

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi khususnya di bidang perdagangan, telah membawa manfaat bagi para konsumen, yaitu semakin banyaknya pilihan barang dan jasa yang ditawarkan, dengan aneka jenis dan kualitas. Dan seiring dengan kemajuan teknik dan informasi yang semakin canggih serta pola distribusi yang modern dan meluas, konsumen dapat bertransaksi sampai ke pelosok tanah air.

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.¹

¹ Sri Neni Imaniati, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam*, Bandung: Mandarmaju, 2002.h. 161

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. Hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa kedudukan konsumen sangat lemah karena tingkat kesadaran dan tingkat pendidikan konsumen masih relatif rendah, hal ini diperburuk dengan anggapan sebagian pengusaha yang rela melakukan apapun demi produk mereka, tanpa memperhitungkan kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen, juga pemahaman mereka tentang asas-asas bisnis yang tidak benar, mereka beranggapan dalam berbisnis harus memperoleh keuntungan yang sebesar besarnya ada juga yang beranggapan bahwa bisnis itu tidak mempunyai nurani dan memerlukan banyak biaya maka akan merugikan apabila dibebani oleh biaya-biaya sosial, dan sebagainya. Perhatian terhadap perlindungan konsumen sangat diperlukan mengingat setiap orang memiliki hak-hak sendiri, maka dalam keadaan apapun konsumen tidak boleh dirugikan harus ada rasa

kepercayaan, kenyamanan dan keadilan terhadap masing-masing pihak oleh karena itu diadakan pemberdayaan konsumen.²

Dalam usaha mempertahankan dan meningkatkan kesetiaan serta menarik minat pelanggan, maka banyak perusahaan dan atau badan usaha yang dalam transaksinya menawarkan *Member Card* atau dalam bahasa Arab dikenal dengan sebutan *Bithaqatu Al Takhfizh* merupakan kartu keanggotaan yang mana pemiliknya mendapatkan *discount* dari harga-harga barang belanjaan dalam setiap transaksinya.

Seiring perkembangan zaman banyak badan usaha dalam berbagai bidang mulai menggunakan *member card* dalam setiap transaksinya seperti yang kita ketahui zaman era globalisasi ini di semua kota hampir semua menggunakan member card untuk menarik minat para konsumen dan itu bagian dari berkembang macam macam jenis bisnis yang sedang berkembang pada saat ini.

Bisnis merupakan aktivitas manusia secara keseluruhan dalam upaya mempertahankan hidup, mencarai rasa aman,

²Sri Neni Imaniati, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam*, h.162

memenuhi kebutuhan, sosial dan harga diri serta mengupayakan pemenuhan aktualisasi diri, yang pada kesemuanya secara intern terhadap nilai-nilai etika. Etika dibutuhkan dalam bisnis ketika manusia mulai menyadari bahwa dibidang bisnis justru telah menyebabkan manusia semakin tersisih dari nilai-nilai kemanusiaan dan mendorong munculnya egoisme dan praktek monopoli, sifat ingin menguasai apa saja tanpa pernah merasa puas. Manusia takut persaingan bisnis menjadi tidak sehat dan tidak lagi memperhatikan norma dan etika.³ Dalam dunia perdagangan, Islam menganjurkan agar nilai etika dijunjung tinggi dalam kehidupan.⁴ Dalam pandangan Islam seluruh segi manusia di dasarkan atas motif moral, seluruh segi hidup harus dikembalikan kepada fitrah penciptaan manusia yakni pengabdian kepada tuhan. Pemasaran dapat disebut sebagai sebuah upaya marketer (pemasar) menata-mengelola pasar untuk memenuhi permintaan konsumen dalam memuaskan kebutuhan atau keinginannya terhadap produk melalui pertukaran dan transaksi

³Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam* (Jakarta: Robbbani Press, 2001), h. 321

⁴Muslich, *Etika Bisnis Islam (Yogyakarta: Ekonisia, 2004)*, h. 47

nilai dengan biaya antara pembeli dengan marketer. Proses pertukaran itu bukan yang gampang, marketer harus mencari pembeli, mengenali kebutuhan mereka, merancang produk dengan baik, menetapkan harga, mempromosikan dan menyimpan serta mengirimkannya kepada konsumen, ini memerlukan perencanaan dan evaluasi yang terus-menerus.

Pemasaran sering diartikan dengan penjualan. Pengertian pemasaran sebenarnya lebih luas dan kegiatan penjualan bahkan sebaliknya, penjualan adalah sebagian dari kegiatan pemasaran. Pemasaran tidak hanya meliputi kegiatan menjual barang dan jasa saja, tetapi mencakup beberapa kegiatan lain yang cukup kompleks seperti riset mengenai perilaku konsumen, riset mengenai potensi pasar, kegiatan untuk mengembangkan produk baru, dan kegiatan mendistribusikan dan mempromosikan barang yang dijual.⁵

Banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada

⁵ Idri, *Hadis Ekonomi Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: PrenadamediaGroup, 2015), h. 263

dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar.⁶

Islam memberikan ruang gerak yang luas bagi umat Islam untuk melakukan aktifitas ekonominya sehingga dapat meningkatkan kesejahteraannya asalkan tidak melanggar hukum. Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Sebagaimana firman Allah QS. An-Nisa. 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ
اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu.”⁷

Jual beli menurut etimologi atau bahasa diartikan sebagai pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain). Sedangkan

⁶ Sutisna, *Pelaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), h. 15

⁷ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, (Bandung: Diponegoro, 2008), h. 83

menurut terminologi atau istilah yang dimaksud dengan jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.⁸ Dengan demikian secara umum jual beli itu memang dihalalkan oleh Allah SWT dengan ketentuan apabila jual beli itu telah memenuhi syarat dan rukunnya.

Sophie Paris merupakan sebuah perusahaan yang didirikan oleh Bruno Hasson pada tahun 1995 dengan kantor pusatnya terletak di Jakarta. Perusahaan tersebut menyediakan berbagai produk fashion seperti tas, baju, aksesoris dan juga berbagai produk kosmetik. Produk-produk yang ditawarkan tersebut dikenal dengan merek sophie Martin.⁹

Brand “sophie Martin” diambil dari nama seorang *designer* wanita berkebangsaan Prancis yang telah merancang berbagai bentuk tas wanita yang trendy. Hingga kini produk-

⁸ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2008).
h. 5

⁹ Sophie Paris. www.sophieparis.com/id/index.php/m-about-us.
Diakses Pada Tanggal 14 April 2016

produk Sophie Paris telah merambah keluar negeri, antara lain: philipina, maroko, dan Vietnam. Dengan mengandalkan strategi pemasaran berbasis Multi level Marketing (MLM), perusahaan berbasis Martin sukses membangun jaringan bisnis penjualan produk-produk fashionnya di Indonesia dan beberapa Negara di dunia.¹⁰ Kartu anggota (*member card*) dalam transaksi jual beli merupakan salah satu yang memiliki banyak problematika jika dikaitkan dengan ekonomi Islam. Para ulama kontemporer sepakat bahwa boleh hukumnya menerbitkan serta menggunakan *member card* yang diberikan secara cuma-cuma kepada para pelanggan.

Problematika mengenai hukum *member card* yang sebenarnya karena banyak perbedaan pendapat dari tokoh-tokoh agama mengenai hukum menggunakan *member card* dan dikaitkan dengan perspektif Hukum Islam yang menjadikan tolak ukur problematika kontemporer tersebut.

Dalam hal ini penulis memilih Sophie Paris sebagai obyek penelitian, dengan alasan bahwa ditinjau dari ekonomi Islam ada

¹⁰Sophie Paris.....

kalangan ulama kontemporer yang membolehkan dan ada kalangan yang melarang menggunakan *member card*, Sophie Martin adalah salah satu dari sekian banyak bisnis retail di kota Serang, yang dalam praktek bisnisnya menggunakan sistem *member card* atau keanggotaan bagi siapa saja yang menghendaki harga lebih murah dari harga eceran dengan syarat yang harus di penuhi oleh calon anggota.

Syarat Untuk menjadi anggota dari Sophie Martin atau yang kini berubah nama menjadi sophie paris, seseorang harus berusia 17 tahun. Melengkapi formulir serta membayar uang pendaftaran sebesar Rp. 70.000. Anggota yang hendak mendaftar tersebut harus melampirkan foto copy KTP, buku tabungan halaman depan serta NPWP (nomor induk wajib pajak) jika ada. Kemudian formulir yang telah diisi dengan lengkap tersebut diberikan kepada *Business Centre* terdekat. *Bienvebue sophie kit* adalah kita yang diberikan kepada member baru Sophie Paris sebagai modal awal petunjuk untuk menjalankan bisnis Sophie Paris. *Bienvebue Sophie Kit* (BSK) terdiri dari katalog, formulir pendaftaran member, surat "*Bienvenue Sophe Kit* terdiri dari

katalog, formulir pendaftaran member, surat “*Bienvebue Sophie*”, kartu member sophie, 3 buku panduan, hadiah special member baru (tidak selalu ada tiap bulan), success kit, buku daftar member, kartu presentasi *rendez-vous*, daftar alamat *Business Centre*. Keanggotaan dalam bisnis MLM sophie paris ini berlaku untuk seumur hidup tanpa biaya tahunan dan peringkat kita tidak pernah turun, walaupun kita aktif transaksi selama 10 tahun, kita sebagai anggota bisa setiap saat mengambil barang sophie dengan diskon 30%, katalog Sunday 20% dan bonus tetap diperhitungkan. Di Sophie Paris juga kita tidak hanya terpaku pada satu cabang *Business Centre* tetapi bisa mengambil barang di *Business Centre* mana saja diseluruh Indonesia. Ketentuan bonus dan lainnya berlaku sama. Apabila posisi kita masih *downline*, tidak terjadi kemungkinan posisi kita bisa lebih dari upline kita, karena Sophie semua prestasi individu sangat dihargai. Selain itu pemegang kartu member Sophie Paris juga mendapat undian berhadiah, dengan sistem semakin banyak anggota member belanja atau semakin banyak poin yang terkumpul dalam pembelian produk Sophie maka akan mendapatkan tambahan

bonus dan reward setiap naik peringkat. Jika anggota member belanja pada bulan pertama senilai 1 juta dalam pembelian produk maka akan mendapatkan hadiah tas. Jika setiap bulan meningkat dalam pembelian produk maka akan mendapatkan bonus yang sesuai dengan peringkatnya. Dapat mengikuti training dan pelatihan pengembangan diri dengan berbagai tema yang diselenggarakan oleh Sophie Paris.

Melihat fenomena itulah penulis memandang apakah program-program dan undian yang diberlakukan dengan menggunakan *member card* sudah sesuai dengan hukum Islam. Pentingnya ekonomi Islam diterapkan dalam memecahkan masalah ini, dan itu membutuhkan penggalan dan pencarian dari hukum Islam yang berkenaan dengan ekonomi Islam ini, dan penulis yakin dalam hukum Islam masih banyak etika bisnis yang bisa diambil dan diterapkan dalam peraturan bisnis modern, sehingga tidak ada lagi keraguan bagi umat Islam dalam menjalankan usaha bisnis. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji masalah penelitian tentang “*Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktek Penggunaan*

Member Card Dalam Transaksi Jual Beli”(Studi Kasus Di Shopie Paris Kota Serang)

B. Fokus Penelitian

Untuk memberikan kejelasan mengenai objek yang akan menjadi fokus penelitian dalam penulisan ini adalah dengan membahas bagaimana proses serta hukum *member card* dalam pandangan Islam.

C. Rumusan Masalah

Untuk menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu luas maka penulis membatasi pembahasan ini pada :

1. Bagaimana praktek penggunaan *Member Card* di Shopie Paris?
2. Bagaimana pandangan hukum Islam tentang praktek penggunaan *Member Card* dalam transaksi jual beli di Shopie Paris?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui

1. Bagaimana praktek penggunaan *Member Card* di Shopie Paris
2. Bagaimana pandangan hukum Islam tentang praktek penggunaan *Member Card* dalam transaksi jual beli di Shopie Paris

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoris

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan dan bahan pemikiran tentang bagaimana proses jual beli menggunakan member card di shopie Paris dan bagaimana pandangan hukum Islam terkait member card di Shopie Paris.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pembaca untuk mengetahui hukum member card dalam hukum Islam

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Teori Teori Pendukung
1	Hesti Permata Sari ¹¹ Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	<i>Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pemberian Potongan Harga dengan Menggunakan Kartu Member dalam Transaksi Jual Beli (Studi Kasus Rabbani Palembang)</i>	Bahwa Transaksi Jual Beli Menggunakan kartu <i>Member</i> di Rabbani Plaju Palembang adalah boleh atau sah karena transaksi yang berlaku tidak bertentangan dengan Ekonomi Islam.	Teori Member Card
2	Dwi Oktaviani ¹² (11380004) Fakultas Ilmu Syariah dan Hukum, Jurusan Muamalah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015	<i>Pemberian Potongan Harga Kartu Member Dalam Transaksi Jual Beli Di Grosir Batik Yudhistira Yogyakarta Ditinjau Dari Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen</i>	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik pemberian potongan harga dengan kartu anggota di Pusat Grosir Batik Yudhistira Yogyakarta diperbolehkan sesuai dengan prinsip <i>antaraddin</i> dalam hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dimana praktik tersebut diselenggarakan bukan hanya semata-mata mencari keuntungan saja,	Member Card, Jual Beli

¹¹ Hesti Permata Sari. “*Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pemberian Potongan Harga dengan Menggunakan Kartu Member dalam Transaksi Jual Beli (Studi Kasus Rabbani Palembang)*” (UIN Raden Fatah Palembang Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam . 2013) h.3

¹² Dwi Oktaviani, *Pemberian Potongan Harga Kartu Member Dalam Transaksi Jual Beli Di Grosir Batik Yudhistira Yogyakarta Ditinjau Dari Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen* (Fakultas Ilmu Syariah dan Hukum, Jurusan Muamalah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015) h. 75

			namun juga demi kemaslahatan bersama antara penjual dan pembeli agar transaksi yang dilakukan sah, baik secara hukum Islam maupun peraturan perundang-undangan yang mengatur.	
3	Yenisa Destirhani ¹³ Mahasiswa UIN Sunan Kali Jaga Yogyakarta Jurusan Mu'amalat Fakultas Ilmu Syari'ah dan Hukum	<i>Pemberlakuan Member Card dalam Transaksi Jual Beli ditinjau dari sudut Etika Bisnis Islam (studi kasus di Mirota Kampus C Simanjuntak Yogyakarta)</i>	Bahwa pemberlakuan <i>Member Card</i> di Mirota kampus C Simanjuntak sudah relevan dengan etika bisnis Islam karena sudah menerapkan budaya kode etik perusahaan kepada seluruh karyawan dan sangat memperhatikan implementasi terhadap <i>Good corporate governance</i> dan <i>Corporate social responsibility</i> yang sudah diterapkan dalam transaksi jual beli di Mirota kampus C tersebut .	Member Card, Jual Beli

Perbedaan pada penelitian ini pada objeknya pada penelitian terdahulu tersebut dilakukan di Rabbani Kota Palembang. Sedangkan pada penelitian saya di Sophie Paris Kota Serang. Penelitian ini sama-sama men untuk mengetahui tinjauan hukum Islam pada praktek jual beli menggunakan member card.

¹³ Yenisa Destirhani, *Skripsi Praktek Pemberlakuan Member Card dalam Transaksi Jual Beli ditinjau dari sudut Etika Bisnis Islam*, (Skripsi UIN Sunan Kali Jaga Yogyakarta: 2013), h. 87

Perbedaan pada penelitian ini pada objeknya pada penelitian tersebut di batik, sedangkan pada penelitian penulis di Sophie Paris. Masalah yang dibahas pada penelitian tersebut *Member Card* di grosir batik menurut tinjauan hukum Islam serta UU perlindungan konsumen . Penelitian ini menggunakan *member card* untuk mengetahui tinjauan hukum Islam pada praktek jual beli menggunakan member card.

Perbedaan pada penelitian ini pada objeknya pada penelitian tersebut di Mirota Kampus C Simanjuntak Yogyakarta, sedangkan pada penelitian penulis di Sophie Paris, Masalah yang dibahas pada penelitian tersebut *Member Card* pandangan etika bisnis. Penelitian ini menggunakan *member card* untuk mengetahui tinjauan hukum Islam pada praktek jual beli menggunakan member card.

G. Kerangka Pemikiran

Dalam Islam persaingan usaha tidaklah dilarang, Allah SWT memerintahkan kepada segenap hambanya untuk senantiasa berusaha dengan adil dan ikhlas (baik). Adil merupakan kunci kesuksesan yang diibaratkan sebagai modal. Sedangkan sikap

ikhlas akan mendatangkan kesuksesan dan kebahagiaan sebagai labanya.¹⁴

Islam memberikan tuntunan dalam melaksanakan jual-beli, agar tidak ada yang merasa dirugikan antara penjual dan pembeli. Tuntunan yang diberikan oleh Islam antara lain adanya kerelaan dua pihak yang berakad, dan barang yang dijadikan objek dalam jual beli dapat dimanfaatkan menurut kriteria dan realitanya. Jual beli yang mendapatkan berkah dari Allah adalah jual beli jujur, yang tidak curang, tidak mengandung unsur penipuan dan penghianatan.

Jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan *syara*” dan disepakati.¹⁵

¹⁴ Dakhil bin Ghunaim al-Awwad, *Kepada Para Pedagang* (Solo: PT. Akwam Media Profetika, 2005), h, 40

¹⁵ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2002), h. 68-69.

Jual beli “*al-ba’i*” merupakan akad yang diperbolehkan. hal ini berdasarkan atas dalil-dalil yang terdapat dalam *Al-Qur’an*, *Al-Hadits* ataupun *Ijma’* ulama.

Rachmat Syafei dalam bukunya *Fiqh Muamalah* menjelaskan mengenai pengertian jual beli yakni suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara“ dan disepakati.¹⁶

Transaksi jual beli merupakan aktifitas yang dibolehkan dalam Islam, baik disebutkan dalam *Al-Qur’an*, hadis maupun *ijma’* ulama. Islam mempertegas legalitas dan keabsahan jual-beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep riba. Allah adalah dzat yang maha mengetahui atas hakikat persoalan kehidupan, bahwa dalam suatu perkara terdapat kemaslahatan dan manfaat maka diperbolehkan. Sebaliknya, jika didalam terdapat kerusakan dan *madarat*, maka Allah mencegah dan melarang untuk melakukannya. Adapun dasar hukum jual-beli adalah :

¹⁶ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pusaka Setia, 2001), h. 68-69

Sesuai dengan Firman Allah SWT dalam Al Quran : Q.S

Al Baqarah : 29

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَىٰ

السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

“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”.¹⁷

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh *syara'*.

سئل النبي ص . م : اي الكاسب اصليب فقال : عمل الرجل بيده و كال بيع ميرور .

Nabi SAW ditanya tentang mata pencarian yang paling baik beliau menjawab, ‘seorang bekerja dengan tangannya dan setiap jual- beli yang *mabrur*.’ (HR. Bajjar, Hakim menyahihkannya dari Rifa’ah ibu Rafi)¹⁸

Maksud *mabrur* dalam hadist diatas adalah jual-beli yang terhindar dari usaha tipu-menipu dan merugikan orang lain.

¹⁷ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* h.83

¹⁸ Ibnu Hajar Al-‘Asqolani, *Bulughul Maram Min Adillati Ahkaam*, (Jokjakarta: Hikampustaka, 2013) h. 96

Ulama telah sepakat bahwa jual beli diperolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.¹⁹

Seiring perkembangan zaman dan dunia modern ini banyak jenis jenis usaha yang bermunculan dengan adanya dukungan teknologi dan sumber daya manusia yang kreatif. Oleh karena itu kita tidak bisa mengindarinya, hanya saja kita harus menjalankannya sesuai dengan kaidah kaidah muamalah dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Dalam usaha mempertahankan dan meningkatkan kesetiaan serta menarik minat pelanggan, maka banyak perusahaan dan atau badan usaha yang dalam transaksinya menawarkan *Member Card* atau dalam bahasa Arab dikenal dengan sebutan *Bithaqatu Al Takhfizh* merupakan kartu keanggotaan yang mana pemiliknya mendapatkan *discount* dari harga-harga barang belanjaan dalam setiap transaksinya.

¹⁹ Rachmat Syafe'i, *.Fiqih Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 74-75

Member Card adalah kartu yang mana pemiliknya akan mendapatkan diskon dari harga barang-barang atau beberapa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan tertentu.²⁰

Member card yang bisa disebut juga dengan kartu diskon yaitu; kartu yang pemegangnya mendapat potongan harga khusus pada saat berbelanja di beberapa toko yang telah menyepakati sebelumnya untuk memberikan potongan harga.²¹

Member Card atau dalam bahasa Arabnya *Bithaqatu at Takhfidh* adalah kartu yang mana pemiliknya akan mendapat *discount* dari harga barang-barang atau beberapa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan tertentu.

H. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif karena bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang ada dan menganalisis dalam perspektif Hukum Islam. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, yang dimaksud kualitatif dalam

²⁰ Anonim, <http://fiqhkontemporer99.blogspot.com/2012/07/hukum-member-card.html>, diakses pd tgl 15 Januari 2016, pkl. 20.15

²¹ Erwadi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer* (Bogor: P.T. Berkah Mulia Insani, 2013), h. 308

penelitian ini adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara apa adanya, sistematis faktual, sesuai dengan apa adanya, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail.

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang datanya digali melalui pengamatan-pengamatan dan sumber data di lapangan dan bukan berasal dari sumber-sumber kepustakaan.²² Sehingga dalam melakukan proses penelitian penulis menggunakan tehnik dan ketentuan penelitian lapangan.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Sophie Paris di Kota Serang. Pemilihan lokasi ini sebagai tempat yang relevan terhadap permasalahan dalam penelitian. Sophie Paris ini termasuk toko yang menggunakan sistem *member card* dalam transaksi jual beli.

²² Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998. h. 19

3. Metode pengumpulan data

a. *Observasi*

Observasi data dilakukan dengan cara melakukan pengamatan pada subyek penelitian atau fenomena-fenomena yang terjadi.²³ Dalam hal ini penulis akan mengadakan pengamatan secara langsung yang bertujuan untuk memperoleh data mengenai praktek jual beli menggunakan kartu *member (promo discount)* di Shopie Paris.

b. *Wawancara*

Wawancara (*interview*) adalah usaha untuk mengumpulkan informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan. Ciri utama *Interview* adalah terjadinya kontak langsung dan bertatap muka antara pencari informasi dengan sumber informasi. Sedangkan jenis pedoman *interview* yang akan digunakan oleh penulis adalah jenis pedoman *interview* tidak terstruktur, yakni pedoman wawancara yang hanya memuat garis-garis besar pertanyaan

²³Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, h. 19

yang akan diajukan.²⁴ Wawancara ini akan penulis lakukan terhadap pengelola, pegawai dan konsumen yang menggunakan kartu *member* di Sopia Paris.

c. *Dokumentasi*

Untuk metode ini sumber datanya berupa catatan media massa, atau dokumen-dokumen yang tersedia dan berkaitan dengan objek penelitian.²⁵ Seperti gambaran tentang letak geografis Sopia Paris, monografis, brosur, arsip-arsip, lembaran promo dan data-data lain yang mendukung dalam penelitian ini.

4. Sumber Data

Penelitian ini dititik beratkan pada studi kepustakaan untuk menganalisis dan mensintesa bahan-bahan hukum yang meliputi:

- a. Bahan Hukum Primer yang meliputi Ayat Ayat Alquran mengenai Jual beli serta, Buku tentang member card serta
Jual beli

²⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Penelitian Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1992. h. 231

²⁵ Snapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005. h. 53

- b. Bahan hukum sekunder meliputi yaitu bahan yang memberikan penjelasan tentang bahan hukum primer, antara lain berupa tulisan atau pendapat para ahli tentang member card serta jual beli.
- c. Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan informasi lebih lanjut mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder antara lain berupa : Kamus hukum, dan penunjang lainnya.

5. Teknik Pengolahan dan Analisis data

Pengolahan Data Pengolahan data dapat diartikan sebagai rangkaian proses mengelola data yang diperoleh kemudian diartikan dan diinterpretasikan sesuai dengan tujuan, rancangan, dan sifat penelitian. Metode pengolahan data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

- a. *Identifikasi* data adalah pengenalan dan pengelompokan data sesuai dengan judul skripsi yang memiliki hubungan yang relevan. Data yang diambil adalah data yang berhubungan dengan materi

- b. *Reduksi* data adalah kegiatan memilih dan memilah data yang relevan dengan pembahasan agar pembuatan dan penulisan skripsi menjadi efektif dan mudah untuk dipahami oleh para pembaca serta tidak berputar-putar dalam membahas suatu masalah.
- c. *Editing* data yaitu proses pemeriksaan data hasil penelitian yang bertujuan untuk mengetahui *relevansi* (hubungan) dan keabsahan data yang akan dideskripsikan dalam menemukan jawaban pokok permasalahan. Hal ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan data yang berkualitas dan faktual sesuai dengan literatur yang didapatkan dari sumber bacaan.

I. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis mengambil sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, yang berisi tentang: Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, manfaat penelitian, Penelitian, Terdahulu yang

Relevan, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN, yang berisi tentang, sejarah berdirinya Sopia Paris, Visi Misi sopia Paris, Struktur Sopia Paris.

BAB III KERANGKA TEORI berisi tentang, Pengertian Jual beli, Macam Jual beli, hukum jual beli, dan pengertian Member card, macam member card serta hukum member card

BAB IV HASIL PENELITIAN , berisi tentang praktek penggunaan *Member Card* di Shopie Paris dan pandangan hukum Islam tentang praktek penggunaan *Member Card* dalam transaksi jual beli di Shopie Paris

BAB V kesimpulan dan Saran