BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era yang semakin maju dan canggih mendorong kemajuan dalam bidang teknologi, terlebih pada bidang teknologi informasi. Pesatnya kemajuan teknologi tidak bisa pungkiri semakin memanjakan manusia, contohnya dalam hal informasi. Dengan berkembangnya teknologi informasi, kebutuhan manusia dalam mengakses informasi global dapat dipenuhi dengan cepat menggunakan teknologi internet. Dengan nternet, pengguna internet dapat mengakses lebih cepat dan mudah untuk mendapatkan informasi yang diinginkan.

Penggunaan teknologi internet terus meningkat dari tahun ke tahun. Kebutuhan internet sudah hampir diperlakukan sebagai salah satu kebutuhan sehari-hari. Beragam informasi, hiburan dan ilmu pengetahuan semuanya tersedia dan dapat diakses oleh pengguna internet. Kebutuhan manusia pada teknologi internet menjadi kebutuhan primer, tidak hanya bagi orang yang hidup di perkotaan saja bahkan di pedesaan, umur antara yang muda maupun yang tua semua membutuhkan internet. Dalam mengakses internet, orang memerlukan sebuah data yang disediakan oleh provider yang memiliki kemampuan mengakses internet dengan cepat dan efisien.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Internet *service provider* adalah perusahaan atau badan yang menyediakan jasa sambungan internet dan jasa lainnya yang berhubungan. Kebanyakan perusahaan telepon merupakan penyedia jasa layanan internet, pendaftaran nama domain, dan hosting. Bagi pengguna, untuk bisa terhubung ke dalam internet begitu sangat mudah. ISP akan membagikan koneksi koneksi internet kepada pelanggan yang membutuhkan koneksi internet.

Axis adalah suatu produk layanan telekomunikasi dari XL Axiata. Axis meluncurkan layanannya pada April 2008 dan kini tersedia di lebih dari 400 kota di seluruh Indonesia, termasuk Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bali, dan Lombok. Berkantor pusat di Jakarta. Axis merupakan operator seluler 2G, 3G, dan 4G dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia, melayani lebih dari 15 Juta pelanggan telepon seluler. [1]

Axis menyediakan layanan internet, blackberry, sms dan nelfon yang irit untuk *customer*. Berbagai paket internet disediakan oleh Axis dari mulai paket KZL, paket bronet, paket *unlimitied* dan masih banyak produk paket internet yang disediakan oleh axis untuk menunjang kebutuhan pengguna Axis terkhusus pada layanan internet. Dengan berbagai harga ditawarkan oleh Axis dengan kuota data yang sesuai kebutuhan pengguna Axis.

[1] Wikipedia, "Axis Telekom", wikipedia.org/wiki/axis_telekom,"diakses pada" tanggal 9 November 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam pembelian paket internet bagi pelanggan Axis tak jarang menemui adanya suatu permasalahan. Ketidaksesuaian akad dalam proses pembelian paket internet sering dialami oleh para pelanggan Axis. Sebagai contoh dalam suatu transaksi pembelian paket internet Axis internet gaul (*unlimitied* 1 bulan) sebesar Rp. 34.900,00 setelah mengisi pulsa sebesar Rp. 25.000,00 dan Rp. 10.000,00, namun setelah itu paketan yang sudah dibeli tidak bisa dipakai namun setelah beberapa jam kemudian mengisi pulsa lagi dengan besar yang sama dan pulsa itu hilang sebesar Rp. 34.000,00 namun kuota data tidak bertambah.

Adanya tidak ketidaksesuaian permintaan paket yang dialami pelanggan untuk pembelian 2 paket jumat baik bronet 3GB+obor 10GB sebesar Rp. 39.800,00 yang jika diakumulasikan mendapat 6GB+20GB (obor) tetapi yang terakmulasi hanya 6GB+10GB saja.

Di dalam skripsi ini penulis akan memaparkan bagaimana jual beli yang sesuai dengan syarat agar permasalahan tersebut dapat dikembalikan ke dasar hukum semula dan menjauhkan dari perkara syubhat. Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al-bay* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal al-bā' dalam bahasa arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *asy-syiraa'* (beli). Dengan demikian, kata *al-bay* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.[2]

[2] Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah, (Jakarta:Gaya Media Pratama,2007), 111.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara terminologi, terdapat beberapa definisi jual beli yang dikemukakan ulama fiqh, sekalipun substansi dan tujuan masing-masing definisi adalah sama. Ulama hanifiyah mendefinisikan dengan:

مُبَادَلَةُ مَالٍ بِمَالٍ عَلَى وَجْهٍ مَخْصُوْصٍ

Saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu; atau [3]

مُبَادَلَةُ شَيْئٍ سَرْغُوْبٍ فِيْهِ بِمِثْلِ عَلَى وَجْهٍ مُقَيَّدٍ مَخْصُوْصٍ

Tukar menukar sesuatu yang diingini dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. [4]

Makna secara etimologis ialah mengambil sesuatu dan menerima sesuatu. Secara etimologis, al-bai' juga berarti satu depa, entah dimaksudkan untuk tepukan atau untuk ikatan harga dan barang yang dihargai menurut persetujuannya. Dalam bermuamalah seperti jual beli (tukar menukar) hukumnya tetap berlaku, yakni kedua belah pihak memiliki sesuatu yang diserahkan kepadanya. Jual beli haruslah sesuai dengan ketentuan dalam Islam, objek dan kualitas suatu barang harus diketahui secara jelas dalam proses jual beli. Dalam surat *ash-shuarā'* ayat 181-183:

[3] Wahbah al-zZuhayli, al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu, juz IV, (Damaskus:Darul Fikri,1984),344.
[4] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

۞ أَوۡفُواْ ٱلۡكَيۡلَ وَلَا تَكُونُواْ مِنَ ٱلۡمُخۡسِرِينَ ١٨١ وَزِنُواْ بِٱلۡقِسۡطَاسِ ٱلۡمُسۡتَقِيمِ ١٨٢
وَلَا تَبۡخَسُواْ ٱلنَّاسَ أَشۡيَآءَهُمۡ وَلَا تَعۡثَوۡاْ فِي ٱلۡأَرۡضِ مُفۡسِدِينَ ١٨٣

Artinya : 181. Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain; 182. Dan timbanglah demham timbangan yang benar; 183.Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.[5] (Q.S. ash-Shuarā':181-183)

Ayat ini menjelaskan bahwa dalam bermuamalah seperti jualbeli, takaran dan kualitas suatu barang jual beli haruslah sempurna dan adil. Dalam masalah pembelian paket internet pelanggan Axis ini tidak sesuai dengan akad dan permintaan *customer* (pelanggan). Pelanggan adalah seorang individu ataupun kelompok yang membeli produk fisik ataupun jasa dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti harga, kualitas, tempat, pelayanan dan sebagainya berdasarkan keputusan mereka sendiri pada periode tertentu secara tetap dan berkala. [6]

Permasalahan yang dihadapi konsumen tidak hanya sekedar bagaimana memilih barang, tetapi jauh lebih kompleks dari itu menyangkut pada kesadaran semua pihak, baik pengusaha, maupun konsumen itu sendiri tentang pentingnya kenyamanan konsumen. Pengusaha menyadari bahwa mereka harus menghargai hak-hak konsmumen, memproduksi barang dan jasa yang berkualitas, aman untuk

[5] Departemen Agama RI, Al-Quran Mushaf Per Kata Tajwid, (Bandung:Jabal,2010),374.
[6] Para ahli net, "pengertian pelanggan",www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-pelanggan-menurut-para-ahli/,"diakses pada"tanggal 13 November 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digunakan atau dikonsumsi, mengikuti standart yang berlaku, dengan harga yang sesuai.[7]

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, terdapat beberapa masalah yang teridentifikasi dan memungkinkan untuk diteliti, yaitu:

1. Transaksi jual beli paket internet pelanggan Axis.
2. Tarif atau biaya setiap pembelian paket data Axis.
3. Pembelian paket internet pelanggan Axis menurut hukum Islam.
4. Tujuan adanya paket internet pelanggan Axis.
5. Pengaruh customer service terhadap permasalahan pelanggan Axis.
6. Pendapat customer service terhadap paket internet Axis.
7. Pendapat pelanggan Axis terhadap paket internet Axis.

Dari hasil identifikasi tersebut diatas peneliti akan membatasi permasalahan-permasalahan yang ada di dalam penelitian ini, yaitu:

1. Tentang praktik pembelian paket internet untuk pelanggan Axis.
2. Tentang analisis Hukum Islam terhdap pembelian paket internet pelanggan Axis di XL cabang Surabaya.

[7] Kadir Abdul. "Hukum Perlindungan Konsumen".mardyanto.wordpress.com/2013/04/16/perlindungan-konsumen/.diakses tanggal 29 November 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana praktik pembelian paket internet untuk pelanggan Axis?
2. Bagaimana Analisis Hukum Islam terhadap Pembelian Paket Internet Pelanggan Axis di XL cabang Surabaya?

D. Kajian Pustaka

Di dalam kajian pustaka ini, penulis akan memberikan beberapa penelitian yang sejenis mengenai pembelian paket data internet. Sehingga tujuan dalam kajian pustaka ini yaitu tidak adanya pengulangan pembahasan dalam penelitian.diantaranya adalah:

1. Skripsi yang ditulis "Sulastri" dengan judul "Analisis Hukum Islam Terhadap Promosi tarif Operator Seluler Indonesia". Skripsi menyatakan bahwa promosi operator seluler diIndonesia maliputi perjanjian tarif pulsa *flat* berupa pembicaraan gratis setelah mencapai durasi waktu tertentu dan bonus *Sort Message Service (SMS)* setelah mengirim SMS dalam jumlah tertentu. Promosi yang dilakukan oleh operator seluler Indonesia, yaitu IM3 dan XL Bebas karena sejalan dengan ketentuan Hukum Islam sebab mengandung unsur *gharar*.[8]
2. Skripsi yang ditulis "Irma Sari Ramadhani" dengan judul "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Pengguna Paket Internet

[8] Sulastri, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Promosi Tarif Operator Seluler Di Indonesia"(Skripsi--, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2009),87.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada Telepon Seluler". Skripsi tersebut menyatakan bahwa perlindungan hukum bagi pengguna internet sebernarnya telah diberikan kepada konsumen yakni berupa kewajiban yang dibebankan kepada pelaku usaha terkait sebuah pemberian informasi yang benar, jelas dan jujur dalam penggunaan layanan akses internet berupa paket internet dan kewajiban setiap pelaku usaha telekomunikasi untuk bertanggung jawab atas segala kesalahannya yang berakibat menimbulkan kerugian bagi konsumen. [9]

Sedangkan dalam skripsi ini penulis akan membahas mengenai pembelian paket internet pelanggan Axis, yang diperjualbelikan adalah paket kuota data internet Axis. Paket data tersebut diperjualbelikan dengan sistem SMS (*Sort Message Service*) dengan berbagai tarif atau harga yang bermacam-macam dan jenis paket yang beragam. Kesesuaian akad dengan obyek jual beli harus sesuai, dan tidak mengurangi apapun setelah akad berakhir. Dan obyek jual beli harus sesuai dengan takaran yang benar dan sama dengan iklan.

E. Tujuan Penelitian

Dalam rumusan masalah diatas, terdapat tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan praktik pembelian paket internet pelanggan Axis.

[9] Irma Sari Ramadhani, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Penggunaan Paket Internet Pada Telepon Seluler" (Skripsi--,Universitas Hasanuddin Makkasar, Makkasar, 2016),106.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan serta memahami analisis hukum Islam terhadap pembelian paket internet pelanggan Axis.

F. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam sua aspek, yaitu:

1. **Segi Teoritis**

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap pengembangan hukum Islam yang semakin meluas, khusunya dalam bidang Muamalah.

2. **Segi Praktis**

   Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam memberikan informasi mengenai Analisis Hukum Islam terhadap Pembelian Paket Internet Pelanggan Axis dan menyelesaikan beberapa permasalahan yang ada di dalamnya khususnya dalam bidang Muamalah.

G. Definisi Operasional

Dari judul yang dipaparkan oleh penulis diatas, maka perlunya penulis mendefinisikan judul tersebut agar mudah dipahami secara jelas sehingga tidak terjadi kesalahpahaman di dalam memahami judul ini, definisi operasional dari judul diatas ialah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hukum Islam	: segala aturan dan ketentuan yang bersumber dari al-Quran, Hadist dan pendapat para ulama tentang jual beli.
Paket Internet	: suatu layanan provider yang menawarkan paket internet dengan harga dan jenis paket yang bermacam-macam yang sesuai kebutuhan masyarakat di Axis Surabaya.

H. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan di XL Cabang Surabaya. Penelitian ini mengkaji terkait pembelian paket internet yang dilakukan oleh *provider* Axis. Berikut ini beberapa metode yang digunakan untuk memecahkan masalah ini, antara lain:

1. Pendekatan Penelitian

Dalam skripsi ini peneliti menggunakan Pendekatan Deskriptif Kualitatif yakni: mengungkapkan fakta, keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya. Dalam pendekatan ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah serta pertanyaan dan identifikasi masalah dalam kasus Pembelian Paket Internet Pelanggan Axis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. **Sumber data**

Sesuai data yang dikumpulkan diatas, maka sumber data pada penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sekunder, antara lain:

a. Sumber Data Primer

Yaitu sumber data yang didapat dari hasil wawancara terhadap pihak-pihak yang berkaitan dengan mekanisme pembelian paket internet pelanggan axis, antara lain:

i. Pelanggan axis di daerah Surabaya dan sekitarnya.

ii. Customer service

b. Sumber data sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, dan peraturan perundang-undangan.

Sumber data yang digunakan untuk memperkuat sumber data primer dan diperoleh dari refrensi kitab-kitab, artikel, website dan buku yang dikarang oleh ulama fiqh yang membahas tentang praktik jual beli Paket Promo Pelanggan axis, antara lain :

1. Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta:Gaya Media Pratama, 2007.
2. Wahbah Zzuhayli, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu,* juz VI, Damaskus:Darul Fikri,1984.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Departemen Agama RI, *Al-Quran Mushaf Per Kata Tajwid*, Bandung: Jabal, 2010.
4. Dapertemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya, Surabaya:Al Hidayah,2002.
5. Ibnu ‘Abidin, *Raddu al-Muhtār ‘Alā al-Ddur al-Mukhtār* jilid IV, Beirut: Dar al-Fikr,T.th.
6. Ibnu Hajar al-Asqalani, *Bulūghul Marām*,Jakarta: Gema Insani,2013.
7. Abu ‘Abdullah al Hakim Muhammad ibn ‘Abdullah, *al-Mustadrak ‘Alā al-Ṣaḥihayn, Vol. 2,* Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyah, 1990.
8. Ibn Majjah Abu ‘Abdullah Muhammad ibn Yazid al-Qazawini, *Sunah Ibn Mājah* ,Vol. 2, T.tp: Dar Ihya’ al-Kutub al-‘Arabiyah,T.th.
9. Imam Muslim, *Shahih Muslīm*, Juz IX, Beirut:Dar Al-Kutub al-Ilmiyah,T.th.
10. Hasan Ali, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Jakarta:Rajawali Pers,2003),
11. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA, CV, 2011.
12. Kasiram Moh, *Metode Penelitian*, Malang:UIN-Maliki Press, 2010.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

13. Muhadjir Neong, *Metode Penelitian Kualitatif Telaah Positivistik, Rasionalisti, Plenomenologik, dan Realisme Metaphisik,* Yogyakarta:Rake Sarasin, 1991.
14. Mardani, *Hukum Perikatan Syariah,*Jakarta:Sinar Grafika, 2013.
15. Muschlis Usman, *Kaidah-Kaidah Ushuliyyah dan Fiqhiyah Pedoman Dasar Dalam Istinbath Hukum islam*, Jakarta: Raja Grafindo,2002.
16. Sabiq Sayyid, *Fiqih As-Sunnah*, Juz 3, Beirut: Dar al-Fikr, Tth.
17. Syafi'i Rahmad*, Ilmu Ushul Fiqh*, Bandung:Pustaka Setia,2010.
18. Ibnu Majah, *Shahih Sunan Ibnu Majah*, Jakarta:Pustaka Azzam,T.th.
19. Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah:Studi tentang Teori Akad dalam Fiqh Muamalah*, Jakarta:Rajawali Pers,2007.
20. Mustafa Ahmad az-Zarqa',*al-'Uqūd al-Musamāh*, Damaskus: Mathabi Fata al-'Arab,1965.
21. Muhammad Yusuf Musa, *al-Amwal wa Nazhariyah al-'Aqd,*(Mesir: Dar al-Fikr, 1976).
22. Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalah Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*, Jakarta: Amzah, 2010.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

23. Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta:Raja Grafindo Persada,2008.
24. Muhammad bin Ismail, *Subul As-Salam*, Juz 3, Surabaya:Al-Hidayah,T.th.
25. Imam Az-Zubaidi, *Ringkasan Shahih Bukhari*, Arif Rahman Hakim,Surakarta:Insan Kamil Solo,2012.
26. Rahmad Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, Bandung: CV. Pustaka,2001.
27. Abdul wahid, Nazaruddin, *Sukuk Memahami dan Membedah Obligasi Pada Perbankan Syariah*, Yogyakarta:Ar-Ruzz Media,2010.
28. Adiwarman A.Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: rajawali Press,2004.
29. Fathi ad-Duraini, *al-Fiqh al-Islami al-Muwaran ma'a al-Muzahib*, Damaskus: Mathba'ah ath-Tharriyyin,1979.
30. Abdul ghafur, *Hukum Perikatan di Indonesia*, Yogyakarta:UGM Press,2010.
31. Imam Zakariyah an-Nawawi, *al-Majmū' Sharḥ al-Muhadhdhab jilid IX*, Jeddah:Maktabah al-Isyah,T.th.
32. Abu Usamah Salim bin I'ed Al-Hilali, *Bahjatun al-Nāẓirīn*, Abdul Ghafar, Jakarta:Pustaka Azzam,2005.
33. http://id.m.wikipedia.org/wiki/Axis_Telekom.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

34. http://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-pelanggan-menurut-para-ahli/.
35. https://mardyantongara.wordpress.com/2013/04/16/perlindungan-konsumen/
36. Irma Sari Ramadhani, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Penggunaan Paket Internet Pada Telepon seluler" Skripsi--,Universitas Hasanuddin Makassar, Makassar, 2016.
37. Sulastri, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Promosi Tarif Operator Seluler Di Indonesia" Skripsi --, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2009.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. *Interview* (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang ingin diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondenya sedikit atau kecil.[10] Yang menjadi obyek wawancara adalah Customer service Axis dan Pelanggan Axis (Pembeli Paket Pelanggan Axis).

[10] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D, (Bandung:ALFABETA,CV,2014), 138.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Dokumentasi

Data kepustakaan yang diperoleh melalui penelitian yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen resmi, publikasi, dan hasil penelitian.[11]

4. Teknik Pengolahan Data

a. *Editing,* yaitu memeriksa kembali lengkap atau tidaknya data-data yang diperoleh dan memperbaiki bila terdapat data yang kurang jelas atau meragukan.[12] Teknik ini betul-betul menuntut kejujuran intelektual (*intelectual honestly*) dari penulis mengadakan pemerikasaan kembali data-data tentang pembelian paket pelanggan Axis.

b. *Organizing,* yaitu mengatur dan menyusun data sumber dokumentasi sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh gambaran yang sesuai dengan rumusan masalah, serta mengelompokkan data yang diperoleh. Dengan begitu penulis menyusun data tentang proses awal hingga akhir pembelian paket pelanggan Axis.

c. *Analyzing,* yaitu upaya mencari dan menyusun secara sistematis hasil wawancara juga dokumentasi yang disusun secara sistematis dan dianalisis secara kualitatif untuk memberikan kejelasan pada masalah yang dibahas dalam skripsi

[11] Ibid,240.
[12] Moh. Kasiram, Metode Penelitian, (Malang:UIN-Maliki Press, 2010), 125.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini.[13] Tahap ini bermaksud menganalisis dan merumuskan pembelian paket pelanggan Axis.

5. **Teknik Analisis Data**

Data yang diperoleh dari lapangan akan dianalisis oleh Penulis dengan metode antara lain:

Deskriptif analisi yaitu metode yang bertujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap suatu obyek penelitian yang diteliti melalui sampel atau data yang telah terkumpul dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Dalam metode ini akan memaparkan dan menggambarkan tentang pembelian paket pelanggan Axis di daerah Surabaya. Setelah itu dianalisi dengan pola pikir deduktif untuk mengemukakan kenyataan dari hasil penelitian yang bersifat khusus, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum.

Setelah itu praktik pembelian paket promo tersebut dianalisis dengan metode pengambilan hukum, yakni *al-bay* dan dihubungkan dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

6. **Sistematika Pembahasan**

Bab Pertama merupakan bagian pendahuluan yang tediri dari, latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan

[13] Neong Muhadjir, Metode Penelitian Kualitatif Telaah Positivistik, Rasionalisti,plenomenologik, dan Realisme Metaphisik, (Yogyakarta:Rake Sarasin, 1991), 183.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab Kedua merupakan bagian landasan teori yang memuat tentang konsep jual beli dalam Hukum Islam, yaitu pengertian, dasar hukum, rukun, syarat, dan obyek jual beli.

Bab Ketiga merupakan bagian yang yang membahas provider Axis, visi dan misi Axis, penetapan harga serta produk paket internet yang di tawarkan Axis, cara jual beli paket internet pelanggan Axis, perlindungan hukum terhadap konsumen (pelanggan Axis), pendapat pembeli tentang paket Internet Axis, dan pendapat Customer Service terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Pembeli Paket Internet Axis.

Bab Keempat merupakan bagian yang menguraikan analisi hukum islam terhadap Pembelian Paket Internet Pelanggan Axis.

Bab Kelima adalah bab terakhir atau penutup dari keseluruhan ini pembahasan skipsi yang berisi kesimpulan dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id