

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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 perdaangan 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 memper mudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan produk barang dan jasa.¹

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, pematongan 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

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

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

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.³

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

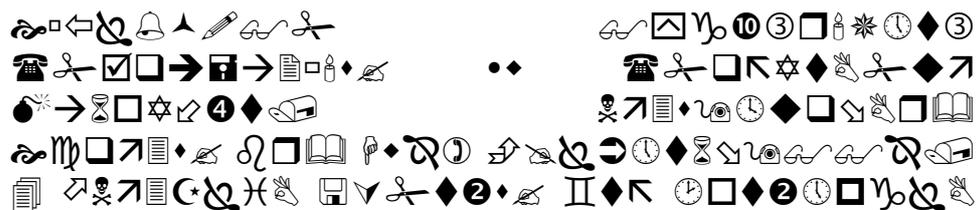
² *Ibid.*, hlm. 162

³ Yusuf Sofi, *Pelaku Usaha, Konsumen Dan Tindak Pidana Korporasi*, Jakarta: Galia Indonesia, 2002. hlm. 13

konsumen di 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.⁴

Dengan adanya Undang-Undang tersebut diharapkan akan terwujud suatu tantangan masyarakat dan hukum yang baik dan menjadikan keseimbangan antara produsen dan konsumen yang baik agar terwujud suatu perekonomian yang sehat dan dinamis sehingga tercapai kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

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 29:⁵



⁴ Undang-Undang RI No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁵ Al-Qur'an dan Terjemahnya, Semarang: Toha Putra, 1989. Hlm.

Dimana *member* akan mendapatkan potongan harga khusus *member* untuk produk-produk tertentu sesuai dengan periode promosi.

2. *SpesialKU dan hadiahku*

Spesialku merupakan produk-produk special yang dihadirkan hanya untuk *member* Alfamart. Produk-produk hanya bisa dibeli oleh *member* Alfamart. Sedangkan *hadiahku* adalah program hadiah langsung atau undian yang hanya dapat diikuti oleh *member* Alfamart.

3. *Special big program for “member Alfamart”*

Program ini adalah program promo khusus *member* dengan periode yang *relative* lebih panjang, minimal satu bulan, program ini khusus kartu *member*.

4. *Redemption for “member Alfamart”.*

Merupakan program tahunan dimana *member* akan mendapatkan poin setiap belanja minimal Rp. 50.000,00 pada periode yang sedang berlangsung dengan cara menukarkan poin-poin tersebut dengan hadiah eksklusif dan menarik pada periode yang telah ditentukan.

5. *“Member Alfamart” thematic promo*

Promo ini adalah kejutan untuk memperingati hari-hari tertentu (misalnya: hari valentine, hari pelanggan nasional, hari batik nasional, dll) promo ini hanya boleh diikuti oleh *member* Alfamart dengan menunjukkan kartu *member*.

6. *Special treatment for “member Alfamart birt day”*

Program ini hanya khusus *member* Alfamart yang berulang tahun dengan cara diacak.

7. *Special event / activities for “member almart”*

Beauty class, arisan gratis, cooking class, buka puasa bersama, merupakan beberapa event yang hanya bias diikuti oleh *member* Alfamart.

8. *Merchant for “member Alfamart”*

Member Alfamart akan mendapatkan potongan harga, penawaran dan promo menarik di *mechant-merchant* yang bekerja sama dengan kartu *member* Alfamart Indonesia.

Dari beberapa promo di atas, salah satunya adalah promo mengenai potongan harga atau diskon yang akan diteliti secara spesifik.

Berbicara tentang perlindungan konsumen sama halnya dengan membicarakan dengan tanggung jawab produsen atau tanggung jawab produk, karena pada dasarnya tanggung jawab produsen dimaksudkan untuk *memberikan* perlindungan kepada konsumen. Kondisi seperti ini di satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar, karena adanya kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Tetapi disisi lain, dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah, yang menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui berbagai

promosi, cara penjualan serta penerapan perjanjian baku yang merugikan konsumen.

Apabila diperhatikan bunyi pasal 9 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah: point (a). barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standart mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu”, dan juga dalam pasal 10 yang berbunyi “pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai: point (d). tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan.”⁷

Pada intinya undang-undang di atas, merupakan bentuk larangan yang tertuju pada “perilaku” pelaku usaha, yang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang atau jasa secara tidak benar dan atau seolah-olah barang tersebut telah memenuhi standart mutu tertentu, memiliki potongan harga; dalam keadaan baik dan atau baru; telah mendapatkan dan atau memiliki sponsor; tidak mengandung cacat tersembunyi; merupakan kelengkapan dari barang tertentu; atau seolah-olah berasal dari daerah tertentu.⁸

⁷ Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Jakarta: Sinar Grafika, 2008. Cet. Ke-5, hlm. 8-10

⁸ Ahmadi Niru Dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008. hlm. 89-93

Dengan adanya pasal 9 dan 10, UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengenai promo potongan harga dengan menggunakan kartu *member* di atas, diharapkan konsumen dalam bertransaksi jual beli khususnya di Alfamart dapat merasakan kenyamanan, keadilan, dan tidak ada unsur penipuan didalamnya, sehingga tercipta suatu transaksi jual beli yang sesuai dengan syariat Islam dan undang-undang yang telah ditetapkan, dimana didalam hukum bisnis produsen lebih mengedepankan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Dengan latar belakang inilah penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“TINJAUNAN HUKUM ISLAM TERHADAP PEMBERIAN POTONGAN HARGA DENGAN MENGGUNAKA KARTU *MEMBER* DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DAN RELEVANSINYA DENGAN PASAL 9 DAN 10 UU. NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLIDUNGAN KONSUMEN”** (*Studi Kasus Di Alfamart kel. Ngaliyan Semarang*).

B. Permasalahan

Bedasarkan uraian latar belakang yang penulis kemukakan di atas, maka untuk lebih sistematisnya perlu dirumuskan permasalahan. Adapun permasalahan dalam penelitian ini dapat penulis formulasikan sebagai berikut:

1. Bagaimana hukum jual beli dengan menggunakan kartu *member* di Alfamart Ngaliyan Semarang menurut hukum Islam?

2. Apa relevansi pemberian potongan harga dengan menggunakan kartu *member* di Alfamart Ngaliyan Semarang dengan pasal 9 dan 10 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Bagaimana hukum jual beli dengan menggunakan kartu *member* di Alfamart Ngaliyan Semarang menurut hukum Islam.
2. Untuk mengetahui relevansi pemberian potongan harga dengan menggunakan kartu *member* di Alfamart Ngaliyan Semarang dengan pasal 9 dan 10 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

D. Telaah Pustaka

Dalam rangka memenuhi tuntutan masyarakat terutama terhadap perlindungan konsumen, maka Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dianggap sebagai bentuk realisasi dari pemerintah sekaligus sebagai terobosan baru bagi masyarakat di Indonesia karena di dalamnya memuat ide-ide baru sebagai bentuk aktualisasi dan pemaknaan kepedulian pemerintah terhadap konsumen Indonesia.

Ada beberapa skripsi yang membahas tentang konsumen dan segala permasalahan yang berkaitan dengan konsumen baik bersifat studi lapangan maupun studi kepustakaan, namun penulis belum menemukan karya seperti judul yang diangkat penulis sehingga penulis berasumsi bahwa judul yang diangkat adalah baru. Adapun beberapa yang

mempunyai korelasi dengan permasalahan yang akan diangkat penulis antara lain:

Skripsi Endang S.Ag. yang berjudul "*Analisis Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Di Indonesia Menurut Pasal 21 Undang-Undang No. 23 Tahun 1992 Tentang Produk Makanan Dan Minuman Dalam Kemasan*". Dalam skripsi ini menyebutkan bahwa, pasal 21 Undang-Undang No.23 Tahun 1992 adalah pasal yang berusaha melindungi hak-hak konsumen. Untuk itu diperlukan undang-undang yang khusus dan lebih tepat untuk melindungi hak-hak konsumen, selanjutnya ia mengatakan, bahwa ayat-ayat al-Qur'an cukup tegas dalam *memberi sanksi* terhadap orang-orang yang melakukan perbuatan aniaya yang mengakibatkan hilangnya nyawa, rusaknya harta benda, serta perbuatan-perbuatan lain yang mengandung unsur menipu. Sanksi tersebut menurutnya dapat dijadikan sebagai undang-undang untuk melindungi konsumen.

Dalam skripsi yang disusun oleh Erna Karuniati yang berjudul "*Analisis Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Relevansinya Dengan Jaminan Kehalalan Produk Bagi Konsumen Muslim*", menyimpulkan bahwa ketentuan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen secara substansial sangat relevan dengan nilai-nilai hukum Islam, relevansi undang-undang perlindungan konsumen terhadap jaminan kehalalan produk bagi konsumen muslim masih sangat minim karena begitu sedikitnya poin yang

membahas kewajiban pelaku usaha untuk memproduksi secara “*halal*” sebagaimana “*halal*” yang tercantum dalam label.

Dalam skripsi yang disusun oleh Rina Mulyani dengan judul “*Studi Hukum Islam Terhadap Hak-Hak Konsumen Dalam Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*”. Dalam skripsi ini membahas tentang Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 namun permasalahan yang diangkat adalah tentang hak-hak konsumen yang termuat dalam pasal 4 Undang-Undang No.8 Tahun 1999. Dalam skripsi ini disebutkan pelaku usaha berhak atas keuntungan yang telah diterima berdasarkan produk atau jasa yang dihasilkan. Dan konsumen berhak atas pelayanan yang baik serta kondisi barang dan / atau jasa sesuai dengan yang dijanjikan pelaku usaha, di sini juga disebutkan bahwa transaksi ekonomi atau jual beli harus sesuai dengan ketentuan agama.

E. Metode Penelitian

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.⁹ sehingga dalam melakukan proses penelitian penulis menggunakan tehnik dan ketentuan penelitian lapangan yang meliputi:

1. Metode pengumpulan data:

a. *Observasi*

⁹ Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998. hlm. 19

Observasi data dilakukan dengan cara melakukan pengamatan pada subyek penelitian atau fenomena-fenomena yang terjadi.¹⁰ Dalam hal ini penulis akan mengadakan pengamatan secara langsung yang bertujuan untuk memperoleh data mengenai praktek jual beli menggunakan kartu *member (promo discount)* di Alfamart Ngaliyan Semarang.

b. *Wawancara*

Wawancara (*interview*) adalah usaha untuk mengumpulkan informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan. Cirri 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 yang akan diajukan.¹¹ Wawancara ini akan penulis lakukan terhadap pengelola, pegawai dan konsumen yang menggunakan kartu *member* di Alfamart Ngaliyan Semarang.

c. *Dokumentasi*

Untuk metode ini sumber datanya berupa catatan media massa, atau dokumen-dokumen yang tersedia dan berkaitan

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Penelitian Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1992. hlm. 231

dengan objek penelitian.¹² Seperti gambaran tentang letak geografis Alfamart, monografis, brosur, arsip-arsip, lembaran promo dan data-data lain yang mendukung dalam penelitian ini.

2. Analisis data

Setelah data terkumpul kemudian dikelompokkan dan dianalisis adapun dalam analisis ini penulis menggunakan metode deskriptif normatif, yaitu sebuah metode analisis yang menekankan pada pemberian sebuah gambaran baru terhadap data yang telah terkumpul.¹³ Dan penelitian ini merupakan penelitian *analisis deskriptif kualitatif* karena tanpa menggunakan rumusan statistik atau pengukuran.¹⁴ Sedangkan pada pola berfikir dalam analisis penelitian ini menggunakan pola berfikir induktif, yaitu berfikir yang bertolak dari fakta empiris yang didapat dari lapangan (berupa data lapangan) yang kemudian dianalisis, ditafsirkan dan berakhir dengan penyimpulan terhadap permasalahan berdasarkan pada data lapangan tersebut.

Langkah yang dilakukan adalah membuat rumusan-rumusan tentang model kartu *member* Alfamart yang berkaitan dengan permasalahan penelitian (terkait dengan permasalahan jual beli menurut Islam) kemudian dikaitkan dengan pasal 9, 10 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹² Snapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005. hlm. 53

¹³ S. Margono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004. hlm. 165

¹⁴ *Ibid.* hlm. 39

F. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang bersifat menyeluruh serta ada keterkaitan antar bab yang satu dengan yang lain dan untuk mempermudah dalam proses penulisan skripsi ini maka perlu adanya sistematika penulisan. Adapun sistematika pada penulisan skripsi ini melalui beberapa tahap bahasan, yaitu:

Bab pertama adalah Pendahuluan, dalam bab ini merupakan gambaran secara keseluruhan skripsi yang meliputi: Latar Belakang, Permasalahan, Tujuan Penelitian, Telaah Pustaka Metode Penelitian, Sistematika Penelitian

Bab kedua adalah Tinjauan Umum Tentang Jual Beli Dalam Islam, Pada bab ini pembahasannya meliputi: Pengertian dan Dasar hukum jual beli dalam hukum Islam, rukun dan syarat jual beli, macam-macam jual beli dalam hukum Islam, Jual beli yang dilarang dan yang diperbolehkan dan Jual beli menurut pasal 9 dan 10 UU. No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

Bab ketiga adalah Praktek Jual Beli Dengan Potongan Harga Atau Discount Dengan Mnggunakan Kartu *Member* Di Alfamart Ngaliyan, Bab tiga merupakan hal-hal yang menyangkut mengenai: Gambaran umum di Alfamart Ngaliyan dan spraktek jual beli dengan potongan harga dengan kartu *member* di Alfamart.

Bab keempat adalah tinjauan hukum islam terhadap potongan harga dalam transaksi jual beli dengan menggunakan kartu *member* di

alfamart ngaliyan semarang dan relevansinya dengan pasal 9 dan 10 UU No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yang meliputi Analisis terhadap ketentuan potongan harga menggunakan kartu *member* di Alfamart Kel. Ngaliyan Semarang dan relevansinya dengan pasal 9 dan 10 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dan tinjauan hukum Islam terhadap potongan harga dalam transaksi jual beli menggunakan kartu *member* di Alfamart Kel. Ngaliyan Semarang.

Bab kelima adalah Penutup, Bab ini merupakan rangkaian akhir dari penulisan skripsi yang meliputi: kesimpulan, saran-saran, kata penutup. Sedangkan pada bagian akhir skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.