

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini, kecanggihan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) berkembang cukup pesat. Kemajuan IPTEK memberi manfaat tersendiri bagi manusia, diantara manfaat berkembangnya IPTEK yaitu dalam bidang komunikasi yang semakin mudah. Salah satu contoh semakin banyaknya masyarakat yang memiliki HP (*hand phone*) yang dulu merupakan salah satu kebutuhan mewah, tapi sejak semakin berkembangnya teknologi hampir semua masyarakat kita saat ini memiliki HP (*hand phone*).

Banyaknya masyarakat yang memiliki HP (*hand phone*) secara otomatis kebutuhan akan pulsa akan bertambah pula. Mudahnya cara berbisnis pulsa mendorong seseorang untuk terjun berbisnis di bidang ini. Dari hari ke hari semakin banyak pula orang yang mendirikan toko isi ulang pulsa. Usaha isi ulang dilakukan dengan berbagai cara, baik dari segi pelayanan, harga, pemberian bonus dan lain sebagainya yang intinya untuk mendapatkan konsumen.

Setiap perusahaan harus menggunakan media dalam segala aspek, jika tidak tujuan perusahaan tidak terpenuhi dan akan mengakibatkan tidak diketahui keberadaannya. Pilihan media begitu banyak termasuk TV, radio, koran, majalah,

selebaran, SMS dan internet. Yang mana setiap media memiliki kelebihan dan kekurangan terkait biaya, kemampuan dan jangkauan dan pengaruhnya.<sup>1</sup>

Penggunaan media teknologi informasi saat ini sebagai jalur perdagangan baru merupakan jawaban atas majunya perdagangan internasional. Teknologi informasi memelopori tumbuhnya transaksi perdagangan pulsa dengan menggunakan sarana elektronik atau yang lebih dikenal dengan transaksi pulsa elektronik.

Kejelian pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana promosi, transaksi, toko *online*, maupun sarana bisnis lainnya. Dewasa ini, SMS (*Short Message Service*) selain digunakan untuk komunikasi juga dapat digunakan sebagai ajang bisnis yang digemari oleh masyarakat. Diantaranya yaitu: pencarian agen pulsa via SMS, dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan harga yang beredar di pasaran.

Salah satu perjanjian kerjasama yang sedang populer saat ini adalah kerjasama kemitraan dalam bisnis pulsa elektronik atau lebih dikenal dengan pulsa elektrik. Bisnis pulsa elektrik merupakan bisnis yang menyediakan barang berupa pulsa yang wujudnya maya, tidak bisa dilihat oleh mata dan diraba oleh tangan, namun apabila pulsa ini telah diterima oleh konsumen, pulsa ini bisa dirasakan kegunaannya oleh konsumen yakni sebagai satuan dalam perhitungan biaya telepon.

---

<sup>1</sup> Philip Kotler, John Wiley dan Sons, Hobokan, *New Jersey, Media: kotler on marketing* ([http://www.wiley.com/wiley\\_cda/wiley\\_title/product\\_cd.0471268674.html](http://www.wiley.com/wiley_cda/wiley_title/product_cd.0471268674.html), diakses 15 juni 2011)

Bisnis pulsa ini disediakan oleh *provider*<sup>2</sup> yang mendistribusikannya melalui *authorized dealer*<sup>3</sup> yang mempunyai banyak agen pulsa elektrik, dari agen inilah produk pulsa elektrik diperjual-belikan secara bebas kepada siapapun hingga sampai di tangan konsumen untuk diambil manfaatnya.

Distributor pulsa mengembangkan bisnis pulsa elektrik ini dengan cara menjalin kemitraan dagang dengan siapapun yang memiliki modal. Seseorang yang telah bekerjasama menjadi agen pulsa secara periodik akan menyetorkan sejumlah modal untuk dijadikan sebuah deposit yang dapat digunakan bertransaksi jual beli pulsa.

Pulsa merupakan kebutuhan primer bagi masyarakat untuk saat ini, dan bisnis pulsa sangat diminati oleh masyarakat di era globalisasi sekarang ini, yang menginspirasi masyarakat untuk bersemangat dalam berbisnis, karena bisnis pulsa ini sangat menjanjikan.

Sikap masyarakat yang seperti inilah yang dimanfaatkan oleh para distributor pulsa untuk mengembangkan dan memperluas jaringan bisnisnya. Mereka memanfaatkan media internet dan SMS untuk menawarkan produknya dan harga pulsa untuk calon agen beserta bonus yang akan didapatkan jika bergabung dengan perusahaan ini.

---

<sup>2</sup> Produsen atau pemilik merk dalam bisnis pulsa, Risal *cansavver* XL, *Wawancara*, Sidoarjo, 10 februari 2012

<sup>3</sup> Perusahaan yang diberi kuasa oleh *provider* untuk memasarkan layanan atau jasa yang disediakan oleh *provider*, Risal *cansavver* XL, *Wawancara*, Sidoarjo, 10 februari 2012

Media SMS merupakan cara bagi para distributor pulsa dapat berkomunikasi dengan para calon agennya, karena dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari adanya proses kegiatan komunikasi, baik itu dalam kegiatan interaksi antara individu yang satu dengan yang lain, ataupun kegiatan untuk mempengaruhi seseorang agar bergabung dalam bisnis ini.

Distributor pulsa dalam pemasarannya melakukan promosi yang berkaitan dengan perusahaannya, yaitu menawarkan harga yang murah, ketersediaan stok dan juga kecepatan transaksi bagi para agen yang berminat bergabung dalam bisnis ini, daftar harga yang murah, supaya para calon agen tertarik untuk bergabung dengan perusahaan mereka. Akan tetapi harga yang murah itu dapat berubah sewaktu-waktu dan pihak distributor pulsa/ perusahaan dapat merubah harga itu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada para agennya.

Agen mengetahui harga berubah setelah mereka mendapatkan laporan transaksi pengisian pulsa berhasil dimana dalam laporan tersebut terdapat jumlah deposit yang dimiliki oleh agen. Sistem pemasaran seperti ini sering terjadi hampir di semua distributor.

Sikap yang seperti ini, tidak sesuai dengan salah satu prinsip dalam bermuamalah yang harus menjadi akhlaq dan harus tertanam dalam diri pemasar adalah sikap adil (*al-'adl*). Sikap adil ini dibutuhkan ketika para pemasar

melakukan penjualan dan menawarkan produk-produknya. Karena itu transparansi dalam bisnis sangat di perlukan.<sup>4</sup>

Selain adil, diantara nilai transaksi yang juga penting dalam bisnis adalah *al-amanah* (kejujuran). Sifat ini merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang yang beriman. Cacat perdagangan di dunia kita dan yang paling banyak memperburuk citra perdagangan adalah kebohongan dan manipulasi, baik dalam menerangkan spesifikasi barang dagangan memberitahukan harga beli atau harga jual.<sup>5</sup>

Dewasa ini, banyak sekali para agen yang tertipu dengan promosi menjadi agen pulsa lewat SMS. Hal ini di sebabkan karena para agen tertarik dengan harga yang sangat murah yang ditawarkan oleh distributor tanpa mengecek terlebih dahulu data- data tentang distributor tersebut. Banyak agen yang kehilangan sejumlah uang karena deposit tidak bisa dibuat transaksi. Banyak pula, distributor dengan alamat kantor palsu.<sup>6</sup>

Permasalahan dalam bisnis pulsa seperti yang dijelaskan diatas, membuat penulis tertarik melakukan penelitian terhadap sistem pemasaran yang dilakukan oleh para distributor pulsa yang ada di Sidoarjo khususnya SN Center, menurut penulis masih jauh dari sifat- sifat yang harus dimiliki oleh pemasar seperti yang telah diuraikan diatas. Dalam distributor ini masih terdapat unsur ketidak jujuran

---

<sup>4</sup> Hermawan Kertajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, Bandung, PT. Mizan Pustaka, 2008, hal. 112

<sup>5</sup> Ibid, hal. 108

<sup>6</sup> <http://aimyaya.com/id/sosial/awas-hati-hati-dengan-penipuan-bisnis-agen-pulsa-bodong/> di akses 20 Januari 2012

dari seorang pemasar dalam menawarkan produknya dan juga dalam bisnisnya sifat keadilan juga belum sepenuhnya dimiliki oleh SN Center hal ini terbukti dari sifat SN Center yang menaikkan harga pulasanya tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada para agennya, hal ini tentu saja sangat merugikan bagi pihak agen.

Dari latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk membahas masalah ini, dengan mencoba melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kebenaran isi SMS yang dikirim oleh distributor dalam skripsi ini SN Center Sidoarjo. Fokus kajian dalam penelitian ini adalah “Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem Pemasaran Distributor Pulsa SN Center Sidoarjo”.

## **B. Identifikasi dan Batasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas dapat diidentifikasi mengenai permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan sistem pemasaran agen pulsa via sms

Adapun masalah yang ada yaitu:

- a. Sarana / media dalam menjalankan bisnis
- b. Penipuan dalam bisnis pulsa
- c. Sifat-sifat yang harus dimiliki oleh pemasar
- d. Sistem pemasaran distributor pulsa

- e. Analisis hukum Islam terhadap sistem pemasaran distributor pulsa

## 2. Batasan Masalah

Agar permasalahan ini bisa dikaji dengan baik, maka dari identifikasi masalah tersebut, penulis hanya membatasi pada masalah-masalah tentang:

- a. Sistem pemasaran distributor pulsa SN Center Sidoarjo.
- b. Analisis hukum Islam terhadap sistem pemasaran distributor pulsa SN Center Sidoarjo.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, permasalahan-permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sistem pemasaran distributor pulsa SN Center Sidoarjo ?
2. Bagaimana analisis hukum Islam terhadap sistem pemasaran distributor pulsa SN Center Sidoarjo?

## D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah upaya untuk mengetahui penelitian mana yang sudah pernah dilakukan dan mana yang belum. Tujuannya adalah agar tidak ada duplikasi atau plagiat dalam penelitian yang akan dilakukan.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Umar, Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2005) Cet VI, hal. 374

Berdasarkan penelusuran penulis, terdapat beberapa skripsi atau penelitian tentang pulsa. Akan tetapi, peneliti belum pernah menemukan skripsi atau penelitian yang secara khusus membahas tentang “Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem Pemasaran Distributor Pulsa SN Center Sidoarjo”. Dalam penelusuran awal, di dalam skripsi sebelumnya Aminatuz Zuhriyah pernah mengkaji masalah pulsa dengan judul : “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembulatan Biaya Pulsa Wartel, studi kasus di Desa Bungurasih Kecamatan Waru Sidoarjo”, dengan metode analisis data deduktif, induktif dan komparatif yang dibahas di sini adalah pembulatan pulsa wartel atau biaya penggunaan jasa telepon. Dengan hasilnya: pembulatan biaya pulsa wartel diperbolehkan dalam Islam karena hal tersebut dapat memberikan kemaslahatan.<sup>8</sup>

Dalam tahun 2008, Zulianah mengkaji dalam skripsinya “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Transaksi Jual Beli Pulsa Elektronik”, dengan metode deskriptif analisis, penelitian ini menjawab pertanyaan mengenai mekanisme transaksi jual beli pulsa elektronik dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap mekanisme transaksi jual beli elektronik. Dengan hasil jual beli pulsa elektronik ini dilihat dari segi keberadaan obyeknya masuk dalam kategori jual beli salam atau jual beli pesanan, dan mekanisme jual beli seperti ini diperbolehkan.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Skripsi oleh Aminatuz Zuhriyah, 2008, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembulatan Biaya Pulsa Wartel, studi kasus di Desa Bungurasih Kecamatan Waru Sidoarjo*

<sup>z</sup> Skripsi oleh Zulianah, 2008, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Transaksi Jual Beli Pulsa Elektronik*,



Pada tahun 2010, Aliyatul Fikriyah mengkaji dalam skripsinya ”Analisis Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Terhadap Tanggung Jawab Agen Atas Kerugian Jual Beli Pulsa Elektrik Yang Mengalami *Pending* Pulsa”, metode yang digunakan metode deskriptif kualitatif dengan pola pikir deduktif, penelitian ini membahas tentang tanggung jawab agen pulsa elektrik sehubungan dengan terjadinya *pending* pulsa yang akhirnya mengakibatkan pulsa itu gagal masuk ke nomor tujuan. Dengan hasil penelitian ada beberapa cara dalam melakukan isi ulang pulsa elektrik, salah satunya melalui distributor penjual pulsa. Dalam jual belinya ada unsur fasakh dan kafalah yang sudah sejalan dengan UUPK.<sup>10</sup>

Sedangkan dalam skripsi ini, penulis membahas tentang sistem pemasaran distributor pulsa SN Center apakah sistem yang digunakan oleh distributor pulsa ini sudah sesuai dengan konsep pemasaran menurut Islam dan apakah dalam menjalankan bisnisnya distributor pulsa SN Center juga sudah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam dan terdapat unsur *garar* atau tidak dalam bisnis ini.

Dari uraian di atas sudah jelas bahwa bahasan dalam skripsi ini dengan skripsi sebelumnya berbeda.

---

<sup>10</sup> Skripsi oleh Aliyatul Fikriyah, 2010, *Analisis Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Terhadap Tanggung Jawab Agen Atas Kerugian Jual Beli Pulsa Elektrik Yang Mengalami Pending Pulsa*

### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mencapai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sistem pemasaran distributor pulsa SN Center Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui analisis hukum Islam terhadap sistem pemasaran distributor pulsa SN Center Sidoarjo .

### **F. Kegunaan Hasil Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis ingin memperjelas kegunaan hasil penelitian yang ingin diraih dalam penulisan skripsi adalah:

1. Peneliti dapat memberikan wawasan kepada masyarakat tentang sistem pemasaran distributor pulsa SN Center Sidoarjo..
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi dan pertimbangan bagi masyarakat sebelum menjadi agen pulsa dan dapat dijadikan suatu pengalaman bagi peneliti untuk mengetahui lebih dalam lagi tentang hukum Islam.

### **G. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah penjelasan secara operasional tentang apa yang dimaksud oleh beberapa istilah dalam penelitian, agar tidak terjadi kerancuan makna, maka penulis merasa perlu dicantumkan definisi dalam judul yang diangkat, “Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem Pemasaran Distributor Pulsa SN Center Sidoarjo

Hukum Islam : Seperangkat peraturan berdasarkan wahyu Allah dan sunnah Rasul tentang tingkah laku manusia *mukallaf* yang diakui dan diyakini berlaku dan mengikat untuk semua umat yang beragama Islam.<sup>11</sup> Dalam bahasan ini mengenai konsep pemasaran dalam Islam, etika bisnis dalam Islam dan bagaimana perjanjian kerja dalam Islam

Sistem pemasaran : adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.<sup>12</sup> Menurut penulis pemasaran adalah cara penawaran produk dari distributor pulsa SN Center Sidoarjo kepada agennya

## H. Metode Penelitian

Metode penelitian atau metodologi penelitian adalah strategi umum yang dianut dalam pengumpulan dan analisis data yang diperlukan, guna menjawab persoalan yang dihadapi, ini adalah rencana pemecahan bagi persoalan yang diselidiki.

---

<sup>11</sup> Ahmad Thib Raya & Siti Musdah Mulia, *Menyclami Seluk-Beluk Ibadah dalam Islam*, (Bogor: Kencana, 2003), hal. 37

<sup>12</sup>Drs. Muhammad.M.ag, *Manajemen Bank Islam*, (Yogyakarta: UPP AMD YKPN,2002) hal. 194

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu menggambarkan obyek yang diteliti secara sistematis sehingga lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan.

#### 1. Data yang dikumpulkan

Data adalah suatu hasil pencatatan penelitian, baik berupa fakta maupun angka. Adapun yang data yang digunakan dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan adalah sebagai berikut:

- a. Data tentang mekanisme pemasaran distributor pulsa SN Center Sidoarjo.
- b. Data tentang hukum Islam terhadap sistem pemasaran distributor pulsa SN Center Sidoarjo.

#### 2. Sumber Data

Sumber data merupakan sumber dari mana data akan digali. Sumber data dalam penelitian ini, yaitu: buku-buku atau dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian ini dan apabila dilihat dari segi pentingnya data, maka sumber data dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu: sumber data primer dan sumber data sekunder.

##### a. Data primer

Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data dari sumber pertama, yaitu SN Center Sidoarjo meliputi:

- 1) Pemilik distributor, mengenai sejarah SN Center, struktur organisasi, daftar harga, produk-produk SN Center.

- 2) Karyawan distributor, mengenai cara mendaftar menjadi agen, bonus yang didapat, penentuan harga, keuntungan yang didapat, cara bertransaksi
- 3) Agen atau mitra distributor, mengenai keuntungan selama bergabung menjadi agen SN Center.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang bersifat membantu atau menunjang dalam melengkapi dan memperkuat serta memberikan penjelasan mengenai sumber data primer. Data sekunder yang dipakai oleh penulis antara lain:

- 1) Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Hukum Perdata Islam dan Perilaku Ekonomi Islam*, Sidoarjo, Pustaka VIV Grafika, 2009
- 2) Hendi Suhendi, *Fikih Muamalah*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2008
- 3) Hermawan Kertajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, Bandung, PT. Mizan Pustaka, 2008
- 4) M. Dawam Rahardjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, Yogyakarta, PT. Tiara Wacana Yogya, 1990
- 5) Chairuman Pasaribu, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, Jakarta, Sinar Grafika, 1994

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Observasi

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung pada objek yang diteliti.<sup>13</sup> Untuk melihat bagaimana distributor pulsa SN Center menawarkan produk kepada agen.

#### b. *Interview* (wawancara)

*Interview* yang sering digunakan dengan wawancara atau kuesioner lisan merupakan pengumpulan data dengan cara tanya jawab kepada informan atau responden, dalam tahap ini penulis melakukan wawancara dengan : Pemilik Distributor, Karyawan Distributor, Agen atau Mitra Distributor.

#### c. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip-arsip dan termasuk buku-buku tentang pendapat, teori, dalil atau hukum-hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dalam tahap ini penulis menggunakan

---

<sup>13</sup> Sukudin dan Mundir, *Metode Penelitian: Menimbang dan Mengantar Kesuksesan Anda dalam Dunia Penelitian*, (Surabaya: Insan Cendikia, 2005), hal. 218.

dokumen yang berkaitan dengan : sistem pemasaran distributor pulsa SN Center Sidoarjo berupa daftar harga, cara bergabung, cara transaksi.

#### 4. Teknik Analisis Data

Sesuai dengan arah studi yang dipilih maka teknik analisis data yang digunakan, yaitu: metode *deskriptif analisis* dengan pola pikir deduktif yaitu menjelaskan atau menggambarkan data hasil penelitian dengan diawali teori-teori atau dalil yang bersifat umum tentang konsep pemasaran dan aturan hukumnya, kemudian mengemukakan kenyataan yang bersifat khusus dari hasil penelitian tentang sistem pemasaran distributor pulsa SN Center Sidoarjo yang kemudian dianalisa menggunakan teori-teori tersebut, sehingga mendapatkan gambaran yang jelas mengenai masalah yang sedang diteliti.

#### I. Sistematika Pembahasan

Untuk mengarah tercapainya tujuan pembahasan skripsi dan juga agar skripsi ini menjadi satu kesatuan yang kronologis dan sistematis maka pembahasan yang akan di susun adalah sebagai berikut:

Bab Pertama: Pendahuluan, yang membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab Kedua : Bab ini berisi tentang “Konsep pemasaran, etika bisnis dalam Islam, akad dan harga”, yang terbagi dalam sub bab. Sub bab pertama membahas tentang pemasaran syari’ah yang meliputi pengertian pemasaran, dasar hukum pemasaran, karakteristik, prinsip-prinsip pemasaran syari’ah. Sub bab berikutnya membahas tentang etika bisnis yang terdiri dari pengertian bisnis, eksplorasi secara khusus yang dibahas al- Qur’an mengenai aktivitas bisnis. Sub bab berikutnya membahas tentang akad yang terdiri dari pengertian akad, syarat- syarat sah ijab kabul, syarat orang yang melakukan akad, syarat terjadinya akad, syarat sah akad. Sub bab berikutnya membahas tentang harga yang terdiri pengertian harga dan penetapan harga.

Bab Ketiga : Berisi tentang “Praktek pemasaran pulsa di SN Center Sidoarjo” yang meliputi Gambaran singkat Tentang: sejarah Berdirinya distributor pulsa SN Center Sidoarjo, cara mendaftar menjadi agen di SN Center, produk-produk distributor pulsa SN Center Sidoarjo, bonus yang didapat dengan gabung di SN Center, daftar harga distributor pulsa SN Center Sidoarjo.

Bab Keempat : Berisi tentang “Analisis sistem pemasaran distributor pulsa SN Center Sidoarjo” mengenai analisis praktek pemasaran pulsa di SN Center Sidoarjo dan juga mengenai analisis hukum Islam terhadap pemasaran pulsa SN Center Sidoarjo.



Bab Kelima : Merupakan bab penutup dari penyusunan skripsi ini, yang berisi tentang kesimpulan akhir dari penelitian yang dilakukan. Bab ini juga memuat saran-saran penulis yang merupakan akhir dari penulisan skripsi ini.