

## **BAB III**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Objek/Subjek Penelitian**

##### **1. Sejarah Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta**

Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta adalah toko busana muslim yang berada di bawah pimpinan Sidiq Manajemen. Pembentukan toko ini berdasarkan ide awal yang diberikan oleh bapak Sodikin yang sekarang menjadi bagian dari pimpinan Sidiq Manajemen. Kantor Sidiq Manajemen berada di jalan Panembahan Mangkurat No. 1 Kel. Panembahan, Kec. Kraton, Yogyakarta. Toko lain yang satu manajemen dengan Toko Baitul Muslim Assidiq adalah Pasar Seni Nadzar, Batik dan Kebaya Mangkoro, Batik Sekar Arum, Ayam Pedas Wong Jowo, Gule Kepala Ikan Bang Jo, dan Oblong Van Jogja. Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta sendiri berada di jalan K.H Ahmad Dahlan No. 77 Yogyakarta.

Pada awalnya Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta dibuka di Pasar Seni Nadzar. Kemudian berpindah ke Batik Sekar Arum sampai kemudian memiliki tempat sendiri di jalan Malioboro 149. Karena dirasa segmen yang dituju tidaklah tepat jika berada di jalan Malioboro yang mayoritas pengunjung dari luar kota, maka pada bulan Maret 2010 Toko Baitul Muslim Assidiq berpindah ke jalan

K.H Ahmad Dahlan No. 77 Yogyakarta hingga sekarang. Luas toko Baitul Muslim Assidiq adalah 1.500m<sup>2</sup>.

## **2. Visi dan Misi Sidiq Manajemen**

### a. Visi:

“Menjadi perusahaan yang terbaik di kelasnya dan bermanfaat bagi sebanyak mungkin sesama”.

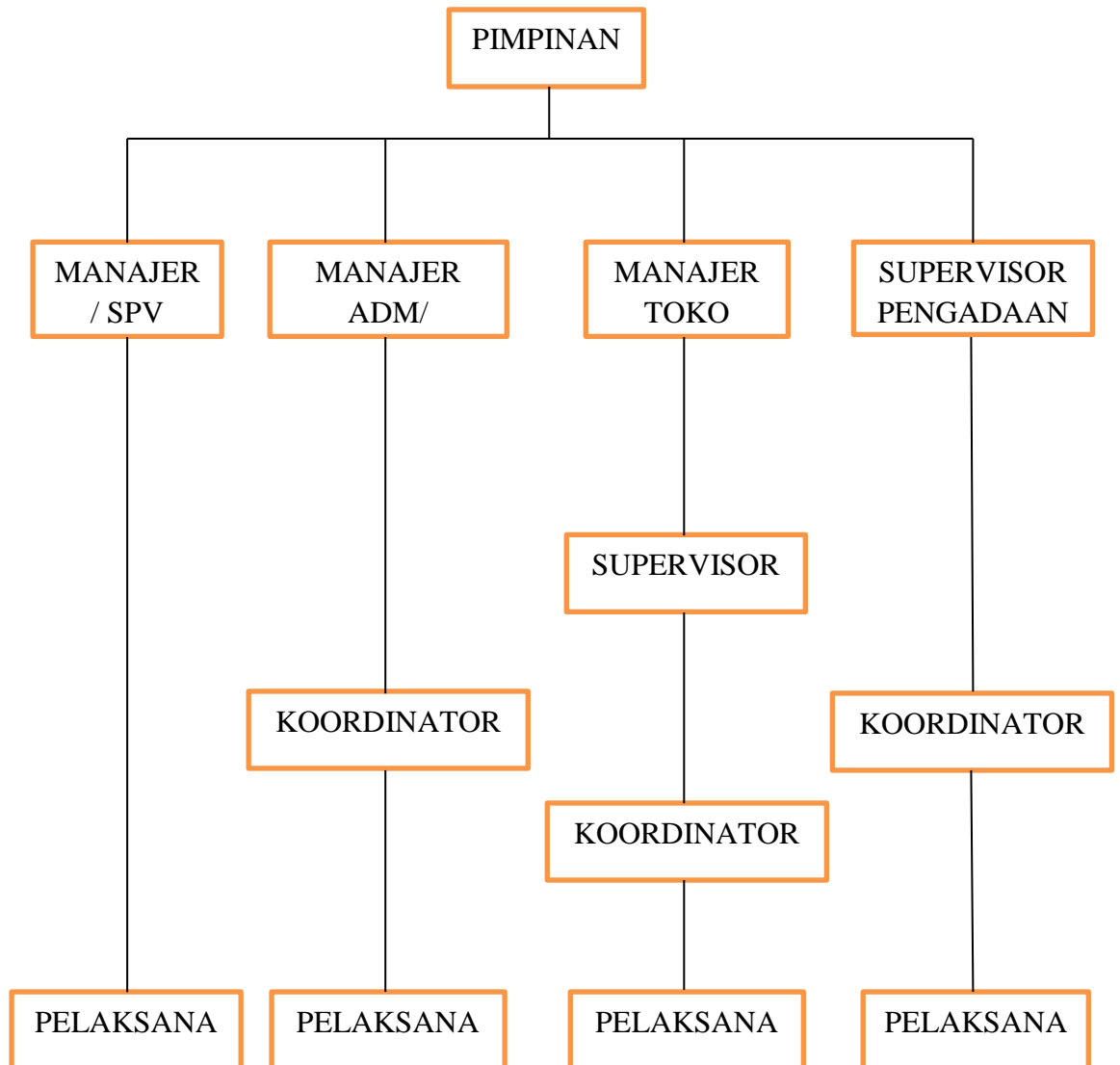
### b. Misi:

- 1) Menjual/menyediakan produk/jasa berkualitas dengan harga yang rasional
- 2) Memberi pelayanan yang excellent dan didukung oleh tempat yang representatif
- 3) Mempunyai fundamental keuangan yang kokoh
- 4) Memberdayakan SDM yang profesional, berkualitas, dan berakhlak mulia
- 5) Mampu mencetak laba secara berkelanjutan

## **3. Struktur Organisasi Siddiq Manajemen**

Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta berada di bawah pimpinan Sidiq Manajemen., sehingga struktur organisasinya menjadi satu dengan seluruh toko yang dibawah oleh Sidiq Manajemen itu sendiri. Struktur organisasi Sidiq Manajemen adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Struktur Organisasi Sidiq Manajemen (Tahun 2016)



Sumber: Dokumen Perusahaan Sidiq Manajemen Yogyakarta

#### 4. Produk Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta

Keragaman produk merupakan daya tarik konsumen untuk memutuskan membeli atau berbelanja di sebuah toko, begitu pula Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta yang menjual berbagai macam jenis produk muslim untuk kebutuhan konsumen sesuai dengan tren dan syariat Islam. Berikut ini adalah beberapa macam

produk yang di tawarkan di Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta:

Tabel 3.2 Produk Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta

No.	Nama Produk
1.	Sajadah
2.	Sarung
3.	Jilbab
4.	Peci
5.	Rok
6.	Baju Muslim
7.	Parfum
8.	Birgo
9.	Turban
10.	Sorban
11.	Baju Muslim Anak
12.	Gamis
13.	Mukena
14.	Oleh-oleh Haji
15.	Al-Qur'an
16.	Baju Koko
17.	Celana
18.	Accessories
19.	Kosmetik Wardah
20.	Buku Islami
21.	Blus
22.	Batik
23.	Perlengkapan Haji dan Umroh

Sumber: Dokumen Perusahaan Sidiq Manajemen Yogyakarta

## **5. Standar Operasional Prosedur Untuk Toko Baitul Muslim**

**Assidiq Yogyakarta (SK/ SM/ 004/ 30/ Maret/ 2009)**

### **a. Hari Kerja**

Sistem hari kerja yang dipakai adalah sistem 6-1 yaitu bahwa dalam satu minggu terdapat 6 hari kerja efektif dan 1 hari libur, tergantung pelaksanaan libur.

### **b. Jadwal Kerja**

Untuk jadwal kerja memakai sistem *shift* yaitu dimana efektif kerja bisa dilaksanakan pada *shift* 1 atau pagi dan pada *shift* 2 atau sore. Hukumnya wajib bagi semua karyawan untuk melaksanakan lembur satu minggu sekali.

### **c. Jam Kerja**

Pelaksanaan jam kerja dibagi dalam 2 *shift*, yaitu:

*Shift* pagi : jam 08.00-16.00 WIB

(Istirahat pukul 12.00-13.30 WIB secara bergantian)

*Shift* sore : jam 15.00-21.30 WIB

(Istirahat pukul 18.00-19.30 WIB secara bergantian)

### **d. Kegiatan Sebelum Toko Buka**

- 1) Datang 10 menit sebelum acara rutin dimulai
- 2) Berdoa sebelum kegiatan dimulai, dipimpin oleh pimpinan unit secara bergantian sampai tepat pukul 08.00 WIB

- 3) Briefing pagi untuk membahas dan mengevaluasi permasalahan yang ada serta menginventarisasi permasalahan yang belum terpecahkan pada saat itu juga
- 4) Kembali mengingatkan peralatan kerja dan lingkungan kerja
- 5) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab pada hari itu juga
- 6) Mengecek apakah semua perlengkapan berfungsi secara benar, misalnya mesin kasir, AC dan lampu.
- 7) Menyalakan lampu/neon sign sesuai kebutuhan
- 8) Menyalakan AC/kipas angin sesuai kebutuhan
- 9) Menyiapkan tempat sampah, tissue, minuman (air mineral dalam kemasan gelas) untuk tamu/konsumen
- 10) Melaporkan penjualan hari sebelumnya ke bagian keuangan
- 11) Menyetorkan uang hasil penjualan hari sebelumnya ke bank yang sudah ditentukan
- 12) Mengirimkan nota/rekap penjualan dan bukti setor bank ke bagian administrasi.keuangan
- 13) Merapikan dan mengarsip nota/bukti penjualan hari sebelumnya secara rapi dan benar
- 14) Jika sudah selesai semua toko dibuka sesuai dengan jam yang sudah ditentukan

**e. Kegiatan Petugas Kasir**

- 1) Membersihkan ruang kerja dan peralatan kerja

- 2) Menghitung uang modal dan mengecek uang receh
- 3) Menghitung uang penjualan dan menyetorkan ke pimpinan toko
- 4) Mencatat penjualan ke buku penjualan
- 5) Mempersiapkan tas kemasan
- 6) Mempersiapkan nota penjualan
- 7) Mengontrol kondisi mesin kasir dan mesin card apakah dapat berfungsi dengan baik atau tidak
- 8) Mengontrol persediaan kertas roll untuk mesin dan mesin card
- 9) Jam 21.30 WIB merekap penjualan sepengetahuan atasan
- 10) Merekap penjualan *shift* tersebut ke bagian penjualan

**f. Kegiatan Selama Toko Buka**

- 1) Duta niaga selalu menunjukkan sikap yang ramah, sopan santu serta senyum yang tidak berlebihan
- 2) Berbicara dengan bahasa yang mudah dimengerti, jelas tidak dibuat-buat atau berbicara sesuai dengan porsinya (tidak bertele-tele). Nada bicara seukupnya, tidak terlalu keras dan tidak terlalu pelan
- 3) Jarak dalam melayani konsumen dengan posisi berdiri tidak terlalu dekat ataupun terlalu jauh dengan konsumen

- 4) Konsumen jangan dibuat menunggu terlalu lama, apabila konsumen harus menunggu barang yang dicari dipersilahkan untuk duduk
- 5) Apabila ada konsumen akan melakukan pemesanan barang ataupun menjahit apabila dirasa kurang menguasai, segera memberitahukan ke pimpinan tertinggi
- 6) Selama jam kerja untuk handphone wajib dimatikan. Apabila memiliki janji dapat dialihkan ke nomor telepon toko yang telah tersedia, sehingga berkesan menghormati konsumen
- 7) Waktu untuk istirahat harus dilaksanakan secara bergantian, dan atas sepengetahuan koordinator toko yang bertugas
- 8) Tidak diperkenankan untuk mengelompok di dalam counter
- 9) Selalu mengucapkan terima kasih kepada konsumen walaupun konsumen tidak membeli barang di counter
- 10) Duta niaga wajib untuk menghafal letak *display* barang, mengetahui jenis barang yang dijual di toko mencakup tentang harga, motif, jenis bahan, kegunaan barang dan cara perawatan
- 11) Duta niaga wajib menggunakan seragam sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Bagi yang menggunakan



kerudung, cara pemakaian dan model kerudung harus sesuai dengan standart yang telah ditentukan. Duta niaga wajib untuk mengenakan sepatu pantofel/high heels berwarna hitam

- 12) Seorang duta niaga tidak boleh mengatakan tidak ada atau menyatakan barang telah habis sebelum mencarikan apa yang diminta counter

**g. Kegiatan Tutup Toko**

- 1) Toko ditutup sesuai jadwal yang telah ditentukan
- 2) Apabila masih ada tamu, diusahakan tamu tidak merasa diusir
- 3) Petugas kasir bertugas menutup kasir dan melanjutkan menyelesaikan tanggungjawabnya
- 4) Untuk toko yang masih menggunakan nota penjualan harus mencocokkan antara nota di kasir (putih) dengan nota tembusan warna kuning
- 5) Mematikan lampu, AC, kipas angin, kran air, tape recorder, dll
- 6) Memastikan sudah tidak ada orang luar di dalam ruangan toko, seperti: kamar mandi, kamar ganti, gudang, dll)
- 7) Menyimpan uang hasil penjualan ditempat yang aman

- 8) Petugas yang diberi wewenang melakukan cek terhadap tas atau barang bawaan anggota team yang mau meninggalkan tempat kerja
- 9) Berdoa bersama sebagai tanda berakhirnya aktivitas
- 10) Mengunci pintu-pintu standard keamanan

#### **h. Data Karyawan Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta**

Karyawan memiliki peranan penting pada suatu organisasi atau perusahaan, selain sebagai penggerak juga sebagai salah satu penentu citra perusahaan tersebut. Karyawan di Baitul Muslim Assidiq sudah mampu mencerminkan pribadi muslim dan muslimah yang baik, dan akhlak yang baik pula.

Karyawan pada Toko Baitul Muslim Assidiq berjumlah 14 orang sebagai pramuniaga yang dapat dilihat pada gambar di bawah. Selain itu, jajaran Top Manajer dan Midle Manajer sudah di naungi oleh Sidiq Manajemen. Berikut ini data karyawan yang bekerja di Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta:

Tabel 3.3 Data Karyawan

No.	NAMA	GENDER	DIVISI
1.	Vivi Wuryati	F	Koor. Dunia Assidiq 2
2.	Effendi Rachman	M	Koor. Dunia Assidiq 2
3.	Farida Yuliati	F	Dunia Assidiq 2 (KS)
4.	Tri Ningsih	F	Dunia Assidiq 2 (KS)
5.	Apri Yantiningasih	F	Dunia Assidiq 2
6.	Vinik Meitasari	F	Dunia Assidiq 2
7.	Dewi Wiranti	F	Dunia Assidiq 2
8.	Nurul Dwi S.	F	Dunia Assidiq 2
9.	Devi Putri K.	F	Dunia Assidiq 2
10.	Sofiyana Yubaida	F	Dunia Assidiq 2
11.	Andi Sulistiawan	M	Dunia Assidiq 2
12.	Eri Priyanto	M	Dunia Assidiq 2
13.	Arvinda Ika S.	F	Dunia Assidiq 2
14.	Muhammad Rizqi	M	Dunia Assidiq 2

Sumber: Dokumen Perusahaan Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta

**i. Kartu Member dan Kartu Diskon Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta**

Sidiq Manajemen merupakan sebuah perusahaan ritel yang menyediakan fasilitas kartu member dan kartu diskon bagi konsumennya. Kartu member dan kartu diskon ini sudah ada sejak Sidiq Manajemen berdiri. VIP member dan kartu diskon bisa dimiliki oleh konsumen dengan syarat dan prosedur yang telah ditentukan oleh perusahaan. Untuk kartu member jenisnya hanya ada satu macam, yaitu VIP member. Untuk mendapatkan kartu member syaratnya hanya berbelanja minimal sebesar Rp 500.000, maka konsumen sudah bisa mendapatkannya. Fasilitas yang ada pada VIP member adalah

diskon 5 persen untuk berbelanja di bawah Rp 200.000 dan diskon 10 persen untuk berbelanja di atas Rp 200.000. Selain itu, konsumen pemilik kartu member juga akan mendapatkan fasilitas antar jemput gratis dari pihak perusahaan bila ingin berbelanja. Adapun data konsumen pengguna VIP member Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta dari Januari 2015 hingga April 2016 sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Data Konsumen Kartu Member VIP Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta Periode Januari 2015-April 2016**

<b>Tahun</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>	<b>Total</b>
<b>2015</b>	Januari	26	<b>227</b>
	Februari	19	
	Maret	20	
	April	24	
	Mei	26	
	Juni	55	
	Juli	44	
	Agustus	0	
	September	0	
	Oktober	0	
	November	0	
	Desember	13	
<b>2016</b>	Januari	27	<b>75</b>
	Februari	11	
	Maret	22	
	April	15	
<b>TOTAL SELURUHNYA</b>		<b>302</b>	

Sumber: Dokumen Perusahaan Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta

Untuk kartu diskon, konsumen bisa mendapatkannya dengan berbelanja minimal Rp 200.000, maka ia sudah

mendapatkan kartu diskon dan juga mendapatkan fasilitas diskon yang sama seperti VIP member, namun pada kartu diskon tidak ada fasilitas antar jemput gratis. Mengenai data konsumen pengguna kartu diskon memang tidak ada. Dikarenakan pada kartu diskon memang tidak ada sistem pendataan konsumen penggunaanya. Oleh karena itu, kartu diskon langsung diberikan kepada konsumen secara cuma-cuma apabila telah berbelanja minimal sebesar Rp 200.000. Kelebihan dari kartu member dan kartu diskon ini bisa digunakan kapan saja tanpa ada batas waktu pemakaiannya dan bisa digunakan pada outlet-outlet yang juga merupakan bagian dari Sidiq Manajemen itu sendiri. Diantara outlet-outletnya adalah toko Baitul Muslim Assidiq, Gule Kepala Ikan Bang Jo, Batik Mangkoro, Ayam Pedas Wong Jowo, dll.

## **B. Karakteristik Responden**

Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah untuk mendeskripsikan tentang pemberlakuan *member card* dalam transaksi jual beli di Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta yang kemudian akan ditinjau dari sudut etika bisnis Islam dan undang-undang perlindungan konsumen. Adapun sampel dalam skripsi ini adalah konsumen pengguna *member card* toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta. Namun, Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta tidak hanya menyediakan fasilitas kartu member saja melainkan juga kartu diskon. Jadi, peneliti juga

mengambil sampel dari pengguna kartu diskon. Pada metode penelitian di bab II, peneliti ingin mengambil sampel sebanyak 20 responden, namun dikarenakan waktu yang diberikan untuk penelitian dari pihak tempat penelitian hanya sebanyak 9 hari, yaitu dari tanggal 22 April 2016 sampai 30 April 2016 maka, peneliti hanya mendapatkan sebanyak 17 responden saja, diantaranya 11 orang yang menjadi pengguna kartu diskon dan kartu member, 4 orang pengguna kartu member saja dan 2 orang pengguna kartu diskon saja. Data responden diperoleh melalui penyebaran kuisisioner di Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta. Adapun karakteristik responden konsumen pengguna kartu member maupun pengguna kartu diskon adalah sebagai berikut:

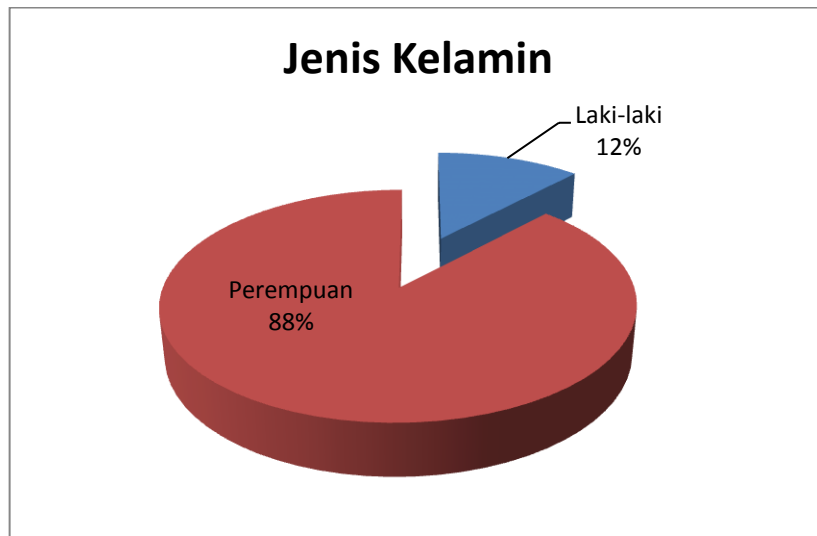
#### 1. Jenis Kelamin

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden pengguna kartu member maupun kartu diskon adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	2	12%
2.	Perempuan	15	88%
<b>Jumlah</b>		<b>17</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, 2016 (diolah)



Gambar 3.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (data diolah)

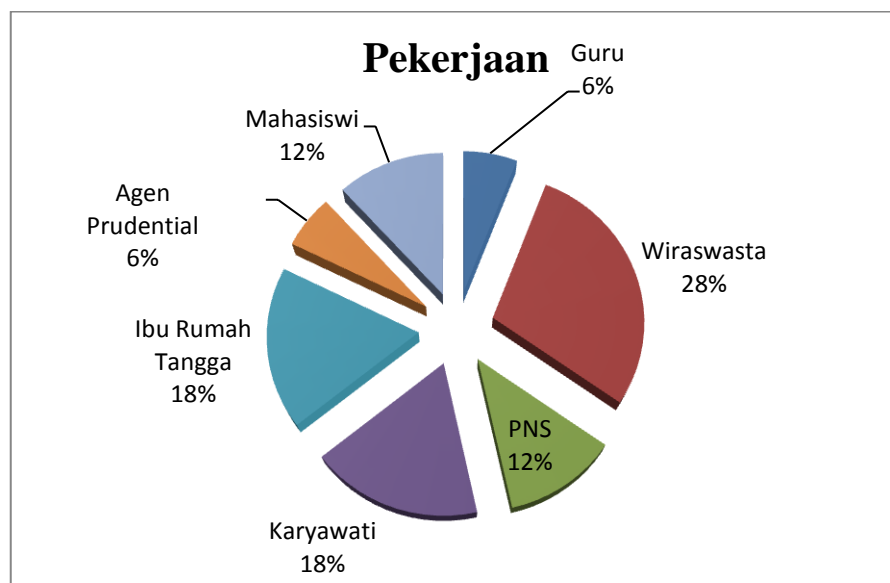
Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa dari 17 atau 100 persen pengguna kartu member ataupun kartu diskon yang dijadikan sampel penelitian yaitu pengguna kartu member ataupun kartu diskon, perempuan lebih banyak dengan jumlah 15 pengguna atau sebanyak 88 persen dibanding laki-laki yang hanya berjumlah 2 pengguna atau sebanyak 12 persen.

## 2. Pekerjaan Atau Profesi

Tabel 3.6 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan Atau Profesi

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Guru	1	6%
2	Wiraswasta	5	29%
3	PNS	2	12%
4	Karyawan	3	18%
5	Ibu Rumah Tangga	3	18%
6	Agen Prudential	1	6%
7	Mahasiswa	2	12%
<b>Jumlah</b>		<b>17</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, 2016 (diolah)



Gambar 3.2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan (data diolah)

Pada gambar di atas, dari 17 atau 100 persen pengguna kartu member ataupun kartu diskon yang dijadikan sampel penelitian, didominasi oleh wiraswasta sebanyak 5 pengguna atau 28 persen pengguna, kemudian karyawan dan ibu rumah tangga yang masing-masing pengguna member sebanyak 3 pengguna atau sebesar 18 persen, kemudian PNS dan mahasiswa yang juga sama sebanyak 2 pengguna atau sebesar 12 persen, dan kemudian masing-masing 1 pengguna sebagai agen prudential dan guru.

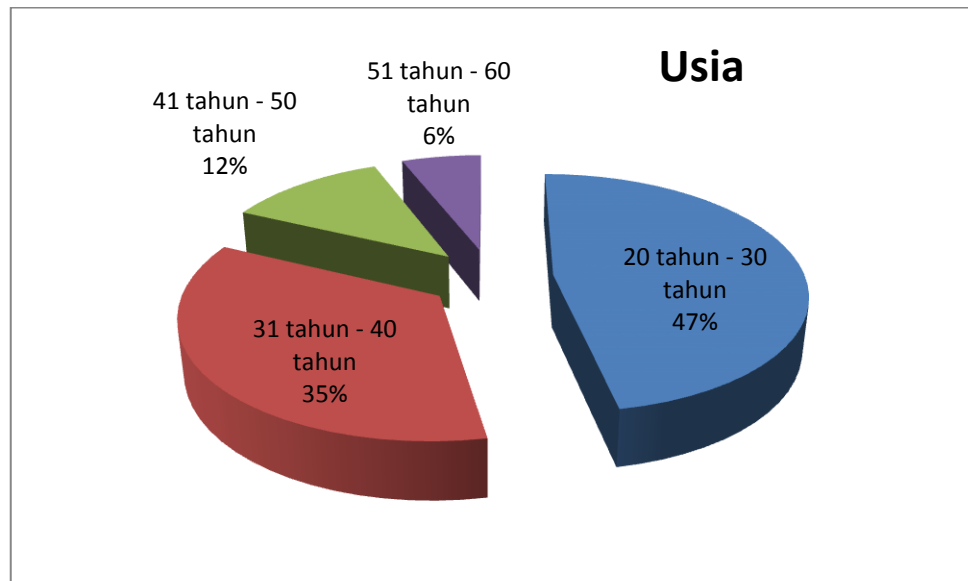
### 3. Usia atau Umur

Tabel 3.7 Data Responden Berdasarkan Usia atau Umur

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1	20 tahun - 30 tahun	8	47%
2	31 tahun - 40 tahun	6	35%
3	41 tahun - 50 tahun	2	12%
4	51 tahun - 60 tahun	1	6%
<b>Jumlah</b>		<b>17</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer, 2016 (data diolah)





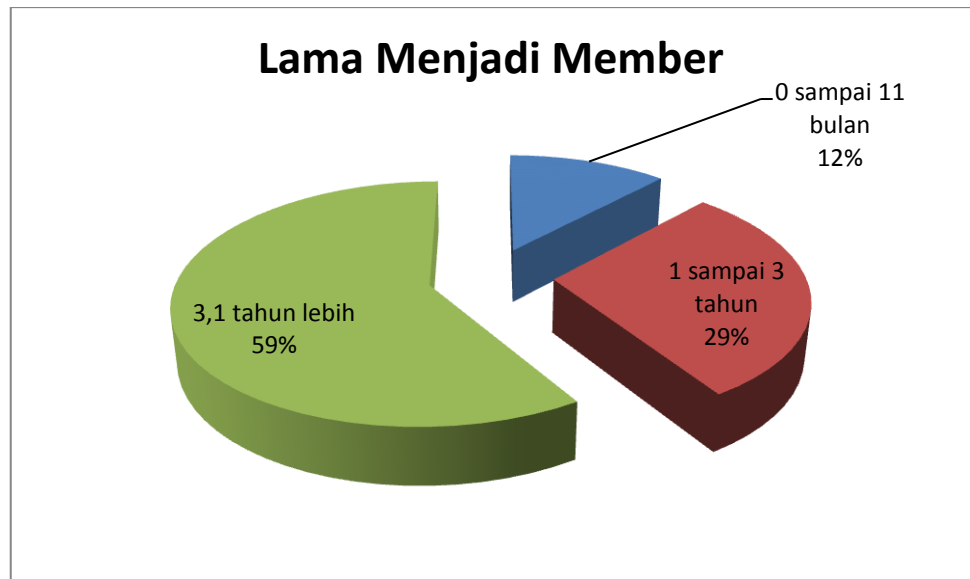
Gambar 3.3 Data Responden Berdasarkan Usia (data diolah)

Berdasarkan diagram pada gambar 3.3, masing-masing pengguna member ataupun pengguna kartu diskon, memiliki usia yang berbeda-beda, sebagian besar pengguna berusia 20 sampai 30 tahun yaitu sebanyak 8 pengguna atau 47 persen, kemudian yang berusia 31 sampai 40 tahun sebanyak 6 pengguna atau 35 persen, 41 sampai 50 tahun sebanyak 2 pengguna atau 12 persen dan yang berusia 51 sampai 60 tahun sebanyak 1 pengguna atau 6 persen.

### C. Hasil Penelitian

Data primer penelitian ini didukung dengan jawaban dari angket kuisisioner kepada konsumen pengguna kartu member VIP maupun pengguna kartu diskon Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta. Adapun hasil dari penyebaran angket kuisisioner adalah sebagai berikut:

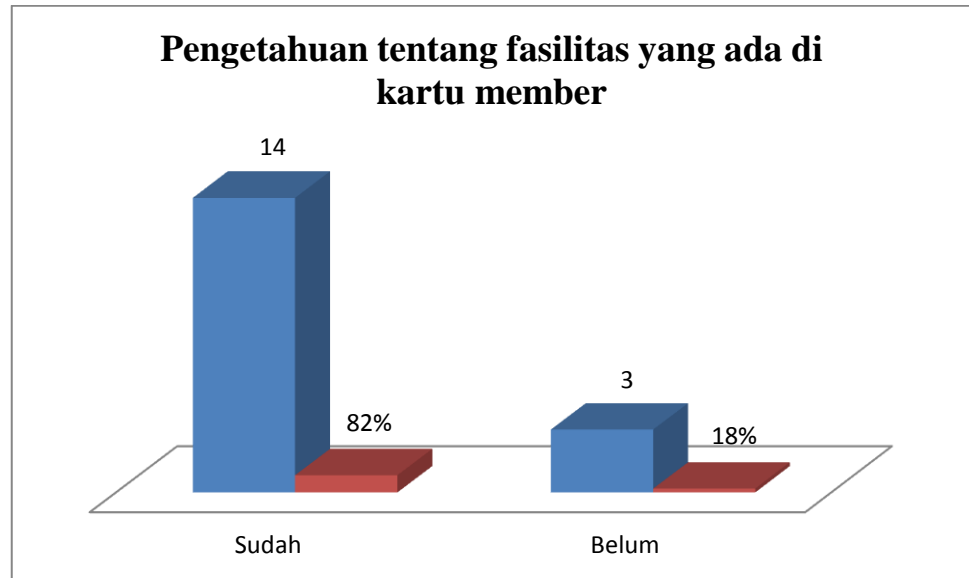
1. Lama menjadi member Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta



Gambar 3.4 Lama Menggunakan Kartu Member atau Kartu Diskon (data diolah)

Masing-masing konsumen yang menjadi sampel sudah menjadi pengguna member VIP maupun kartu diskon dalam waktu yang berbeda-beda, kebanyakan konsumen yang menjadi sampel sudah menjadi pengguna kartu member VIP maupun kartu diskon selama 3,1 tahun lebih, yaitu sebanyak 10 pengguna atau 59 persen, untuk 1 sampai 3 tahun sebanyak 5 pengguna atau 29 persen, dan 2 pengguna atau 12 persen selama 0 sampai 11 bulan.

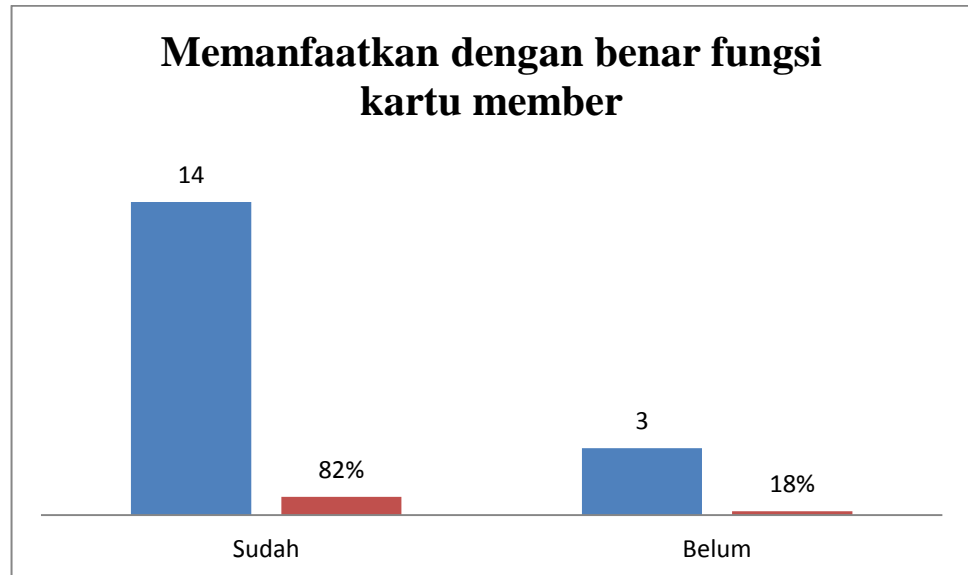
2. Pengetahuan pemegang kartu member VIP atau kartu diskon terkait fasilitas yang ada pada kartu member



Gambar 3.5 Pengetahuan terkait fasilitas kartu member (data diolah)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa pengguna kartu member VIP Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta yang menjadi sampel hampir semua pengguna mengetahui tentang fasilitas yang ada pada kartu tersebut, yaitu sebanyak 14 pengguna atau 82 persen sedangkan yang belum mengetahui fasilitas yang ada pada kartu member VIP sebanyak 3 orang atau 18 persen, diantara 3 orang yang belum mengetahui fasilitas yang ada pada kartu member, 2 diantaranya memang tidak menggunakan kartu member VIP melainkan pengguna kartu diskon sedangkan 1 orangnya lagi menggunakan kartu member VIP namun belum mengetahui benar fasilitas yang ada pada kartu tersebut.

3. Memanfaatkan dengan benar fungsi atau kegunaan dari kartu member VIP



Gambar 3.6 Memanfaatkan dengan benar fungsi atau kegunaan dari kartu member VIP (data diolah)

Pada diagram di atas, menunjukkan bahwa hampir semua pemegang kartu member VIP yang menjadi sampel penelitian ini memanfaatkan dengan benar fungsi atau kegunaan dari kartu member tersebut, terbukti dari 17 sampel yang mengisi angket kuisisioner dengan sebanyak 14 pemegang kartu atau 82 persen telah memanfaatkan dengan benar fungsi dari kartu member VIP lalu sisanya yaitu sebanyak 3 konsumen atau 18 persen belum memanfaatkan dengan benar fungsi dari kartu member, namun dari 3 konsumen tersebut memang 1 diantaranya bukan pengguna member VIP melainkan pengguna kartu diskon.

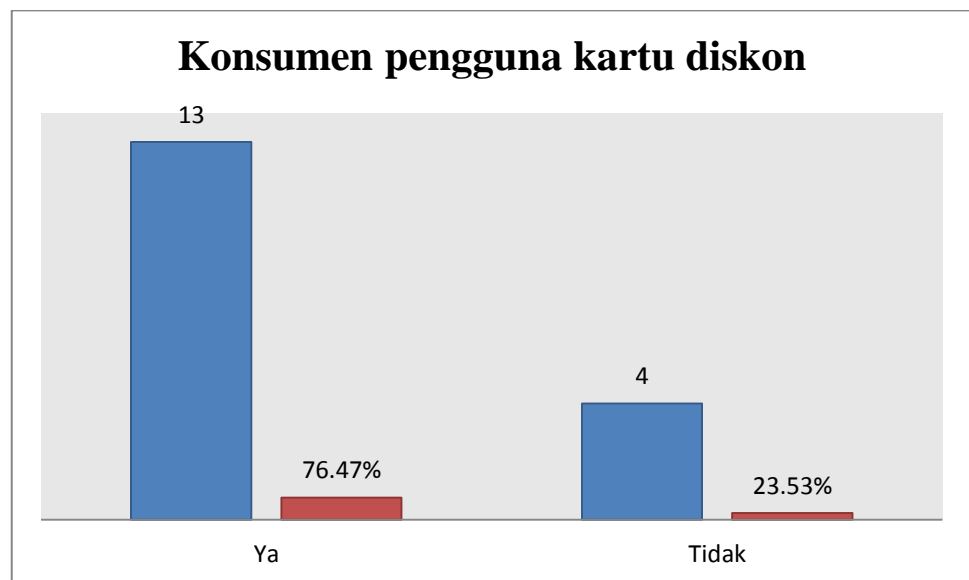
4. Konsumen yang menjadi pengguna kartu member VIP Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta



Gambar 3.7 Konsumen yang menjadi pengguna kartu member VIP (data diolah)

Dari data pada gambar di atas, diantara 17 orang yang menjadi sampel dalam penelitian ini, sebanyak 15 konsumen atau sebesar 88 persen merupakan pengguna kartu member VIP Toko Baitul Muslim Assidiq, sedangkan 2 sisanya atau 12 persen bukan merupakan pengguna kartu member VIP.

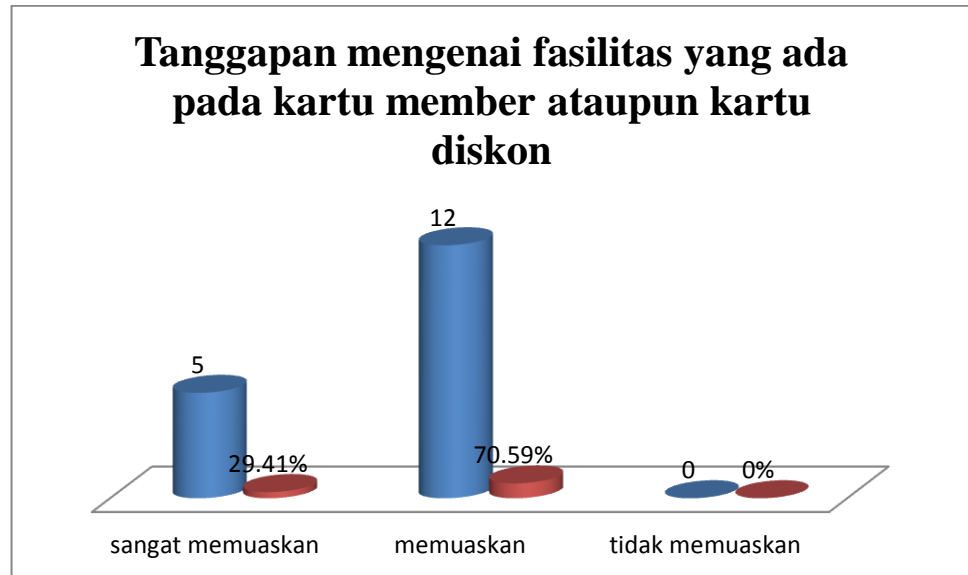
5. Konsumen yang menjadi pengguna kartu diskon atau konsumen yang pernah menggunakan kartu diskon Toko Baitul Muslim Assidiq



Gambar 3.8 Konsumen yang menjadi pengguna kartu diskon atau konsumen yang pernah menggunakan kartu diskon Toko Baitul Muslim Assidiq (data diolah)

Dari data pada gambar di atas, diantara 17 orang yang menjadi sampel dalam penelitian ini, sebanyak 13 konsumen atau sebesar 76,47 persen merupakan pengguna kartu diskon, baik yang pernah menggunakannya kemudian beralih menjadi pengguna member VIP maupun yang memang pengguna kartu diskon Toko Baitul Muslim Assidiq hingga sekarang, sedangkan 4 sisanya atau sebesar 23,53 persen bukan merupakan pengguna kartu diskon melainkan murni pengguna kartu member VIP.

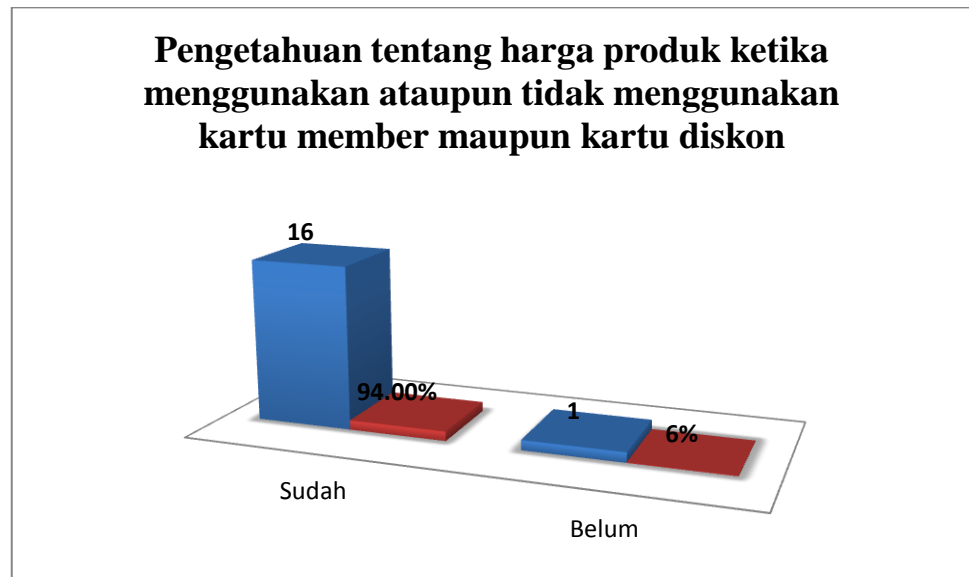
6. Tanggapan mengenai fasilitas yang ada pada kartu member ataupun kartu diskon Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta



Gambar 3.9 Tanggapan mengenai fasilitas yang ada pada kartu member ataupun kartu diskon (data diolah)

Hasil dari penelitian yang mengambil 17 sampel dari pengguna member ataupun pengguna kartu diskon Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta, sebanyak 5 pengguna atau sebesar 29,41 persen mengatakan bahwa mereka merasa sangat puas terhadap fasilitas yang diberikan pada kartu member ataupun kartu diskon, kemudian sebanyak 12 pengguna atau sebesar 70,59 persen pengguna kartu member VIP ataupun kartu diskon mengatakan bahwa mereka merasa puas terhadap fasilitas yang ada pada kartu member VIP atau kartu diskon, dan 0 pengguna atau 0 persen tidak ada yang merasa tidak puas terhadap fasilitas yang diberikan.

7. Pengetahuan tentang harga pada sebuah produk saat menggunakan ataupun tidak menggunakan kartu member VIP maupun kartu diskon



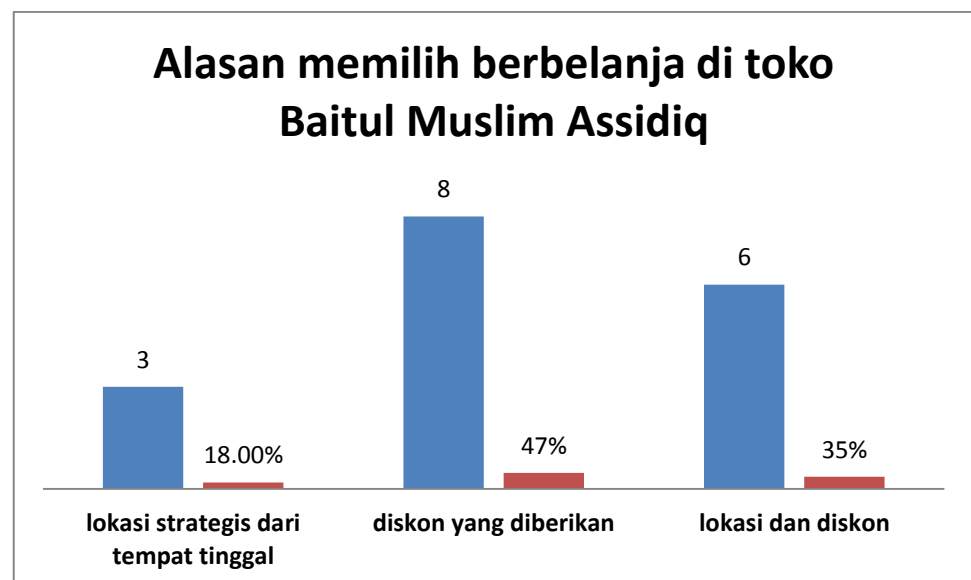
Gambar 4.0 Pengetahuan tentang harga pada produk saat menggunakan ataupun tidak menggunakan kartu member maupun kartu diskon (data diolah)

Pada gambar di atas, sebanyak 17 orang yang diambil menjadi sampel dalam penelitian ini, hampir seluruhnya mengetahui terkait harga pada sebuah produk ketika menggunakan kartu member maupun kartu diskon, yaitu sebanyak 16 pengguna atau sebesar 94 persen sedangkan yang tidak mengetahui hanya 1 pengguna atau sebesar 6 persen, maksudnya dari pertanyaan yang penulis buat dalam pernyataan ini adalah berawal dari realita bahwa ada beberapa perusahaan ritel yang juga memberikan fasilitas diskon kepada konsumennya namun konsumen tersebut secara tidak langsung telah dirugikan karena sebelum mendapatkan diskon maka pihak



perusahaan tersebut menaikkan harga produknya terlebih dahulu kemudian barulah diberi diskon kepada konsumennya. Melihat fenomena ini, maka penulis mengangkat pertanyaan mengenai pengetahuan harga produk kepada konsumen yang menggunakan atau tidak menggunakan kartu member pun kartu diskon.

#### 8. Alasan memilih berbelanja di Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta



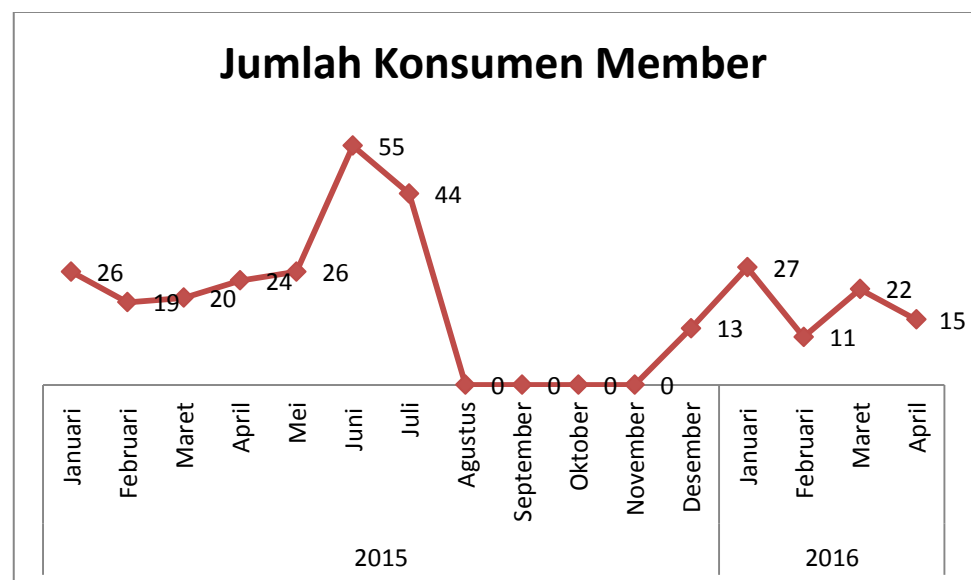
Gambar 4.1 Alasan memilih berbelanja di toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta (data diolah)

Diagram di atas menunjukkan bahwa konsumen pengguna kartu member VIP ataupun kartu diskon yang menjadi sampel penelitian ini mempunyai alasan masing-masing dalam memilih berbelanja di Toko Baitul Muslim Assidiq, sebanyak 3 pengguna atau sebesar 18 persen memilih berbelanja di Toko Baitul Muslim Assidiq dengan alasan karena lokasi yang strategis dari tempat tinggal mereka, kemudian sebanyak 8 pengguna atau sebesar 47 persen memilih berbelanja di

toko tersebut dengan alasan karena diskon yang diberikan, dan sebanyak 6 pengguna atau sebesar 35 persen memilih berbelanja di toko tersebut dengan alasan karena keduanya, yaitu karena lokasi yang strategis dari tempat tinggal dan diskon yang diberikan.

Data primer penelitian ini juga didukung dengan wawancara kepada pihak Humas Marketing Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta. Wawancara dilakukan dengan bapak Dadan Handara selaku SPV HMD Sidiq Manajemen pada tanggal 22 April 2016 pukul 10.43 WIB sampai dengan pukul 11.45 WIB. Adapun hasil dari wawancaranya sebagai berikut:

Jumlah konsumen pengguna kartu member dari Januari 2015-April 2016 Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta



Gambar 4.2 Jumlah Konsumen Pengguna Kartu Member dari Januari 2015-April 2016 Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta

Pada grafik di atas, ditotalkan jumlah pengguna *member card* dari Januari 2015 hingga April 2016 adalah sebanyak 302 pengguna.

Namun, bila digabungkan total secara keseluruhan pengguna kartu member dari outlet-outlet yang berada di bawah naungan Sidiq Manajemen sejak awal perusahaan ini berdiri hingga sekarang sudah memiliki lebih dari 10.000 pengguna member.

Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta hanya memiliki satu macam *member card* saja, yaitu VIP member. Selain VIP member, toko ini juga menyediakan fasilitas kartu diskon biasa kepada konsumen yang telah memenuhi syarat dan ketentuan tertentu. VIP member dan kartu diskon ini diberlakukan sejak awal Toko Baitul Muslim Assidiq berdiri, yaitu pada tahun 2007. Tujuan pembelakuan kartu member dan kartu diskon adalah untuk menarik konsumen sehingga konsumen tidak hanya satu atau dua kali saja berbelanja di toko tersebut. Selain untuk menarik konsumen, diadakannya fasilitas kartu member dan kartu diskon ini juga untuk memberikan apresiasi kepada konsumen karena telah berbelanja di sana.

Pemberlakuan *member card* di Toko Baitul Muslim Assidiq tidak perlu kerja sama kepada pihak yang memproduksi barang-barang, karena kartu member dan kartu diskon adalah program mandiri dari Sidiq Manajemen yang merupakan perusahaan naungan Toko Baitul Muslim Assidiq. Fasilitas-fasilitas yang diberikan kepada konsumen juga murni dari toko ini dan tidak ada kerja sama dengan pihak lain. Begitu juga dengan semua ketentuan-ketentuan yang berlaku pada kedua kartu tersebut.

Adapun ketentuan untuk menjadi member Toko Baitul Muslim Assidiq adalah cukup dengan berbelanja di toko tersebut minimal sebesar Rp 500.000, maka konsumen sudah mendapatkan kartu member secara gratis tanpa dipungut biaya apapun sedangkan ketentuan untuk mendapatkan kartu diskon, konsumen cukup berbelanja minimal Rp 200.000, maka konsumen akan mendapatkan kartu diskon tersebut juga dengan gratis dan tanpa dipungut biaya apapun. Setelah sesuai dengan ketentuan yang berlaku, adapun prosedur untuk kartu member yaitu bagian *customer service* Toko Baitul Muslim Assidiq mendata konsumen yang akan menjadi pengguna kartu member tersebut dengan cara meminjam KTP/SIM si konsumen, lalu setelah selesai mendata, bagian CS akan memberikan kartu member beserta surat pengantarnya kepada konsumen yang mendapatkan kartu member tersebut dan kemudian CS akan meminta nomor telepon konsumen yang bisa dihubungi untuk dicatat. Fasilitas lain yang diberikan untuk pengguna kartu member adalah fasilitas antar jemput gratis dari pihak Toko Baitul Muslim Assidiq. Untuk bensin dalam fasilitas antar jemput, tidak dipungut biaya apapun kepada konsumen, semua murni dari pihak toko yang menyediakan fasilitas antar jemput tersebut.

Bila kartu member hilang, maka pihak toko akan menggantikannya dengan yang baru. Karena pihak toko sangat memudahkan konsumen sehingga dalam hal kehilangan ini tidak ada syaratnya, namun cukup

dengan melihat data base yang ada kemudian mencocokkan dengan data konsumen yang kehilangan kartu member. Selain digunakan oleh si konsumen pemegang kartu, VIP member ini juga bisa digunakan oleh keluarganya, saudaranya dan bahkan juga teman-temannya.

Toko Baitul Muslim Assidiq juga mengadakan promo-promo pada waktu-waktu tertentu yang diberikan kepada konsumen, baik itu konsumen pengguna kartu member maupun kartu diskon hingga konsumen biasa, seperti promo pada awal tahun semacam obral yang diskonnya mencapai 50 persen. Apabila yang membeli adalah konsumen pengguna kartu member atau kartu diskon, maka mereka tidak akan mendapat potongan 5 persen sampai 10 persen lagi karena diskon maksimal diberikan pada saat promo sebesar 50 persen. Toko Baitul Muslim Assidiq lebih mengedepankan fasilitas daripada promo akan tetapi tidak ada program semacam kumpul-kumpul poin. Bila ada informasi program atau produk tertentu maka konsumen pengguna member akan menjadi prioritas utama toko tersebut untuk diinformasikan terlebih dahulu, misalnya ada pembukaan unit kuliner atau warung makan, konsumen pemegang VIP member akan diberi voucher atau juga akan diberi undangan makan gratis di sana meskipun konsumen pemegang kartu selama setahun tidak berbelanja di toko tersebut, namun yang terpenting ia terdaftar sebagai member Toko Baitul Muslim Assidiq dan nomor telepon yang dihubungi

masih aktif karena kartu member toko ini tidak ada ketentuan batas waktu pemakaiannya seperti di tempat lain.

Pemberlakuan *member card* lumayan berpengaruh dalam mendongkrak hasil penjualan Toko Baitul Muslim Assidiq. Bahkan member-member toko ini ada yang di luar kota sehingga terkadang mereka berbelanja lewat online, telepon atau SMS. Biasanya member-member ini menjualkan lagi produk-produk yang sudah dibelinya di rumah. Untuk member yang ingin membeli dalam jumlah banyak akan ada harga khusus dari toko, seperti harga grosir. Karena Toko Baitul Muslim Assidiq juga bisa melayani pembelian dalam jumlah banyak atau grosir yang diskonnya maksimal 15 persen. Bila di persentasekan, pemberlakuan *member card* di Toko Assidiq berpengaruh sebesar 10 persen dalam mendongkrak hasil penjualan. Berbeda dengan kartu diskon yang bisa dua kali lipat pengaruhnya dalam mendongkrak hasil penjualan. Biasanya konsumen sering berbelanja di bawah Rp 500.000 sehingga ia hanya bisa mendapatkan kartu diskon. Jadi, secara otomatis pemegang kartu diskon lebih banyak daripada kartu member sehingga hasil penjualannya juga lebih banyak. Dalam proses penjualan, tidak ada kerja samanya dengan pihak lain tetapi apabila ada guide atau tukang becak mengantarkan konsumen untuk berbelanja ke Toko Baitul Muslim Assidiq, akan diberi uang maksimal 10 persen dari yang konsumen belanjakan. Misalnya, konsumen berbelanja sebesar Rp 100.000 maka yang

mengantarkan akan diberi 10 persennya yaitu sebesar Rp. 10.000. Untuk secara tertulis toko ini tidak ada kerja sama dengan pihak lain. 10 persen yang diberikan hanya untuk sebagai ucapan terima kasih karena telah bersedia mengantarkan konsumen untuk berbelanja ke toko tersebut.

Pemberlakuan *member card* sangat erat kaitannya dalam peningkatan Toko Baitul Muslim Assidiq. Secara nyata, target yang harus dicapai adalah tetap pada orientasi laba. Dalam hal lain, kartu diskon dan kartu member juga menjadi alat ukur toko tersebut dalam melayani pelanggan. Misalnya, untuk konsumen yang kembali lagi berbelanja di toko tersebut bisa dilihat bahwa ia merasa puas berbelanja di toko sehingga toko ini tidak hanya mengedepankan penjualan saja namun juga mengedepankan kualitas, pelayanan dan produk yang mereka tawarkan.

Setiap pemberlakuan fasilitas pada kartu member pasti ada kendalanya. Demikian juga Toko Baitul Muslim Assidiq yang juga memiliki kendala. Namun, kendala yang dialami adalah kendala secara teknis saja. Misalnya, ada konsumen yang ingin berbelanja di toko kemudian ia meminta untuk dijemput oleh pihak toko namun karena armada dari pihak toko juga terbatas sehingga sering terjadi bentrokan pada saat itu. Oleh sebab itu, dari pihak Toko Baitul Muslim Assidiq tidak bisa melayani secara penuh kecuali dari pihak konsumen bersedia sabar untuk menunggu. Apabila konsumen tidak

bisa menunggu maka dari pihak toko hanya bisa meminta maaf karena belum bisa melayani dengan maksimal. Namun, biasanya ada pengertian dari pihak konsumen dalam hal ini sehingga mereka bersedia untuk menunggu terlebih dahulu.

Adapun strategi Toko Baitul Muslim Assidiq dalam meningkatkan penggunaan kartu member, seperti promosi produk dengan membagikan jadwal imsakiyah saat menjelang bulan puasa. Namun, strategi untuk meningkatkan penggunaan kartu member secara langsung tidak ada melainkan hanya dengan berbelanja Rp 500.000, maka akan dapat meningkatkan penggunaan kartu member. Selain dengan fasilitas diskon, strategi untuk menarik minat berbelanja bagi konsumen adalah dengan program sosial, yaitu dari total keseluruhan konsumen berbelanja, sebanyak 0,5 persennya akan disalurkan ke yayasan sosial atau panti asuhan setiap bulannya. Jadi, konsumen tidak perlu mengeluarkan uang lagi selain membayar belanjanya karena 0,5 persen tersebut sudah termasuk didalamnya. Saat ini, Assidiq bekerja sama dengan Yatim Mandiri. Selain dana sosial yang disalurkan kepada lembaga sosial, pihak Toko Assidiq juga memberikan sumbangan apabila ada proposal-proposal yang membutuhkan dana, mengadakan buka puasa gratis, dan lain-lain. Ada juga langsung buka stand bazar di sana apabila menjadi sponsorship.

Toko Assidiq ini juga menerima penukaran barang apabila terdapat cacat, namun bukan atas dasar disengaja menjual barang yang cacat



tetapi dikarenakan dari pihak toko yang juga merupakan manusia biasa yang mungkin mempunyai kesalahan sehingga barang yang cacat itu tidak kelihatan kecacatannya kemudian dijual. Penukaran barang juga bisa apabila ukurannya tidak pas. Syaratnya tidak boleh lebih dari 7 hari dihitung dari saat ia berbelanja, kemudian harus masih ada label harga dan notanya.

Selain keuntungan bagi penyedia jasa *member card* yang dalam hal ini adalah pihak Toko Baitul Muslim Assidiq sendiri, keuntungan yang didapat dari pihak pengguna *member card* juga ada, yaitu lebih kepada fasilitas dan pelayanannya. Karena dari awal mendapatkan kartu member, konsumen tidak diminta biaya administrasi, cukup dengan biodata yang bersangkutan dan juga untuk fasilitas antar jemput yang gratis karena untuk bensinnya ditanggung pihak toko sendiri.

Menurut pihak Humas Marketing Toko Baitul Muslim Assidiq, hukum *member card* dalam Islam tergantung pada sistem yang digunakan. Contoh, pada perbankan ada yang dari namanya menggunakan syariah dan ada yang tidak syariah (konvensional). Kemudian, ada juga yang murni syariah dan ada yang induknya dari konvensional lalu membuka bank dengan menambahkan syariahnya. Jadi, menurut pihak Humas Marketing tersebut intinya tidak bisa dilihat dari segi namanya saja tergantung juga kepada sistem yang digunakan. Untuk Toko Baitul Muslim Assidiq sendiri walaupun

namanya belum ada syariah namun sudah termasuk syariah. Bisa dilihat dari segi sistem yang digunakan karena konsumen tidak dirugikan melainkan diberikan fasilitas. Kemudian, menurut pihak Humas Marketing terkait pemahaman beliau tentang undang-undang perlindungan konsumen, secara pasal beliau tidak begitu mengetahuinya. Namun, dari segi pengaplikasiannya, Toko Baitul Muslim Assidiq sudah sesuai dengan konsep keislaman, yaitu berupa kejujuran, transparan dan tidak ada yang dirugikan.

Apabila ada konsumen yang merasa dirugikan maka tanggung jawab yang diberikan pihak Toko Baitul Muslim Assidiq kepada konsumen adalah dengan bersedia menerima kembalian barang yang sudah dibeli oleh konsumen. Misalnya, di tempat lain lebih murah dari Toko Assidiq. Namun sejauh ini, tidak ada konsumen yang menuntut karena merasa dirugikan, hanya dalam hal barang yang ketika sudah dibeli dan terdapat cacat maka pihak toko bersedia menukarkannya dengan yang tidak cacat. Pihak Toko Baitul Muslim Assidiq selalu berusaha agar konsumen tidak merasa kecewa.

#### **D. Pembahasan**

##### **1. Praktek/Aplikasi Pemberlakuan *Member Card* dan Kartu Diskon Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta**

*Member card* atau dalam bahasa arabnya *bithaqathu at takhfidh* adalah kartu dimana pemiliknya akan mendapatkan diskon dari harga barang-barang atau beberapa fasilitas dan pelayanan yang

diberikan oleh perusahaan-perusahaan tertentu. Ada beberapa macam *member card*, diantaranya *pertama*, kartu keanggotaan yang didapatkan secara gratis atau sekedar membayar uang biaya pembuatan kartu, *kedua*, kartu keanggotaan yang mana transaksi terjadi antara dua pihak saja yaitu penyelenggara yang mengeluarkan kartu dan anggota atau peserta yang membeli kartu, dan *ketiga*, kartu keanggotaan yang mana transaksi terjadi dari tiga pihak yaitu antara penyedia barang dan jasa, penyelenggara yang mengeluarkan kartu dan anggota atau peserta yang membeli kartu. Pada jenis kartu yang kedua dan ketiga didapat dengan cara membayar.

Untuk jenis kartu yang gratis, para ulama kontemporer membolehkan dalam melakukan transaksi dengan kartu tersebut. Adapun untuk jenis kartu yang tidak gratis maka para ulama berbeda pendapat di dalam menetapkan status hukum penggunaan *member card*, namun mayoritas ulama kontemporer menyatakan keharamannya dengan beberapa alasan sebagai berikut:

- a. Pendapat pertama, *member card* mengandung *gharar*. Karena anggota sudah membayar kartu dengan tujuan akan mendapatkan diskon dari harga barang atau jasa yang ditawarkan, padahal dia tidak mengetahui secara jelas berapa diskon yang akan dia dapatkan dan dari barang apa saja, lalu pemegang kartu juga tidak tahu apakah uang yang ia bayarkan

lebih besar daripada potongan harga yang ia dapatkan saat berbelanja. Jika uang yang ia bayarkan lebih besar dari potongan harga berarti ia telah rugi, dan sebaliknya. Ini jelas termasuk *gharar* dan *qimar*.

- b. Pendapat kedua, di dalam *member card* atau kartu diskon terdapat unsur spekulasi, karena terkadang berakhir masa berlaku kartu namun pemegangnya sama sekali belum menggunakannya atau ia menggunakannya namun potongan yang didapat tidak seimbang dengan uang yang dibayar kepada penerbit kartu, hal ini merupakan spekulasi. Jika ia menggunakan kartu secara terus-menerus maka ia akan untung, namun bila ia tidak menggunakannya kecuali hanya beberapa kali saja atau tidak menggunakannya sama sekali tentunya dia akan rugi. Ini adalah bentuk perjudian yang diharamkan dalam Islam.

Dalam menyikapi pendapat ulama yang pertama dan kedua diatas, penulis memandang dalam fakta di lapangan yaitu di Toko Baitul Muslim Assidiq, memberikan fasilitas kepada pemilik kartu member yang mana dalam memperoleh *member card*, konsumen cukup dengan berbelanja minimal sebesar Rp 500.000, maka konsumen sudah dapat memiliki kartu member Toko Baitul Muslim Assidiq atau yang disebut juga dengan VIP Member dan konsumen tidak perlu membayar uang iuran atau juga uang

pendaftaran kartu lagi untuk memperoleh VIP member ini. Selain itu, Toko Baitul Muslim Assidiq juga menyediakan fasilitas kartu diskon. Syaratnya juga tidak ada, konsumen hanya cukup berbelanja sebesar Rp 200.000 saja. Maka, penulis memandang boleh menerbitkan kedua kartu ini karena tidak perlunya membayar uang pendaftaran atau uang iuran namun kartu tersebut diberikan secara cuma-cuma kepada konsumen. Hal ini dijelaskan oleh pihak Humas Marketing, bapak Dadan Handara sebagai berikut:

“Cukup berbelanja di tempat kita dengan nominal, bila kartu diskon minimal belanja sebesar Rp. 200.000 sudah mendapat kartu diskon dan untuk kartu member minimal Rp.500.000 maka, nanti kita kasih kartu membernya.”

Pada dasarnya konsumen menginginkan kemudahan dalam hal bertransaksi untuk memperoleh barang yang ingin dibelinya. Toko Baitul Muslim Assidiq juga menyadari bahwa harga juga merupakan suatu hal yang sangat sensitif sekali bagi konsumen, dilihat dari segi harga saat ini Toko Baitul Muslim Assidiq berusaha menerapkan harga produk sesuai dengan kualitas barang. Assidiq dapat memberikan harga yang kompetitif bila dibandingkan dengan perusahaan ritel lainnya. Toko Baitul Muslim Assidiq memberikan fasilitas diskon dan antar jemput gratis bagi seluruh pengguna kartu membernya. Namun, pada promo-promo tertentu harga maupun diskon yang diberikan untuk jenis barang tertentu berlaku bagi seluruh konsumen. Maka, dalam hal ini penulis memandang tidak adanya unsur spekulasi dalam transaksi

jual beli di Toko Baitul Muslim Assidiq, karena dalam praktek di lapangan tidak ada yang dibeda-bedakan antara konsumen yang memiliki *member card* dan konsumen yang tidak memiliki *member card*, semua berhak mendapatkan fasilitas. Untuk batas berakhirnya masa berlaku kartu member maupun kartu diskon Toko Baitul Muslim Assidiq tidak menetapkan jangka waktu sehingga konsumen yang memiliki kartu tersebut tidak merasa dirugikan. Bagi konsumen yang memiliki VIP Member, beberapa keuntungan yang diperoleh konsumen diantaranya:

- 1) Mendapatkan diskon sebesar 5 persen untuk pembelanjaan di bawah Rp 200.000 dan diskon 10 persen untuk pembelanjaan minimal sebesar Rp 500.000.
- 2) Mendapatkan fasilitas antar jemput gratis dari Toko Baitul Muslim Assidiq bila ingin berbelanja di toko tersebut. Untuk uang bensin dan lain-lain ditanggung pihak toko.
- 3) Apabila ada event-event tertentu, konsumen yang memiliki kartu member menjadi prioritas utama untuk diberitahu tentang event tersebut.
- 4) Apabila ada pembukaan unit-unit kuliner atau warung makan, kapan-kapan konsumen mendapatkan voucher atau undangan makan gratis di sana. Karena Toko Baitul Muslim Assidiq dimiliki oleh perusahaan Sidiq Manajemen yang mana

memiliki beberapa outlet didalamnya, salah satunya juga Gule Kepala Ikan Bang Jo.

Sedangkan bagi pengguna kartu diskon, keuntungan yang didapat sama halnya dengan keuntungan yang didapatkan oleh pengguna kartu member, namun yang membedakan hanya pada kartu diskon tidak ada fasilitas antar jemput gratis. Para ulama kontemporer membolehkan penggunaan *member card* dan kartu diskon menjelaskan alasan-alasan sebagai berikut:

- a) Bahwa harga kartu merupakan upah untuk penyelenggara karena telah menjadi perantara kepada para penyedia jasa agar mereka memberikan diskon kepada para anggota *member card* dan kartu diskon. Upah seperti ini dibolehkan karena termasuk upah dari usaha kerja.
- b) Bahwa *gharar* di dalam kartu member bukanlah *gharar* yang diharamkan syariah, karena dikategorikan *gharar* yang sedikit. Sedangkan *gharar* yang diharamkan adalah *gharar* dimana suatu transaksi antara kedua belah pihak yang kemungkinan salah satunya mendapat keuntungan di atas kerugian yang lain.

Setelah meelihat pendapat para ulama di atas, kemudian diterapkan pada fakta lapangan dalam transaksi dengan VIP Member dan kartu diskon di Toko Baitul Muslim Assidiq, maka penulis berpendapat bahwa pemberlakuan *member card* dan kartu diskon di Toko Baitul Muslim Assidiq sudah sesuai dengan

pernyataan ulama yang membolehkan dalam segi praktek dan ketentuannya yaitu tidak adanya unsur *gharar*, dimana antara kedua belah pihak saling menguntungkan dan tidak ada yang merasa dirugikan. Toko Baitul Muslim Assidiq mengadakan pemberlakuan *member card* dan kartu diskon semata-mata untuk memanjakan konsumen dalam berbelanja dengan fasilitas-fasilitas yang diberlakukan dan untuk membedakannya dari bisnis-bisnis ritel lainnya.

Bagi suatu perusahaan ritel, istilah persaingan merupakan hal yang dapat dirasakan setiap perusahaan ritel yang sejenisnya. Disinilah Toko Baitul Muslim Assidiq melakukan strategi pemasaran dengan diberlakukannya *member card* dan kartu diskon agar lebih meyakinkan konsumen tentang keberadaannya. Baitul Muslim Assidiq akan semakin aktif meningkatkan mutu kualitas pelayanan baik promosi dan fasilitas-fasilitas yang diberlakukan pada VIP Member dan kartu diskon. Toko Baitul Muslim Assidiq adalah salah satu dari bisnis ritel lainnya. Tujuan fasilitas yang diberlakukan pada kedua kartu tersebut adalah untuk menarik pelanggan dalam melakukan pembelian. Hal ini berdasarkan pernyataan pihak Humas Marketing, bapak Dadan Handara seperti berikut:

”Intinya sama dengan program marketing lain yaitu untuk menarik konsumen juga agar konsumen loyal, jadi mereka berminat untuk membeli kembali ke tempat kita, sehingga



tidak hanya sekali atau dua kali. Jadi juga sebagai bentuk apresiasi kita juga”

Dalam upaya meningkatkan penjualan, bapak Dadan Handara selaku Humas Marketing menegaskan dengan adanya strategi pemasaran terobosan-terobosan yang baru untuk memenangkan persaingan seperti member, memberikan diskon dan fasilitas lainnya bagi para pengguna kedua kartu tersebut sehingga akan menarik jumlah konsumen lebih banyak lagi. Dengan adanya *member card* dan kartu diskon maka pelanggan setia Toko Baitul Muslim Assidiq mendapatkan fasilitas-fasilitas sebagai berikut:

- a. Diskon sebesar 5 persen untuk pembelian di bawah Rp 200.000 dan diskon 10 persen untuk pembelian minimal sebesar Rp 500.000.
- b. Fasilitas antar jemput gratis dari Toko Baitul Muslim Assidiq bila ingin berbelanja di toko tersebut. Untuk uang bensin dan lain-lain ditanggung pihak toko. Namun, untuk pengguna kartu diskon tidak ada fasilitas antar jemput gratis.

Dari uraian diatas, dalam mendapatkan diskon tidak hanya diberlakukan kepada konsumen pemilik kartu member dan kartu diskon saja, melainkan konsumen yang tidak memilikinya juga bisa mendapatkan potongan harga melalui promo awal tahun. Hanya saja, kartu member dan kartu diskon diberlakukan untuk semata-mata memberikan kepuasan dan kepercayaan bagi para konsumen setia Toko Baitul Muslim Assidiq dengan diadakannya fasilitas-

fasilitas yang memang dengan persyaratan memiliki kartu member atau kartu diskon.

Seorang pengelola toko tentu akan selalu memikirkan bagaimana caranya agar barang-barang dagangannya dapat terjual secara optimal dan memperoleh keuntungan yang cukup signifikan. Agar hal ini dapat tercapai, tentunya diperlukan strategi-strategi tertentu sehingga tujuan pengelola toko dapat tercapai. Menurut penulis, pemberlakuan *member card* dan kartu diskon Toko Baitul Muslim Assidiq kaitannya dengan potongan harga dan fasilitas lain yang ada didalamnya tidak bertentangan dengan hukum Islam, karena Islam sendiri menyatakan bahwa inti dari bertransaksi itu adalah kerelaan, suka sama suka, ataupun tidak ada unsur keterpaksaan antara pihak penjual dan pembeli. Barang yang dijual jelas dan bermanfaat untuk konsumen dan syarat juga rukunnya terpenuhi. Dalam hal ini, pemberlakuan *member card* dan kartu diskon Toko Baitul Muslim Assidiq kaitannya dengan potongan harga antara pihak pengelola toko dengan pemegang kartu tersebut tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut hukum Islam, hal ini dibuktikan dengan hasil angket kuisisioner yang diberikan penulis kepada para pengguna kartu member maupun kartu diskon Toko Baitul Muslim Assidiq yang mana mereka merasa puas dengan fasilitas-fasilitas yang diberikan toko tersebut.

## **2. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Dengan Penggunaan *Member Card* di Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta**

Masyarakat muslim tidak bebas tanpa kendali dalam memproduksi segala sumber daya alam, mendistribusikannya atau mengonsumsinya. Ia terikat dengan akidah dan etika mulia, disamping juga dengan hukum-hukum Islam [Qardhawi (1997) dalam Mardani (2014:25)]. Karena, berbicara tentang etika bisnis (etika perdagangan) tidak terlepas dari membicarakan agama Islam. Pada dasarnya agama Islam diturunkan Allah semata-mata dengan tujuan untuk memperbaiki akhlak manusia, maka dari itu Rasulullah diutus Allah di bumi ini untuk memperbaiki akhlak manusia melalui ajaran-ajaran agama Islam yang terkandung dalam Al-Quran dan Hadis. Etika dalam istilah umum adalah ukuran perilaku yang baik. Dalam Islam, tidak ada pemisahan antara ekonomi dengan akhlak sebagaimana dikemukakan secara tegas oleh Yusuf Qardhawi (2001) yang berbunyi:

“Hal yang membedakan antara sistem Islam dengan sistem agama lain adalah antara ekonomi dan akhlak tidak pernah terpisah sama sekali seperti halnya tidak pernah terpisah antara ilmu dengan akhlak, antara politik dengan akhlak, dan antara perang dengan akhlak. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islami”

Sehingga dalam Islam, tidak dapat dipisahkan etika pribadi sebagai seorang muslim yang memiliki tanggung jawab dan kewajiban selaku muslim berlaku juga pada perusahaan, lembaga atau organisasi. Menurut DeGeorge yang dikutip oleh Satyanugraha (2003), kewajiban umum perusahaan adalah:

- a. Tidak merugikan orang lain
- b. Adil dalam setiap transaksi bisnis
- c. Memenuhi kontrak dan perjanjian

Salah satu tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat menurut Satyanugraha (2003) adalah harus berdampak positif bukan negatif kepada masyarakat sekitarnya (Harahap, 2011:102).

Menurut Yusuf Qardhawi dikutip dari Mardani (2014), Islam mempunyai etika dalam berdagang (berbisnis), yaitu:

- a. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan
- b. Bersikap benar, amanah dan jujur
- c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga
- d. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli
- e. Menegakkan toleransi dan persaudaraan
- f. Berpegang teguh pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat

Dari uraian diatas, pemberlakuan *member card* dalam transaksi jual beli di Toko Assidiq kaitannya dengan etika bisnis dalam Islam

adalah tidak menimbulkan kerugian yang ditanggung penggunanya. Ini berdasarkan hasil wawancara kepada bapak Dadan Handara selaku Humas Marketing yang menyatakan bahwa:

“Toko Baitul Muslim Assidiq tidak ada memberikan kerugian kepada konsumen pengguna kartu member, melainkan konsumen mendapatkan fasilitas diskon sebesar 5-10 persen dan fasilitas antar jemput gratis dari toko tersebut.”

Selain itu, Toko Baitul Muslim Assidiq menegakkan toleransi dan persaudaraan apabila terjadi kecacatan pada suatu produk, maka konsumen boleh menukarkannya dalam waktu 7 hari atau satu minggu saja, namun bukan berarti Toko Baitul Muslim Assidiq memperdagangkan barang-barang yang cacat melainkan kekhilafan pihak toko tersebut. Mengenai barang-barang yang diperdagangkan juga merupakan barang-barang yang halal, contoh perlengkapan pakaian muslim, haji, dan lain-lain.

“Kita juga ada semacam pembeda dari toko lain, yaitu di tempat kita barang yang sudah dibeli bisa ditukar atau dikembalikan. Adapun syaratnya, pertama, harus ada nota/struk, kedua, label harga yang di pakaiannya jangan hilang, dan ketiga, jangan sampai lebih dari 7 hari.

Islam tidak membolehkan seorang pebisnis hanya terfokus untuk mencari laba atau keuntungan saja, namun juga memperhatikan etika. Karena, dalam dunia bisnis akan menjadi suatu problematika serius apabila para pelaku bisnis tidak lagi memperhatikan etika sehingga dapat membahayakan transaksi-transaksi bisnis yang dilakukan. Berbicara mengenai bisnis (perdagangan) sama halnya dalam membahas jual beli. Adapun analisis praktek pemberlakuan

*member card* dan kartu diskon dalam transaksi jual beli di Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta dilihat dari rukun dan syaratnya yaitu:

a. Segi Subjeknya

Melihat dari ketentuan syarat tentang akad jual beli dalam Islam bahwa akid (penjual dan pembeli) harus *baligh*, berakal, keinginannya sendiri [Bakry (1994) dalam Arifin (2011:56)]. Seperti yang dikatakan oleh Sayyid Sabiq (1996) dalam Arifin (2011:56), bahwa orang yang disyariatkan adalah berakal dan dapat membedakan (memilih). Akad orang bodoh, anak kecil, dan orang mabuk tidak sah.

Menurut pengamatan peneliti, transaksi jual beli di toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta baik penjual dalam hal ini diwakili oleh karyawan toko adalah sudah dewasa dan berakal, dan bagi pembeli yang khususnya mempunyai kartu anggota (*member card*) juga sudah dewasa dan berakal. Hal ini berdasarkan data usia konsumen dari hasil angket kuisisioner yang diisi oleh konsumen tersebut, hal ini juga berdasarkan indikasi setiap yang ingin menjadi pengguna kartu member maka bagian CS mendatanya terlebih dahulu dengan meminjam sebentar KTP/SIM yang bersangkutan.

#### b. Segi Obyeknya

Hasan (2003) dalam Arifin (2011:57) mengatakan syarat barang yang diperjualbelikan atau diakadkan dalam Islam yaitu ada barangnya (dalam majlis), dapat dimanfaatkan, milik sendiri. Dari beberapa syarat obyek barang yang diakadkan di atas, dalam praktek transaksi jual beli di Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta sudah terpenuhi, hanya pada poin yang yaitu bukan milik sendiri namun sudah diwakili oleh para karyawan Assidiq.

Dalam praktek transaksi jual beli di Assidiq, terdapat berbagai cara bertransaksi, seperti jual beli pada umumnya dan ada juga jual beli menggunakan kartu member yang diterbitkan oleh Assidiq kepada konsumen. Menurut peneliti, transaksi jual beli kaitannya dengan member card dan diskon yang berlaku di Assidiq tiak bertentangan dengan hukum Islam, karena Islam sendiri menyatakan bahwa inti dalam transaksi jual beli itu adalah ada kerelaan, suka sama suka ataupun tidak ada unsur keterpaksaan antara pihak penjual dan pembeli, barang yang dijual jelas dan bermanfaat untuk konsumen dan syarat rukunnya terpenuhi, dalam hal ini transaksi jual beli kaitannya dengan diskon atau potongan harga di Assidiq menggunakan member card maupun kartu diskon antara pihak pengelola Assidiq maupun konsumennya tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut hukum Islam.

### **3. Tinjauan Pasal 9 dan 10 Undang-Undang No. 8 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Dengan Penggunaan *Member Card* di Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta**

Berbicara tentang perlindungan konsumen sama halnya dengan membicarakan tanggung jawab produsen, karena pada dasarnya tanggung jawab produsen dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Kondisi seperti ini disatu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang 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.

Menyangkut larangan yang disebutkan dalam pasal 9 ayat 1 yaitu larangan menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan atau jasa secara tidak benar, dan atau seolah-olah barang tersebut berasal dari daerah tertentu. Substansi pasal 9 UU No. 8 tentang Perlindungan Konsumen juga terkait dengan representasi yang benar atas barang dan atau jasa yang diperdagangkan. Sama seperti ketentuan dalam pasal 9 yang diuraikan sebelumnya, pasal 10 UU No. 8 tentang Perlindungan Konsumen juga menyangkut larangan yang tertuju pada “perilaku” pelaku usaha yang tujuannya mengupayakan adanya perdagangan



yang tertib dan iklim usaha yang sehat guna memastikan produk yang diperjualbelikan dalam masyarakat dilakukan dengan cara tidak melanggar hukum. Demikian pula, karena ketentuan pasal 10 berisi larangan menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan terhadap barang dan atau jasa tertentu, maka secara otomatis larangan dalam pasal ini juga menyangkut persoalan representasi sebagaimana diuraikan dalam pasal 9.

Namun, disisi lain dengan adanya undang-undang perlindungan konsumen tersebut, mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang karena konsumen berada pada posisi yang lemah, yang menjadi objek aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui berbagai promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian baku yang merugikan konsumen. Dalam UU perlindungan konsumen telah menetapkan tujuan penetapan perlindungan konsumen antara lain, untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang atau jasa harus dihindari dari aktivitas perdagangan para pelaku usaha.

Apabila diperhatikan substansi ketentuan pasal 9 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, pada intinya 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 standar mutu tertentu, memiliki potongan harga, dalam keadaan baik atau baru, telah mendapatkan dan atau memiliki sponsor, tidak mengandung cacat tersembunyi, merupakan kelengkapan dari barang tertentu atau seolah-olah berasal dari daerah tertentu.

Ketertiban pada perdagangan dalam rangka menciptakan iklim usaha yang sehat sebagai bentuk perlindungan konsumen, karena larangan itu untuk memastikan bahwa produk yang diperjualbelikan dalam masyarakat dilakukan dengan cara tidak melanggar hukum. Substansi pasal 9 undang-undang perlindungan konsumen juga terkait dengan representasi yang benar atas barang dan atau jasa yang diperdagangkannya.

Hal ini penting, karena sebagaimana diketahui bahwa salah satu penyebab kerugian konsumen adalah ketidaksesuaian apa-apa yang termasuk dalam barang dan atau jasa tertentu. Kerugian yang dialami konsumen di Indonesia juga karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur barang dan atau jasa yang ternyata tidak benar. Informasi berupa janji yang dinyatakan dalam penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan atau jasa tersebut dapat menjadi alat yang dipertimbangkan oleh hakim atas gugatan yang berdasarkan

wanprestasi para pelaku usaha dengan ketentuan dalam pasal 9 UU perlindungan konsumen yang diuraikan sebelumnya.

Dalam pasal 10 UU perlindungan konsumen ini juga menyangkut larangan yang tertuju pada “perilaku” pelaku usaha yang tujuannya mengupayakan adanya perdagangan yang tertib dan iklim usaha yang sehat guna untuk memastikan produk yang diperjualbelikan dalam masyarakat dengan cara yang tidak melanggar hukum. Demikian pula, karena ketentuan pasal 10 ddi atas ini berisi larangan menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan tidak benar atau menyesatkan terhadap barang dan atau jasa tertentu.

Secara deksriptif dan sederhana, proses transaksi jual beli di Toko Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta adalah pihak konsumen harus terlebih dahulu datang langsung ke toko tersebut untuk memilih produk yang ingin dibeli karena semua produk mendapatkan diskon bagi pemilik kartu member maupun kartu diskon melainkan bukan hanya beberapa produk saja yang diberikan diskon, selanjutnya konsumen ketika saat membayar harus menunjukkan kartu anggota kepada kasir sehingga akan mendapatkan potongan harga yang diinginkan, dan kartu member dan kartu diskon itu sendiri boleh dipinjamkan kepada keluarga, saudara ataupun teman. Ketentuan-ketentuan mengenai fasilitas yang ada pada kartu member maupun kartu diskon sudah dijelaskan

pada bagian sebelumnya. Dengan demikian, transaksi jual beli kaitannya dengan diskon yang diberikan pengelola Toko Baitul Muslim Assidiq adalah benar-benar sebagai potongan harga. Artinya, potongan harga yang diberikan kepada pengguna kartu member maupun kartu diskon di Toko Baitul Muslim Assidiq sesuai dengan produk yang ditawarkan, yakni bukan seperti yang disebutkan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hanya saja apabila terdapat cacat pada barang bukan terjadi karena disengaja oleh pihak toko, namun karena ketidaksengajaan dan apabila konsumen menemukan kecacatan maka dibolehkan untuk menukarkannya. Barang-barang yang dijual oleh Toko Baitul Muslim Assidiq merupakan barang-barang yang jelas harga aslinya, maksudnya sebelum memberi diskon di kasir, harga barang tersebut tidak dinaikkan terlebih dahulu. Karena, harga tersebut juga merupakan harga standar untuk konsumen yang tidak memiliki kartu member maupun kartu diskon. Hanya saja yang membedakannya setelah memilih barang yang hendak dibeli, lalu konsumen pengguna kartu member dan kartu diskon akan mendapatkan potongan harga saat di bagian kasir, sehingga potongan harga bukan tertera pada produk tertentu saja.