perdagangan, menurut Suryodiningrat terdapat suatu perjanjian, persetujuan, dan kontrak antara pihak penjual dan pembeli dengan saling mengikatkan diri antara barang dengan harga barang yang ditransaksikan. Karena prosesnya merupakan kesepakatan, dalam jual beli harus ada sikap yang merelakan. Sayyid sabiq mengatakan, "Pada dasarnya, sikap tersebut merupakan hakikat dalam perjanjian jual beli diantara dua pihak"¹⁴.

Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam Al-Quran. Salah satunya terdapat dalam surat An Nisa ayat 29¹⁵:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An Nisa : 29)¹⁶

¹³ Sayyid Sabiq. *Fikih Sunnah 12*. (Bandung: PT. Al Ma'rif 1987) h. 47

¹⁴ Moh. Fauzan Januri. *Pengantar Hukum Islam dan Pranata Sosial*. (Bandung: Pustaka Setia 2013) h. 301

¹⁵ Moh. Fauzan Januri... h. 302

¹⁶ Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an*, h. 159.

Syariat Islam menggariskan beberapa prinsip dasar yang bertujuan mengarahkan hubungan mereka tersebut, agar berlangsung selaras dengan prinsip-prinsip yang luhur dan suci. Sebagaimana agar tidak terjadi ketimpangan serta tidak hanyut oleh hawa nafsu, sifat tamak, ambisi untuk menguasai dan bisikan setan. Dengan demikian, setiap orang mendapatkan haknya secara utuh, tanpa dikurangi sedikitpun, sebagaimana dinyatakan dalam hadits Rasulullah SAW¹⁷

فَأَعْطِ كُلَّ ذِي حَقٍّ حَقَّهُ

*“Maka berikanlah setiap orang hak-haknya”*¹⁸

Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut.

Penetapan harga adalah menetapkan harga suatu barang. Apabila nilai harga barang itu terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh penjual. Penentuan harga juga memiliki beberapa tujuan dan pendekatan dalam penentuan harga, pendekatan tersebut ada 3 macam. Yaitu: pendekatan supply dan demand, pendekatan yang berorientasi ke biaya, dan

¹⁷ Muhammad Arifin bin Badri, *Panduan Praktis Fikih Perniagaan Islam* (Jakarta: Darul Haq 2015) h. 51

¹⁸ Abdul Rahman Ghazaly dkk, *Fiqh Muamalat*. (Jakarta: Kencana, 2012) h. 69

pendekatan pasar. Selain itu penentuan harga juga memiliki strategi-strategi tertentu.¹⁹

Penetapan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsentrasi dari deregulasi, persaingan global yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan posisinya di pasar. Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Harga menjadi suatu ukuran tentang mutu produk pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk – produk yang kompleks²⁰.

Strategi yang dapat diterapkan, antara lain :

1. Menerapkan strategi penetapan harga yang sederhana yang dapat dilaksanakan dengan biaya murah.
2. Menggunakan kebijakan – kebijakan penetapan harga yang diberlakukan menurut biaya jasa yang diberikan kepada konsumen
3. Mengurangi biaya operasi
4. Meyakinkan pemerintah untuk lebih mengutamakan usaha – usaha dalam negeri²¹

¹⁹ Pengertian Penetapan Harga, <http://alvinjunizar.blogspot.co.id/2011/04/definisi-penetapan-harga-penawaran-dan.html> diakses pada 07 November 2016

²⁰ Definisi Harga Khusus, <http://majanajemen.blogspot.co.id/2015/04/strategi-penetapan-harga.html> diakses pada 04 November 2016

²¹ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfabeta 2014) h. 299

Member Card atau - dalam bahasa Arabnya – *Bithaqatu at Takhfidh* adalah kartu yang mana pemiliknya akan mendapatkan discount dari harga barang-barang atau beberapa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan tertentu. Member Card mempunyai banyak macam, diantaranya:

1. *Free Member Card* yaitu kartu keanggotaan yang didapatkan dengan cara gratis, atau sekedar membayar uang biaya pembuatan kartu.
2. *Special Member Card*, yang mana transaksi terjadi dari dua pihak saja : penyelenggara yang mengeluarkan kartu, dan anggota atau peserta yang membeli kartu.
3. *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 membayar²².

Signifikasi pengaturan hak-hak konsumen melalui Undang-undang merupakan bagian dari implementasi sebagai suatu negara kesejahteraan, karena Undang-undang Dasar 1945 di samping sebagai konstitusi politik juga dapat disebut sebagai konstitusi ekonomi, yaitu konstitusi yang menandung ide negara kesejahteraan yang tumbuh berkembang karena pengaruh

²²<http://www.ahmadzain.com/read/karya-tulis/262/hukum-menggunakan-member-card/>
Kartu Member Dalam Islam. diakses pada 04 November 2016

sosialisme sejak abad Sembilan belas. Melalui Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan 9 hak konsumen:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.²³

²³ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-hak Konsumen* (Bandung: Nusa Media 2010) h. 33

Masyarakat sebagai para pihak yang terlibat langsung dalam transaksi jual beli hendaknya menganut prinsip-prinsip muamalah sebagai berikut:

1. Pada dasarnya, segala bentuk muamalah adalah *mubah*, kecuali yang ditentukan oleh Al-Quran dan Sunnah Rasul. Prinsip ini mengandung arti bahwa hukum islam memberikan kesempatan yang luas atas perkembangan bentuk dan macam-macam kegiatan muamalah sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat.
2. Muamalah dilakukan atas dasar suka rela tanpa adanya unsur paksaan.
3. Muamalah dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghilangkan madharat dalam hidup masyarakat. Hal ini memberikan akibat bagi semua bentuk muamalah yang merusak kehidupan masyarakat tidak dibenarkan.
4. Muamalah dilaksanakan dengan memelihara nilai-nilai keadilan, menghindarkan unsur-unsur pengambilan kesempatan dalam kesempatan.²⁴

Menurut ajaran islam jual beli tersebut ada aturan aturannya, diantaranya adalah ada rukun dan juga syarat yang harus di patuhi dalam kegiatan jual beli agar kegiatan jual beli tersebut dapat sah menurut islam. Syarat jual beli dalam islam yang pertama adalah ada penjual dan juga pembeli. Antara penjual dan pembeli tersebut ada syarat-syarat tertentu. Syarat dari penjual dan pembeli itu menurut islam adalah:

²⁴ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalah (Hukum Perdata Islam)* (Yogyakarta: UII Press, 2000) h. 16

1. Berakal, yang dimaksud berakal keduanya dapat membedakan mana yang terbaik bagi dirinya. Apabila salah satu pihak tidak berakal maka jual beli tidak sah.
2. Transaksi terjadi atas kemauan sendiri tanpa adanya paksaan
3. Keduanya tidak mubadzir
4. Baligh²⁵

Syarat jual beli yang kedua setelah adanya penjual dan juga pembeli adalah adanya barang dagangan yang diperjual belikan. Adapun syarat barang dagangan yang diperjual belikan adalah sebagai berikut :

1. Barangnya bersih atau suci. Adapun yang dimaksudkan bersih barangnya yaitu, barang yang diperjualbelikan bukan barang haram.
2. Milik penuh si penjual atau dikuasakan kepadanya. Maksudnya disini adalah orang yang melakukan perjanjian jual beli adalah pemilik barang tersebut atau orang yang telah mendapatkan ijin dari pemilik sah barang yang dijual tersebut.
3. Mengetahui barangnya dan harganya dengan jelas. Apabila dalam suatu jual beli keadaan barang dan jumlah harganya tidak diketahui, maka perjanjian jual beli itu tidak sah. Sebab bisa jadi perjanjian tersebut mengandung unsur penipuan.
4. Barang yang diakadkan ditangan.²⁶

²⁵ <http://www.areabaca.com/2015/07/rukun-dan-syarat-jual-beli-menurut-islam.html>
diakses pada Rabu, 03 Mei 2017

²⁶ <http://www.areabaca.com/2015/07/rukun-dan-syarat-jual-beli-menurut-islam.html>
diakses pada Rabu, 03 Mei 2017

H. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Adapun hal-hal yang ada pada metode penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh penulis yaitu jenis penelitian studi lapangan (field research). Yaitu desain penelitian yang mengkombinasikan antara pencarian literature (literature study), survei berdasarkan pengalaman dan/atau studi kasus dimana peneliti berusaha mengidentifikasi variable-variable penting dan hubungan antar variable tersebut dalam suatu situasi permasalahan tertentu.²⁷

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Kegiatan observasi meliputi melakukan pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian. Perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. pada tahap awal observasi dilakukan secara umum, peneliti mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin. tahap selanjutnya peneliti harus melakukan observasi yang terfokus, yaitu mulai menyempitkan data atau informasi yang diperlukan sehingga peneliti dapat menemukan pola-pola perilaku dan hubungan yang terus

²⁷ Jonathan Sarwono. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. (Yogyakarta: Graha Ilmu 2006) h. 82

menerus terjadi. Jika hal itu sudah ditemukan, maka peneliti akan dapat menemukan tema-tema yang diteliti.²⁸

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab.²⁹ Peneliti melakukan wawancara dengan karyawan toko di bagian SDM, pusat informasi dan konsumen di Ramayana Department Store Serang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.³⁰ Dokumen yang diambil berupa foto-foto pada saat wawancara dengan bagian SDM, pusat informasi dan konsumen. Dan juga mengambil dokumen dari website resmi yang berkaitan dengan Ramayana Department Store Serang.

3. Analisis data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan sifat deskriptif, dimana penulis hanya menggambarkan dan menjelaskan masalah atau objek yang diteliti dengan didukung dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada informan saat melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Dan juga melakukan komparatif antara Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam

²⁸ Jonathan Sarwono. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif...* ... h. 224

²⁹ Moh. Nasir PhD. *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia 2014) h. 170

³⁰ Andi Prastowo. *menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: DIVA Press 2010) h. 191

I. Sistematika Pembahasan

Bab pertama pendahuluan. Yang berisi: Latar Belakang Permasalahan, Focus Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Studi Review, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab kedua Kondisi Objektif PT. Ramayana Lestari Sentosa, yang menjelaskan tentang Sejarah Berdirinya PT. Ramayana Lestari Sentosa, Kondisi Geografis dan Demografis, Struktur Organisasi PT. Ramayana Lestari Sentosa Serang, dan Produk-Produk PT. Ramayana Lestari Sentosa.

Bab ketiga tinjauan teoritis tentang transaksi jual beli, yang menjelaskan tentang Prosedur Kepemilikan Kartu Member di PT. Ramayana Lestari Sentosa, Pengertian Transaksi Jual Beli, Dasar Hukum Jual Beli, Macam-Macam Jual Beli, Tujuan Transaksi Jual Beli, dan Transaksi di PT. Ramayana Lestari Sentosa Serang.

Bab keempat Analisis Penerapan Harga Khusus Bagi Pemegang Kartu Member dalam Transaksi Jual Beli Menurut UU. No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Analisis Penerapan Harga Khusus Bagi Pemegang Kartu Member dalam Transaksi Jual Beli Menurut Hukum Islam, dan Analisis Penerapan Harga Khusus Bagi Pemilik Kartu Member dalam Transaksi Jual Beli Antara UU. No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam.

Bab kelima Penutup, yang berisi Kesimpulan dan Saran.