

**TINJAUAN HUKUM ISLAM  
DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999  
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN  
TERHADAP MEKANISME PENJUALAN NADA SAMBUNG  
PADA PROVIDER SELULER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
**Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya**  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
dalam Menyelesaikan Program Sarjana Starata Satu  
Ilmu Syariah

<b>PERPUSTAKAAN</b>	
<b>IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA</b>	
No. KLASIK S-2011 110 M	No. REG : S-2011 / M / 110 Oleh: <b>BUKU :</b> TANGGAL : <b>NUR ALIFAH HAYATI AKBAR</b>

**NIM: C02207135**

**Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel**  
**Fakultas Syari'ah**  
**Jurusan Muamalah**

**SURABAYA**  
**2011**

**GADJAHBELANG**  
**8439407-5953789**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Nur Alifah Hayati Akbar  
NIM : C02207135  
Fakultas/Jurusan : Syari'ah / Muamalah  
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Mekanisme Penjualan i-Ring psds Provider Seluler

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

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

Surabaya, 21 Juni 2011

Saya yang menyatakan,



Nur Alifah Hayati Akbar  
C02207135

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**Skripsi yang ditulis oleh Nur Alifah Hayati Akbar nim: C02207135 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.**

**Surabaya, 21 Juli 2011**

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

**Pembimbing,**



**Muwahid. S. H. M. Hum**

**Nip. 197803102005011004**

## PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Nur Alifah Hayati Akbar ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel pada hari Kamis, tanggal 09 Agustus 2011, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Syari'ah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Ketua,



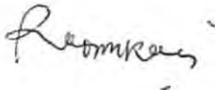
**Muwahid. S. H. M. Hum**  
NIP.197803102005011004

Sekretaris,



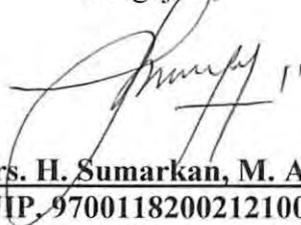
**Dr. Fatmah, ST, MM.**  
NIP197507032007012020

Penguji I,



**Drs. H. Akh. Mukarram, M. Hum**  
NIP. 195609231986031002

Penguji II,



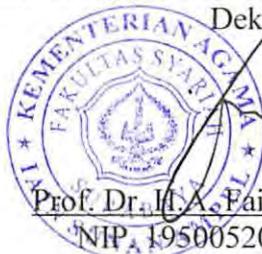
**Drs. H. Sumarkan, M. Ag.**  
NIP. 97001182002121001

Pembimbing,



**Muwahid. S. H. M. Hum**  
NIP.197803102005011004

Surabaya, 15 Agustus 2011  
Mengesahkan,  
Fakultas Syariah  
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel  
Dekan.



**Prof. Dr. H. A. Faishal Haq, M. Ag.**  
NIP. 195005201982031002

## **ABSTRAK**

**Skripsi ini adalah hasil penelitian lapangan tentang "Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Mekanisme Penjualan Nada Sambung pada Provider Seluler", penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang: 1) Bagaimana mekanisme penjualan nada sambung pada provider seluler? 2) Bagaimana tinjauan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap mekanisme penjualan nada sambung pada provider seluler ? 3) Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap mekanisme penjualan nada sambung pada provider seluler?**

**Skripsi ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pola pikir induktif –deduktif kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif analitis. Data penelitian ini dihimpun dari data primer yang berasal dari website resmi dari provider yang telah dipilih yakni provider Indosat, XL dan Telkomsel sesuai rekomendasi perusahaan karena kesibukan yang ada dan data skunder yaitu bahan pustaka yang berhubungan dengan penelitian.**

**Mekanisme penjualan nada sambung pada provider seluler yang dimaksud adalah penjualan nada sambung yang disediakan penyedia konten dari setiap provider dengan cara menekan tombol tertentu sesuai arahan operator sesaat sebelum mendengarkan musik pengganti nada sambung tuut tuut saat menghubungi seseorang yang kebetulan memiliki nada sambung. Dari cara seperti inilah banyak pelanggan yang merasa dirugikan. Penjualan nada sambung dengan pilihan layanan copy nada sambung tidak ada keterangan larangan yang mengharamkannya namun, penjualan yang seperti ini hendaklah informasi diperjelas kembali agar tidak terjadi kerugian pada konsumen, konsumenpun tidak salah paham dengan mengira pihak provider melakukan penipuan atau pengebakan.**

**Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dalam suatu sengketa maka janganlah takut untuk melaporkan para pelaku usaha yang tidak beriktikad baik dalam usahanya, para provider sebaiknya lebih bersikap tegas terhadap penyedia konten yang tidak beriktikad baik dalam menjalankan usahanya dengan menghentikan hubungan kerja jika tidak memperbaiki sistemnya atau dengan cara lain sesuai keadaan, sebagai pelaku usaha sebaiknya lebih mengutamakan hak konsumen dan menjalankan kewajibannya dengan begitu citra baik perusahaan akan tercipta.**

## DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TRANSLITERASI .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....</b>	<b>8</b>
<b>C. Rumusan Masalah.....</b>	<b>9</b>
<b>D. Kajian Pustaka .....</b>	<b>10</b>
<b>E. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>F. Kegunaan Hasil Penelitian.....</b>	<b>13</b>
<b>G. Definisi Operasional .....</b>	<b>14</b>
<b>H. Metode Penelitian.....</b>	<b>15</b>
<b>I. Sistematika Pembahasan .....</b>	<b>20</b>
<b>BAB II JUAL BELI DALAM PANDANGAN ISLAM DAN KETENTUAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN .....</b>	<b>23</b>

<b>A. Jual Beli dalam Pandangan Islam .....</b>	<b>23</b>
1. Pengertian Jual Beli .....	23
2. Dasar Hukum Jual Beli .....	25
3. Prinsip-prinsip Jual Beli.....	27
4. Syarat Jual Beli.....	28
5. Rukun Jual Beli.....	36
6. Macam-macam Jual Beli.....	36
7. Penentuan Harga.....	40
<b>B. Ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen .....</b>	<b>42</b>
1. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	42
2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	44
3. Penyelesaian Sengketa .....	47
<b>BAB III MEKANISME PENJUALAN NADA SAMBUNG PADA PROVIDER .....</b>	<b>50</b>
<b>A. Gambaran Umum.....</b>	<b>50</b>
1. Provider Seluler Indosat.....	50
2. Provider Seluler XL .....	54
3. Provider Seluler Telkomsel.....	58
<b>B. Sejarah Nada Sambung.....</b>	<b>61</b>
<b>C. Pelaksanaan Penjualan Nada Sambung .....</b>	<b>62</b>

<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM TERHADAP MEKANISME PENJUALAN NADA SAMBUNG PADA PROVIDER SELULER .....</b>	<b>67</b>
	<b>A. Analisis Pelaksanaan Penjualan Nada Sambung .....</b>	<b>67</b>
	<b>B. Analisis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Mekanisme Penjualan Nada Sambung pada Provider Seluler .....</b>	<b>70</b>
	<b>C. Analisis Hukum Islam Konsumen terhadap Mekanisme Penjualan Nada Sambung pada Provider Seluler .....</b>	<b>72</b>
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
	<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>75</b>
	<b>B. Saran.....</b>	<b>77</b>

**DAFTAR PUSTAKA**

**BIODATA**

**LAMPIRAN**

## BAB I

# TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP MEKANISME PENJUALAN NADA SAMBUNG PADA PROVIDER SELULER

### A. Latar Belakang Masalah

Setiap produsen selalu menginginkan produk-produk yang ia ciptakan setiap penjualannya laris manis, sehingga sasaran dan tujuan perusahaannya tercapai, dengan itu perusahaan dapat memberikan jaminan kehidupan bagi pemilik perusahaan dan karyawan yang terdapat dalam perusahaan, serta kestabilan dan perkembangan perusahaan juga terjaga. Untuk itu produsen biasanya menyiapkan strategi-strategi untuk meluncurkan produknya dengan promosi di media-media yang tersedia baik cetak maupun elektronik. Selain itu peluncuran produk dapat berjalan lancar dengan strategi pemasaran yang jitu. Produsen selalu memikirkan kegiatan pemasaran produknya, jauh sebelum produk itu dihasilkan sampai produk tersebut dikonsumsi oleh si konsumen yang terakhir. Selain untuk memenuhi sasaran dan tujuan perusahaan pemasaran bertujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan, untuk membangun hubungan timbal-balik yang menguntungkan dengan pelanggan.<sup>1</sup> Namun tidak semua

---

<sup>1</sup> Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Prinsi Prinsip Pemasaran* alih bahasa Damos Sihombing judul asli *Principle of Marketing*, (Jakarta:Erlangga,2001), ix.

produsen melakukan kegiatan pemasaran yang sesuai dengan tujuan pemasaran itu sendiri.

Definisi pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Penjualan termasuk bagian dari kegiatan pemasaran. Sebagian besar orang mengidentikkan pemasaran dengan penjualan, penjualan hanyalah salah satu dari berbagai fungsi pemasaran. Penjualan adalah sesuatu yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.<sup>2</sup>

Adanya pasar bebas yang mengakibatkan dunia perdagangan menjadi persaingan promosi yang lebih seru, karena banyaknya jenis produk yang ditawarkan. Berbagai jenis produk yang ditawarkan sangat berhati-hati dalam mengisi dicelah-celah bisnis melalui promosi. Mengatur strategi pemasaran melalui promosi antar produsen agar produknya meningkat dan jangkauan pasar lebih luas merupakan jurus yang harus dilakukan.

Promosi melalui media periklanan sangatlah efisien karena menggunakan biaya rendah dan mempunyai daya tarik yang kuat. Periklanan merupakan cara

---

<sup>2</sup> [http://digilib.petra.ac.id/jiunkpe/S1/eman/2010/Strategi penjualan.pdf](http://digilib.petra.ac.id/jiunkpe/S1/eman/2010/Strategi%20penjualan.pdf)

yang baik untuk memberi informasi dan memperkenalkan konsumen untuk memilih atau membeli produk yang dimiliki produsen. Karena itu periklanan dalam pemasaran dalam suatu produk mempunyai hubungan penting antara pelaku usaha dengan konsumen yakni masyarakat itu sendiri, melalui pemberian informasi mengenai produk yang terdapat dalam iklan maka perusahaan akan membina hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan membangun “ citra perusahaan ” yang baik dan menangani atau menyingkirkan gosip, cerita dan peristiwa yang merugikan perusahaan.<sup>3</sup> Dalam Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada pasal 4, diterangkan konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Dengan demikian iklan sangat membantu dalam menjalankan kewajiban si pelaku usaha dalam menjalankan peraturan tersebut.

Dengan adanya periklanan yang mencantumkan informasi tentang produk barang atau jasa maka jual-beli yang dilakukan produsen akan terhindar dari pertentangan di antara manusia, menjaga kemaslahatan orang yang sedang akad, menghindari jual-beli gharar (terdapat unsur penipuan). Jika dalam jual beli terdapat unsur gharar maka jual beli dianggap batal.<sup>4</sup> Gharar memakan harta orang lain dengan bathil karena ketidak jujuran pelaku usaha. Allah SWT

---

<sup>3</sup> Kotler, *Prinsip Prinsip Pemasaran*, 112.

<sup>4</sup> Rahmat Sya'ei. *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia : 2001), 76.

melarang memakan harta orang lain dengan cara batil sebagaimana tersebut dalam Firmannya.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui. (QS, Al-Baqarah: 188)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS: An-Nisa':29)

Manusia diberi kebebasan bermuamalah namun harus ingat juga dengan kebebasan orang lain sehingga Islam mengatur transaksi berdasarkan prinsip antarodhin sehingga salah satu pihak tidak merasa dirugikan dan dicurangi atau ditipu karena ada *unknown to one party* (yang mana satu pihak tidak

mengetahui informasi yang diketahui pihak lain) atau dalam bahasa fikih disebut *tadlis*.<sup>5</sup>

Kemajuan teknologi yang pesat membuat masyarakat kita menjadi ketergantungan. Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi melahirkan berbagai dampak, baik dampak positif maupun dampak yang negatif. Dampak yang positif tentu saja merupakan hal yang diharapkan dapat bermanfaat bagi kemaslahatan manusia di dunia termasuk Indonesia, dampak negatif yang timbul dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi harus juga dipikirkan solusinya, karena hal tersebut dapat menimbulkan kerusakan pada kehidupan manusia, baik kehidupan secara fisik maupun kehidupan mentalnya jika digunakan dengan cara yang salah demi mendapatkan keuntungan semata.

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

Salah satu dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi adalah perkembangan komunikasi, dari mengenal telegram, telepon rumah dan sekarang ini telepon genggam yang dikenal dengan *handpone* (HP). Telepon genggam tidak dapat digunakan jika tidak ada pihak penyedia jasa telekomunikasi, pihak ini lambat laun juga mengalami perkembangan teknologi dengan banyaknya konten dan layanan-layanan salah satunya adalah layanan nada sambung.

Nada sambung pada setiap provider memiliki nama masing-masing. *i-Ring* untuk *provider* Indosat yang artinya nada sapa pribadi dari Indosat yang

---

<sup>5</sup> *Tadlis* adalah informasi yang tidak lengkap, transaksi dimana salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui pihak lain.

memberikan keleluasaan bagi pelanggan untuk mengganti bunyi normal nada panggil (nada yang terdengar oleh pelanggan sebelum telepon diangkat oleh penerima) dengan suara atau musik yang disukai. NSP (nada sambung pribadi) untuk *provider* Telkomsel yang artinya adalah inovasi baru dari Telkomsel yang memungkinkan Anda pengguna kartu HALO, kartu simPATI, kartu As mengganti suara tuut...tuut... dari nada sambung yang biasa didengar dengan berbagai jenis musik sesuai dengan selera, sehingga siapapun yang menelepon bisa mendengar lagu- lagu asik saat menunggu panggilannya diangkat, sedang untuk *provider* XL memberi nama RBT (ring back tone) yang berarti nada sambung pengganti nada asli dengan nada yang disukai bagi pelanggan XL.

Berawal dari keluhan saudara dan teman-teman mengenai produk nada sambung pada *Provider*, dia merasa ditipu dengan promosi nada sambung saat ini. Pada umumnya nada sambung dijual dengan registrasi, contoh: Reg (spasi) SO7radio kirim ke 1234. Namun, saat ini ada strategi baru dalam peluncuran nada sambung dengan cara *copy i-Ring* pada Indosat, *ring copy* untuk Telkomsel dan *copy* RBT pada XL . Penelpon melakukan panggilan ke nomor lain yang memiliki nada sambung, sesaat sebelum musik terdengar akan keluar suara operator, contoh dalam M3: “tekan \* (bintang untuk *copy i-Ring ini*)”, sedangkan dalam XL: “ingin lagu ini jadi RBT kamu tekan 5(lima)” dan dalam Telkomsel “silahkan tekan \*(bintang) untuk *copy ring ini*”. Cara ini sering kali dianggap merugikan konsumen karena konsumen merasa dirugikan dan

dicurangi atau ditipu. Ketika penelpon mendengar si operator bersuara si penelpon secara tidak sadar ia mengikuti intruksi tersebut, secara otomatis ia mengikuti program *copy* nada sambung. Mereka baru menyadarinya saat pulsa mereka berkurang. Hal ini sangat merugikan. Karena selain menjebak informasi mengenai harga, jangka waktu, cara menonaktifkan serta prosedur lainnya tidak jelas. Namun, apakah strategi tersebut memang salah satu strategi penjualan nada sambung saat ini yang paling jitu untuk menjaring konsumen dan apakah benar para perusahaan *provider* selama ini tidak memberikan informasi pada pelanggannya, hal ini masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui kejelasannya agar tidak mencemari nama baik *provider*. Penjelasan informasi mengenai *copy* nada sambung juga perlu digali secara detail.

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

Melihat secara kasat mata kewajiban pelaku usaha mengenai hak konsumen dalam Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Tinjauan Hukum Islam pemasaran produk nada sambung tersebut kurang benar karena kurangnya informasi mengenai produk, sedangkan dalam Undang-undang Perlindungan Kosumen sendiri dijelaskan mengenai hak konsumen untuk mengetahui informasi mengenai produk. Berangkat dari kajian di atas, maka peneliti menganggap penting kajian tentang prosedur nada sambung pada *provider seluler* secara langsung dengan melihat fakta yang ada agar dapat mengambil kesimpulan apakah penjualan nada sambung saat ini memang mengandung unsur penipuan atau tidak, penjualan tersebut telah memenuhi

syarat, rukun dan prinsip jual beli menurut syari'ah atau belum, serta apakah strategi penjualan nada sambung saat ini telah memenuhi hak-hak konsumen. Penjelasan mengenai ini akan dipaparkan dalam bab-bab selanjutnya.

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

Dalam penelitian yang dilakukan selanjutnya, banyak kemungkinan-kemungkinan cakupan pembahasan yang dapat muncul, jika diidentifikasi maka dapat ditulis sebagai berikut:

1. Sejarah terciptanya nada sambung.
2. Awal mula penjualan nada sambung dengan pilihan layanan *copy* nada sambung.
3. Melalui media apa saja iklan *copy* nada sambung dipromosikan.
4. Bentuk promosi yang telah dilakukan *provider*.
5. Prosedur pemakaian *copy* nada sambung.
6. Landasan dasar jual beli.
7. Rukun pelaksanaan jual beli.
8. Syarat jual beli.
9. Pembahasan barang dan harga.
10. Hukum dan sifat jual beli.
11. Jual beli yang dilarang dalam Islam.
12. Macam-macam jual beli.

13. Hal yang membatalkan jual beli.

14. Hak dan kewajiban pelaku usaha dalam Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

15. Hak dan kewajiban konsumen dalam Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

16. Perbuatan yang dilarang pelaku usaha.

17. Tanggung jawab pelaku usaha.

18. Penyelesaian sengketa.

Agar pembahasan dapat fokus dan mencapai apa yang diharapkan, maka masalah penelitian di batasi 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

1. Mekanisme penjualan nada sambung pada *provider seluler*.

2. Tinjauan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap mekanisme penjualan nada sambung pada *provider seluler*.

3. Tinjauan hukum Islam terhadap mekanisme penjualan nada sambung pada *provider seluler*.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme penjualan nada sambung pada *provider seluler*?

2. Bagaimana tinjauan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap mekanisme penjualan nada sambung pada *provider seluler*?
3. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap mekanisme penjualan nada sambung pada *provider seluler*?

#### D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat penelitian yang sejenis sebelumnya, sehingga tidak menimbulkan penelitian yang berulang.

Masalah jual beli nada sambung pada *provider* sudah tidak asing lagi bagi

sebagian masyarakat kita namun masalah fasilitas nada sambung dengan jenis *copy* nada sambung masih belum ada kejelasan tentang kepastian hukumnya.

Dalam bentuk skripsi masalah penjualan nada sambung dengan jenis *copy* nada sambung belum ada yang membahasnya.

Skripsi yang membahas jual beli dengan melalui media elektronik sebagaimana perkembangan teknologi saat ini serta skripsi yang membahas tentang *provider seluler* sebagai berikut:

1. Skripsi saudara Mochammad Khoirul Huda mahasiswa IAIN Sunan Ampel NIM: Berjudul: “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli dalam Sistem Online*”. pada skripsi ini penulis membahas tentang bagaimana praktek transaksi jual beli dengan sistem online yang merupakan proses

pertukaran dan distribusi informasi antara dua pihak di dalam satu perusahaan online dengan menggunakan internet dengan cara melakukan browsing pada situs-situs perusahaan yang ada, memilih suatu produk, menanyakan harga, membuat satu penawaran, sepakat untuk melakukan pembayaran, mengecek identitas dan validitas mekanisme pembayaran, penyerahan barang oleh penjual dan penerimaan oleh pembeli.

2. Skripsi saudara Yeni Perwitawati mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya NIM: C02205033, berjudul: *"Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Yang Dilakukan Oleh Maritza Batik Kabupaten Kediri"*. Pada skripsi ini membahas tentang system jual beli online yang dilakukan oleh Maritza Butik Kabupaten Kediri dan bagaimana tinjauan hukum Islam mengenai jual beli *Online* pada Maritza butik. Mengenai jual beli yang menggunakan jaringan internet dimana semua orang dapat melakukan transaksi jual beli dimanapun mereka berada selama mereka terhubung dengan jaringan internet, khususnya yang terjadi dengan Maritza Butik.
3. Skripsi saudara Siti Khoiriyah mahasiswa IAIN Sunan Ampel NIM: C02205047, berjudul " *Tinjauan Hukum Islam Dan Undang-undang Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Provider Seluler di Televisi (Studi Kasus Tentang Iklan Provider Seluler XL)*". Dalam penelitian ini menyimpulkan permasalahan tentang iklan provider seluler XL, yang mana iklan-iklan yang kita ketahui terkadang membuat konsumen menjadi salah

kaprah dalam menyingkapnya dan hal ini menyangkut sekali dalam perlindungan konsumen agar para pelaku iklan tidak sembarang dalam mengiklankan iklannya dan hal ini juga berkaitan dengan etika berbisnis dalam Islam kemudian di analisis dengan Tinjauan Hukum Islam dan Undang-undang Perlindungan Konsumen.

Sedangkan skripsi yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Mekanisme Penjualan Nada Sambung pada provider seluler*”. Skripsi ini belum ada yang membahas, dalam penelitian ini difokuskan pada bentuk mekanisme penjualan *copy* nada sambung pada *provider*. Mengenai uraian semua prosedur yang ada untuk transparansi mengenai informasi nada sambung dalam jenis layanan berupa *copy* nada sambung. Kemudian dianalisis dengan Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui mekanisme penjualan nada sambung pada *provider seluler*.

2. Untuk mengetahui Tinjauan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap mekanisme penjualan nada sambung pada *provider seluler*.
3. Untuk mengetahui Tinjauan Hukum Islam terhadap mekanisme penjualan nada sambung pada *provider seluler*.

#### **F. Kegunaan Hasil penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini secara umum dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat luas dan pihak lain yang memanfaatkannya, selain itu kegunaan tersebut diantaranya:

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

1. Kegunaan teoritis.
  - a. Memberikan wawasan keilmuan yang luas bagi para pembaca.
  - b. Sebagai bahan salah satu bacaan bagi penelitian berikutnya yang mempunyai relevansi dengan skripsi ini.
  - c. Diharapkan menambah keragaman ilmu keislaman yang semakin berkembang.
  - d. Sebagai sumbangsih dalam khasanah keilmuan bagi mahasiswa *syari'ah* untuk mendalami hukum Islam.
2. Kegunaan praktis.
  - a. Dari penelitian ini diharapkan dapat membantu konsumen untuk mendapatkan haknya dalam hal transparansi informasi mekanisme

penjualan nada sambung sesuai Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

- b. Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen dan para pembaca mengenai mekanisme penjualan nada sambung dengan jenis *copy* nada sambung ini mengandung unsur penipuan (*gharar*) atau tidak, sesuai Syariah.
- c. Sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan untuk menciptakan strategi penjualan yang tidak cenderung menipu atau mencurangi konsumen.

## G. Definisi Operasional

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

Supaya pembahasan dalam penelitian ini dapat dipahami secara mendalam dan dapat mencegah adanya kesalahpahaman terhadap isi tulisan ini, maka peneliti sebelumnya akan menjelaskan definisi operasional yang berhubungan dengan judul tulisan ini, yaitu: “*Tinjauan Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Mekanisme Penjualan Nada Sambung Pada Provider Seluler*”.

### 1. Hukum Islam

Peraturan dan ketentuan yang terdapat pada Fikih-fikih dan dalil pendukung lainnya sesuai Hukum Islam yang dipetik dari Kitabullah dan

Sunnah Rasul dengan jalan mempergunakan ijtihad.<sup>6</sup> Terutama mengenai pembahasan jual beli dalam islam sesuai materi skripsi.

## 2. Nada Sambung

Nada sapa yang memberikan keleluasaan bagi pelanggan untuk mengganti bunyi normal nada panggil (nada yang terdengar oleh pelanggan sebelum telepon diangkat oleh penerima berupa tuut tuut tuut) dengan suara atau musik yang disukai.

## 3. Provider Seluler

Perusahaan penyedia layanan komunikasi telepon seluler. Adapun yang dimaksud oleh penulis sesuai pembahasan skripsi adalah Indosat, XL dan Telkomsel.

## H. Metode Penelitian

Adapun bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan memakai metode penelitian Kualitatif, dimana peneliti akan memaparkan permasalahan yang sebenarnya sebagaimana penelitian yang telah dilakukan dengan metode ilmiah lain sebagai penunjang.<sup>7</sup> Metode ilmiah lain yang dimanfaatkan untuk menunjang terpenuhinya data adalah metode penelitian kepustakaan, penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data-

---

<sup>6</sup> Hasbi Ashshiddeqy, *Pengantar Hukum Islam* jilid 1, (Jakarta, Bulan Bintang, 1981), 24.

<sup>7</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Rosda Karya, 2009): 7.

data atau keterangan dengan bantuan buku-buku yang terdapat dalam perpustakaan kemudian akan dianalisis dengan metode deskriptif analitis.

#### 1. Sumber Data.

Sumber data penelitian ini merupakan sumber dimana data yang telah diperoleh yakni:

##### a. Data primer.

Dalam penelitian ini sumber data primer mengenai hal yang terkait dengan pembahasan skripsi mengambil dari beberapa *website provider seluler* yang telah ditentukan, hal ini dilakukan karena perusahaan yang telah menjadi objek peneliti tidak dapat memberikan informasi langsung karena kesibukan yang ada di dalam perusahaan sehingga perusahaan hanya memberikan informasi melalui website, yang didalamnya telah terdapat informasi-informasi yang terkait dengan perusahaan, sumber data primer selain dari provider adalah data dari LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat), adapun website yang telah ditentukan adalah:

- 1) Website *provider* Indosat: <http://www.Indosat.com>
- 2) Website *provider* XL: <http://www.XL.com>
- 3) Website *provider* Telkomsel: <http://www.Telkomsel.com>

**b. Data skunder.**

Sedangkan data kepustakaan yang berhubungan dengan pembahasan skripsi meliputi:

- 1) **Mustafa Kamal, Fiqih Islam.**
- 2) **Hendi suhendi, Fiqih Muamalah.**
- 3) **Rahmat syafei, Fiqih Muamalah.**
- 4) **Amir syarifudin, Garis-garis Besar Fiqih.**
- 5) **Ismail Nawawi, Ekonomi Islam.**
- 6) **Abdullah bin Muhammad al-Mutlaq, Fiqih Kontemporer.**
- 7) **Andri soemitra, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah.**
- 8) **Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia**
- 9) **Undang-undang Periindungan Konsumen.**
- 10) **Philip Kotler, Prinsip-prinsip Pemasaran.**
- 11) **Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran.**

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. Sampel.**

Sesuai penelitian maka populasi penelitian ini adalah pelanggan setiap provider yang pernah dirugikan. Namun karena keterbatasan waktu dan tenaga maka sampel diambil dari beberapa pelanggan provider yang pernah dirugikan. Serta informasi pengaduan dari LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat).

### 3. Teknik Pengumpulan Data.

Mengumpulkan data adalah mendapatkan data dari obyek yang diteliti untuk memudahkan peneliti dalam menjawab problematika, mencapai tujuan dan membuktikan hipotesis. Adapun data yang akan dikumpulkan oleh penulis adalah meliputi:

#### a. Data Lapangan.

Dalam pengumpulan data lapangan penulis menggunakan beberapa metode, diantaranya adalah:

1) *Interview*, yaitu serangkaian percakapan yang dilakukan

penulis dengan pelanggan yang merasa dirugikan dan pihak Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).

2) *Observasi*, yaitu pengamatan langsung pada objek yang diteliti dengan melihat langsung apa yang terjadi dilapangan, kemudian mencatat hasil yang telah diperoleh di lapangan.

3) *Dokumentasi*, yaitu mencari data mengenai hal-hal yang *variable* yang berupa catatan, transkrip, buku, majalah, jurnal, blog, dan sebagainya.

#### b. Data Kepustakaan.

Karena data yang dihimpun sebagian dari kepustakaan maka dalam mengumpulkan data penulis memakai metode *dokumentasi*, dengan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Pencatatan data yang berkaitan dengan penulisan skripsi.
- 2) Melakukan penelaahaan dan pengkajian terhadap data yang diperoleh, hingga penulis memahami data yang telah diperoleh kemudian dimasukkan dalam penulisan skripsi.
- 3) Melakukan klasifikasi data yang sesuai dengan pembahasan.

#### 4. Teknik Pengolahan Data.

Setelah seluruh data terkumpul maka dilakukan analisis data secara kualitatif dengan tahapan sebagai berikut:

- a. *Editing*, pemeriksaan kembali data-data yang diperoleh yaitu tentang prosedur penjualan nada sambung, mengenai bentuk nada sambung yang telah dibuat setiap *provider*, informasi tarif nada sambung, jangka waktu pemakaian, cara me-non-aktifkan, serta data-data yang telah diperoleh dari pustaka
- b. *Organizing*, menyusun dan mensistematiskan data yang diperoleh baik dari data primer maupun sekunder.
- c. *Analizing*, setelah editing dan organizing dilakkan maka proses pengolahan data selanjutnya adalah menganalisis data-data yang telah ada dengan metode yang telah ditentukan.

## 5. Teknik Analisis Data.

Dalam penelitian ini peneliti akan mengamati dokumen-dokumen yang diperoleh dari dokumen yang telah disiapkan perusahaan provider dalam websitenya dan penggalian data pustaka, kemudian akan ditelaah dengan pola pikir induktif-deduktif dengan harapan setelah memperoleh data mengenai mekanisme penjualan nada sambung kemudian ditelaah berdasarkan teori dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan hukum Islam, setelah menemukan kesimpulan sementara kemudian dinalar kembali, dari kesimpulan sementara ditelaah dengan hukum Islam yang lebih spesifik untuk mendapatkan kesimpulan terakhir. Peneliti dalam hal ini akan meneliti tentang prosedur penjualan nada sambung pada *provider*. Bagaimana prosedur yang ada pada *provider-provider* yang telah dipilih oleh peneliti setelah mengetahui prosedur penjualan nada sambung dalam setiap provider kemudian ditarik kesimpulan apakah mekanisme penjualan nada sambung berupa *copy* nada sambung telah memenuhi kriteria dalam Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam.

### I. Sistematika pembahasan

Agar mudah memahami pembahasan ini, maka disusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

**Bab Pertama : tentang pendahuluan yaitu gambaran mengenai pola dasar dari pada kerangka pembahasan skripsi yang terdiri dari : 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 : tentang landasan teori, bab ini menjelaskan mengenai jual beli dalam Hukum Islam meliputi pengertian, dasar hukum, prinsip-prinsip jual beli, syarat jual beli, rukun jual beli, macam-macam jual beli, penentuan harga, ketentuan-ketentuan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen meliputi, hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, perbuatan yang dilarang pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha, cara menggugat.**

**Bab ketiga : merupakan pembahasan tentang kajian terhadap gambaran umum, bab ini membahas mengenai gambaran umum pada provider-provider yang telah menjadi objek penelitian yakni, INDOSAT, XL dan TELKOMSEL meliputi profil perusahaan, visi dan misi provider, call center, produk-produk yang dimiliki, mekanisme penjualan nada sambung yang sebenarnya pada masing-masing provider.**

**Bab keempat : menjelaskan mengenai analisis, bab ini membahas tentang analisis penelitian terhadap mekanisme penjualan nada sambung pada *provider***

**(INDOSAT, XL dan TELKOMSEL) dari segi Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam.**

**Bab kelima : merupakan bab penutup yang menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang diberikan peneliti kepada pihak-pihak yang bersangkutan.**

## BAB II

### JUAL BELI DALAM PANDANGAN ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

#### A. Jual Beli dalam Pandangan Islam

##### 1. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al-bai'* dalam bahasa arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *asy-syīra'* (beli). Dengan demikian, kata *al-bai'* berarti jual, tetapi juga sekaligus beli.<sup>1</sup>

Secara etimologi (bahasa), jual beli diartikan:

مُقَابَلَةُ الشَّيْءِ بِالشَّيْءِ

Artinya: “*pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain*”<sup>2</sup>

Perdagangan atau jual beli menurut bahasa berarti *al-bai'*, *al-tījāroh* dan *al-mūbadalah*, sebagaimana Allah. SWT berfirman:

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ (٢٩)

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang Kami*

<sup>1</sup> Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah, (Gaya Media Pratama, Jakarta, 2000) , 111.

<sup>2</sup> Rachmat Syafei, Fiqih Muamalah, (Pustaka Setia, Bandung, 2001), 73.

*anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi,*

Menurut terminologi (bahasa) yang dimaksud dengan jual beli adalah sebagai berikut:

- a. Menukarkan barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.<sup>3</sup>

- b. تَمْلِيكُ عَيْنٍ مَالِيَّةٍ بِمُعَاوَضَةٍ

*“Pemilikan harta benda dengan jalan tukar-menukar yang sesuai dengan Syara’.”<sup>4</sup>*

- c. مُقَابَلَةُ مَالٍ قَابِلَيْنِ لِلتَّصَرُّفِ بِإِيجَابٍ وَقَبُولٍ عَلَى الْوَجْهِ الْمَأْذُونِ فِيهِ

*“saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola, (tasharruf) dengan ijab dan qabul, dengan cara yang sesuai dengan Syara’.”<sup>5</sup>*

- d. مُقَابَلَةُ مَالٍ بِمَالٍ عَلَى وَجْهِ مَخْصُوصٍ

*“tukar menukar benda dengan benda lain dengan cara khusus (dibolehkan)”<sup>6</sup>*

- e. مُبَادَلَةُ مَالٍ بِمَالٍ عَلَى سَبِيلِ التَّرَاضِي أَوْ تَقْلُ مِلْكٍ بَعْوَضٍ عَلَى الْوَجْهِ الْمَأْذُونِ فِيهِ

---

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> *Ibid.*, 68.

<sup>5</sup> *Ibid.*

<sup>6</sup> *Ibid.*

*“penukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibolehkan”<sup>7</sup>*

f. *عَقْدُ يَقُومُ عَلَيَّ أَسَاسٍ مُبَادَلَةِ الْمَالِ بِالْمَالِ يُغَيِّدُ تَبَادُلُ الْمِلْكِيَّاتِ عَلَيَّ الدَّوَامِ*

*“aqad yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta maka jadilah penukaran hak milik secara tetap”<sup>8</sup>*

Dari beberapa definisi di atas dapat dipahami bahwa jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan Syara dan disepakati.<sup>9</sup> Jual beli merupakan tindakan atau transaksi yang telah disyariatkan dalam arti telah ada dasar hukumnya yang jelas dalam Islam.<sup>10</sup>

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. Dasar Hukum Jual Beli

Dasar hukum jual beli terbagi menjadi tiga bagian yakni:

### a. Al-Quran

..... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا (٢٧٥).....

<sup>7</sup> *Ibid.*

<sup>8</sup> Hasbi Ash-Shidiqie, Pengantar Fiqh Muamalah, 97.

<sup>9</sup> *Ibid.* 69.

<sup>10</sup> Transaksi secara sederhana diartikan peralihan hak dan kepemilikan dari satu tangan ke tangan lain.

Artinya: “*Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*” (QS. Al-Baqarah. 275).

.....وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ..... (٢٨٢)

Artinya :”..... *Dan pesaksikanlah apabila kamu berjual beli.....*” (QS, Al-Baqarah, 282.)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا

تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

“*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*” (QS, An-Nisa’,29.)

#### b. As-Sunnah

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَالِدِ الدَّمَشَقِيُّ حَدَّثَنَا مَرْوَانَ بْنَ مُحَمَّدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ  
بْنِ صَالِحٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Artinya: *berkata Abbas Ibn Walid Addamsqusi berkata Marwan bin Muhammad berkata Abdul Aziz ibn Muhammad dari Daud ibn Shahih dari ayahnya berkata saya mendengar Abā Said Al-Khudri berkata Raulullah SAW bersabda, Pada dasarnya jal beli dilandasi kesepakatan.*

c. **Ijma'**

Ulama telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu memenuhi kebutuhannya, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.<sup>11</sup>

3. **Prinsip-prinsip Jual Beli**

Dalam perdagangan Islam ada ketentuan dan prinsip yang harus dipenuhi prinsip dasar tersebut adalah kejujuran, kepercayaan dan ketulusan.

Rasulullah bersabda:

عن أبي سعيد عن النبي صلى الله عليه وسلم قال التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين

والشهداء

Artinya: "Dari Abi Sa'id dari Nabi saw: Pedagang yang jujur dan terpercaya itu sejajar (tempatny) di surga dengan para Nabi, para shadiq dan para syuhada'."<sup>12</sup>

Dari pernyataan di atas dapat dijelaskan bahwa perdagangan yang jujur menjadi status yang tinggi dari orang-orang yang berkecimpung dalam

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> At Tirmidzi, Sunan At-Tirmidzi, juz III, Beirut, Darul Fikr, tt, 5.

perdagangan, mereka diibaratkan dengan syuhada' yang berjuang dan menjalankan kehidupan di jalan Allah.

#### 4. Syarat Jual Beli

Agar kegiatan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli itu menjadi sah maka, harus memenuhi syarat sebagai berikut:

##### a. Syarat orang yang berakad

##### 1) Berakal

Yang dimaksud dengan berakal di sini adalah, dapat membedakan atau memilih mana yang terbaik bagi dirinya, dan apabila salah satu pihak tidak berakal maka jual-beli yang dilakukan tidaklah sah.

##### 2) Dengan kehendaknya sendiri

Bahwasanya di dalam proses jual beli tidak boleh terjadi adanya paksaan dari salah satu pihak ke pihak lain, sehingga pihak yang lain itu melakukan jual beli bukan lagi karena kemauannya sendiri, tetapi adanya unsur paksaan. Jual beli yang dikarenakan paksaan tidaklah sah.

##### 3) Baligh

Baligh atau dalam hukum Islam adalah bila telah berumur 15 tahun (lima belas tahun) atau telah bermimpi (bagi anak laki-laki) dan

haid (bagi anak perempuan), dengan demikian jual beli yang dilakukan oleh anak kecil tidaklah sah.

Namun, bagi anak-anak yang sudah bisa membedakan mana yang baik dan mana yang buruk, tetapi dia belum dewasa (belum mencapai umur 15 tahun dan belum bermimpi atau haid), menurut sebagian ulama berpendapat bahwa anak tersebut diperbolehkan untuk melakukan perbuatan jual beli, khususnya barang-barang kecil dan tidak bernilai tinggi.

**b. Syarat barang yang diakadkan.**

**1) Bersih barangnya**

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

Yang dimaksud dengan bersih barangnya adalah barang yang akan diperjualbelikan bersih dari najis atau benda yang diharamkan.

Madzhab Hanafi dan madzhab Zhahiri mengecualikan barang najis yang ada manfaatnya, hal itu dinilai halal untuk dijual, untuk itu mereka mengatakan: "Diperbolehkan seseorang menjual kotoran (tinja dan kotoran-kotoran yang mengandung najis) oleh karena sangat dibutuhkan untuk keperluan perkebunan. Barang-barang tersebut dapat dimanfaatkan sebagai bahan perapian dan juga dapat digunakan sebagai pupuk tanaman."<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Sayid sabik, Fikih Sunnah jilid 12, (Bandung, al-Ma'arif, 1988). 54.

Demikian diperbolehkan menjual barang-barang yang najis asalkan dapat diambil manfaatnya bukan tujuan untuk memakan atau meminumnya.

## 2) Dapat dimanfaatkan

Pengertian tentang barang yang dapat dimanfaatkan merupakan suatu hal yang sangat relatif, karena pada dasarnya barang yang dapat dijadikan objek jual beli merupakan barang yang dapat dimanfaatkan, seperti telepon untuk berkomunikasi, manfaat untuk dikonsumsi (contoh: beras, sayur, buah-buahan, susu dan lain-lain), serta dipergunakan untuk keperluan yang bermanfaat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id  
Firman Allah SWT sebagai berikut:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ وَهُوَ

بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ (٢٩)

*Artinya: Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu. (Q.S. al-Baqarah: 29).<sup>14</sup>*

Dapat disimpulkan bahwa barang yang bermanfaat adalah barang segala sesuatu barang yang pemanfaatannya dilakukan sesuai dengan

<sup>14</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Semarang, Kumudasmoro, 1994), 13.

syari'at Islam, karena pada dasarnya sesuatu yang ada di bumi ini dari Allah untuk manusia, dan itu tergantung manusia bagaimana memanfaatkan fasilitas dari Allah tersebut dengan baik sesuai ketentuan syari'at Islam.

3) **Barang adalah milik orang yang mengadakan transaksi jual beli**

Hal ini memiliki arti bahwa dilarang menjual barang orang lain atau membelanjakan uang orang lain. Kecuali ada izin atau kuasa dari orang yang memilikinya.<sup>15</sup>

Maksudnya, bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli status barang harus milik dari pemilik yang sah dari barang tersebut dan atau telah mendapat izin dari pemilik sah barang tersebut.

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

Dengan demikian jual beli yang dilakukan oleh orang yang bukan pemilik atau yang berhak atas kuasa si pemilik, dipandang sebagai perjanjian jual beli yang batal.

4) **Mampu menyerahkan**

Maksudnya keadaan barang yang diperjualbelikan mampu diserahkan terimakan. Dengan ketentuan ini, maka barang yang tidak dapat diserahkan terimakan tidak sah untuk diperjualbelikan, seperti menjual barang yang sudah menjadi barang agunan, atau menjual ikan yang masih ada di tengah laut. Hal itu dilarang karena keduanya

---

<sup>15</sup> Amir Syarifuddin, Garis-garis Besar Fiqh, (Jakarta, Kencana, 2003), 197.

mengandung tipu daya (gharar), dan keduanya tidak dapat diserahkan pada saat terjadinya transaksi jual beli.

Dalam dunia bisnis modern ini ada suatu bentuk jual beli yang barangnya sendiri belum ada, dan oleh karena itu tidak diserahkan pada saat itu juga, yang lazim disebut dengan pembelian dengan cara pesan (indent). Pembelian barang yang dipesannya tersebut masih harus menunggu beberapa minggu atau bahkan hingga beberapa bulan, kemudian karena harus dipesankan dan didatangkan dari luar negeri, seperti pembelian (pesan) mobil atau alat-alat industri dan sebagainya. Pola jual beli ini tidak dapat disebut jual beli yang mengandung tipu daya, karena spesifikasi barang yang akan dibelinya jelas sekali spesifikasinya, sebagaimana yang telah diurai dalam brosur atau pemesanan. Dan ada perjanjian di dalamnya.

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

..... وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايعْتُمْ ..... (٢٨٢)

Artinya: *“dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli”* (QS. Al-Baqarah, 282)

##### 5) Mengetahui

Mengetahui di sini dapat diartikan secara luas, yaitu melihat sendiri keadaan barang baik hitungan, takaran, timbangan atau kualitasnya. Sedangkat menyangkut pembayaran kedua belah pihak

harus mengetahui tentang jumlah pembayaran maupun jangka waktu pembayaran.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam suatu jual beli, keadaan barang dan jumlah harganya tidak diketahui, maka perjanjian jual beli itu tidak sah. Sebab bisa jadi perjanjian tersebut mengandung unsur penipuan.

### c. *Şigat*

#### 1) *Ijab Qabul*

Dalam pelaksanaan jual beli diharuskan adanya *şigat*, ungkapan kata akad *ijab qabul*. *Ijab* adalah perkataan penjual, umpamanya, “saya jual barang ini sekian”, sedang *qabul* adalah ucapan di pembeli, “saya terima (saya beli) dengan harga sekian”. Adapun syarat-syarat *ijab qabul* antara lain:

- a) Satu sama lainnya berhubungan di satu tempat tanpa ada pemisahan yang merusak.<sup>16</sup>
- b) Ada kesepakatan *ijab* dan *qabul* pada barang. Jika sekiranya kedua belah pihak tidak sepakat, jual beli (akad) dinyatakan tidak sah. Seperti jika si penjual mengatakan: “saya jual kepadamu baju ini seharga lima ribu”, dan si pembeli mengatakan: “saya terima barang tersebut dengan harga

<sup>16</sup> Sayid sabik, Fikih Sunnah jilid 12, (Bandung, al-Ma'arif, 1988), 50.

empat ribu”, maka jual beli dinyatakan tidak sah. Karena tidak ada kesepakatan atau kesesuaian antara *ijab* dan *qabul*.

- c) Perkataan *ijab* dan *qabul* harus menggunakan kata kerja lampau (*fi'il madi*) seperti perkataan penjual, “aku telah jual” dan perkataan pembeli, “aku telah terima”, atau dengan menunjukkan masa sekarang (*fi'il mudore*) apabila bermaksud pada saat itu juga, seperti “aku jual sekarang” dan “aku beli sekarang”. Jika yang diinginkan untuk masa datang atau kata yang menunjukkan masa mendatang atau semisalnya, maka hal tersebut dinilai sebagai janji untuk melakukan akad, karena penggunaan kata yang menunjukkan masa mendatang atau semisalnya tidak sah secara hukum sebagai akad.<sup>17</sup>

## 2) Akad

Adapun macam-macam akad diantaranya adalah:

### a) Akad dengan tulisan

Sebagaimana dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, akad jual beli dinyatakan sah apabila disertai dengan *ijab qabul* secara lisan, namun sah pula hukumnya apabila dilakukan dengan tulisan, dengan syarat kedua belah pihak (pelaku akad)

<sup>17</sup> Sayid sabik, *Fikih Sunnah jilid 4*, (Bandung, al-Ma'arif, 1988), 122.

tempatnya berjauhan atau pelaku akad bisu. Jika akad dalam satu tempat dan tidak ada halangan untuk mengucapkan *ijab qabul*, maka *ijab qabul* tidak dapat dilakukan dengan tulisan, karena tidak ada sebab atau alasan penghalang untuk tidak berbicara.

Untuk kesempurnaan akad, disyaratkan hendaknya orang yang dituju oleh tulisan itu mau membaca tulisan itu.<sup>18</sup>

#### b) Akad dengan perantara utusan

Selain dapat menggunakan lisan dan tulisan, akad juga dapat dilakukan dengan perantara utusan kedua belah pihak yang berakad, dengan syarat utusan dari salah satu pihak menghadap ke pihak lainnya. Jika tercapai kesepakatan antara kedua belah pihak, maka akad sudah menjadi sah.<sup>19</sup>

#### c) Akad dengan isyarat

Sebuah akad juga sah apabila dilakukan dengan bahasa isyarat yang dipahami oleh orang bisu. Karena isyarat bagi orang bisu merupakan ungkapan dari apa yang ada dalam jiwanya tak ubahnya ucapan bagi orang yang dapat berbicara.

---

<sup>18</sup> *Ibid.*

<sup>19</sup> Sayid sabik, Fikih Sunnah jilid 12, (Bandung, al-Ma'arif, 1988), 50-51.

Bagi orang bisu boleh berakad dengan tulisan, sebagai ganti bahasa isyarat, ini jika si bisu memahami baca tulis.<sup>20</sup>

## 5. Rukun Jual Beli

Di dalam menetapkan rukun jual beli. diantara para ulama terjadi perbedaan pendapat. Menurut ulama Hanabilah, rukun jual beli adalah ijab dan qabul yang menunjukkan pertukaran barang secara *ridha*, baik dengan ucapan maupun perbuatan. Adapun rukun jual beli menurut jumhur ulama ada empat, yaitu: *Bai'* (penjual), *Mustari* (pembeli), *Sigat* (*ijab dan qabul*) yang terakhir *Ma'qud 'alaih* (benda atau barang).<sup>21</sup>

## 6. Macam-macam Jual Beli

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

### a. Jual beli *ṣaḥīḥ*

Suatu jual beli dikatakan sebagai jual beli yang *ṣaḥīḥ* apabila jual beli tersebut disyariatkan, memenuhi rukun dan syarat yang ditentukan, bukan milik, orang lain, tidak bergantung pula pada hak khiyar lagi, jual beli yang seperti ini dikatakan sebagai jual beli yang *ṣaḥīḥ*. Misalnya seseorang membeli kendaraan roda empat. Seluruh rukun dan syarat telah terpenuhi, kendaraan roda empat itu telah diperiksa oleh pembeli dan tidak ada cacat, tidak ada yang rusak, tidak ada pula manipulasi harga dan tanda bukti pembayaran (kwitansi) itupun telah diserahkan, serta tidak

---

<sup>20</sup> Ibid.50-51.

<sup>21</sup> Rachmat Syafei, Fiqih Muamalah. (Pustaka Setia, Bandung, 2001), 76.

ada lagi hak khiyar dalam jual beli itu. Jual beli yang demikian hukumnya *ṣahih* dan telah mengikat kedua belah pihak.<sup>22</sup>

**b. Jual beli *baṭil***

Jual beli *baṭil* adalah jual beli yang salah satu atau seluruh rukunnya tidak terpenuhi, atau jual beli tersebut pada dasar dan sifatnya tidak disyariatkan, seperti jual beli yang dilakukan oleh anak-anak, orang gila, atau barang yang dijual barang-barang yang diharamkan oleh *syara'*, seperti darah, bangkai, babi dan *khamar* (minuman keras). Adapun jenis-jenis jual *baṭil* adalah:

1) Jual beli sesuatu yang tidak ada. Para ulama fikih telah sepakat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id  
menyatakan jual beli yang seperti ini tidak sah atau *baṭil*.

Misalnya, memperjual belikan buah-buahan yang putiknya pun belum keluar dari pohonnya, atau menjual anak sapi yang belum ada, sekalipun diperut sang induk telah ada .

2) Menjual barang yang tidak dapat diserahkan pada pembeli, seperti menjual barang yang hilang atau menjual hewan piaraan yang lepas dan terbang. Hukum ini telah disepakati oleh seluruh ulama' fiqih dan termasuk dalam kategori *bai' al-garar* (jual beli tipuan).

3) Jual beli *garar* adalah jual beli yang mengandung unsur-unsur penipuan dan pengkhianatan, baik Karena ketidak jelasan objek

<sup>22</sup> Nasrun Haroen. Fiqh Muamalah.( Gaya Media Pratama, Jakarta, 2000) , 121.

dalam jual beli atau ketidak pastian dalam cara pelaksanaannya. Misalnya memperjual belikan kurma yang ditumpuk, kurma yang ditumpukan atas bagus-bagus dan manis tetapi kurma dibagian bawah ternyata banyak sudah busuk. Jual beli yang juga termasuk dalam jual beli gharar adalah *al-hiṣāh* (jual beli dengan melempar batu, jika batu yang dilempar mengenai benda yang telah disiapkan dan diincar oleh pelempar maka benda tersebut akan menjadi milik si pelempar/pembeli atau dengan kata lain benda yang terkena lemparan terjual, jual beli *al-mulamasah* (mana yang dapat terpegang maka itu yang terjual), jual beli *al-muzabanah* (jual beli dengan cara saling menukar benda namun benda yang ditukarkan diduga tidak sebanding) misalnya memperjual belikan anggur yang masih dipohonnya dengan sekilo cengkeh yang sudah kering, kedua benda yang ditukarkan diduga tidak sebanding.

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

- 4) Jual beli benda najis. Seperti babi, *khamar*, darah dan bangkai.
- 5) Jual beli *arbutun* yaitu jual beli yang bentuknya melalui perjanjian, pembeli membeli sebuah barang dan uangnya seharga barang yang diserahkan kepada penjual, dengan syarat apabila pembeli tertarik dan setuju, maka jual beli sah. Tetapi jika pembeli tidak setuju dan barang dikembalikan, maka uang yang telah diberikan pada penjual, menjadi hibah bagi si penjual.

- 6) Memperjual belikan air sungai, air danau, air laut dan air yang merupakan hak bersama manusia dan tidak boleh diperjualbelikan.

c. Jual beli fashid

Ulama hanafiyah yang membedakan jual beli *fashid* dan jual beli *batil*.

Apabila kerusakan dalam jual beli itu terkait dengan barang yang dijualbelikan, maka hukumnya batal, seperti memperjualbelikan barang-barang haram. Apabila kerusakan dalam jual beli itu menyangkut harga barang dan boleh diperbaiki, maka jual beli tersebut dinamakan *fashid*.

Akan tetapi jumbuh ulama tidak membedakan antara jual beli yang *fashid*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id dengan jual beli yang *batil*. Menurut mereka jual beli itu terbagi menjadi

dua, yaitu jual beli yang *ṣahīh* dan jual beli yang *batil*. Apabila syarat dan rukun jual beli terpenuhi, maka jual beli itu sah. Sebaliknya apabila rukun atau syarat jual beli itu tidak terpenuhi, maka jual beli itu batal.<sup>23</sup>

d. Transaksi jual beli yang barangnya tidak ada di tempat

Transaksi jual beli yang barangnya tidak berada di tempat akad, hukumnya boleh dengan syarat barang tersebut diketahui dengan jelas klasifikasinya. Namun apabila barang tersebut tidak sesuai dengan apa yang telah diinformasikan, akad jual beli akan menjadi tidak sah, maka

---

<sup>23</sup> *Ibid*, 122-125.

pihak yang melakukan akad dibolehkan untuk memilih, menerima atau menolak, sesuai dengan kesepakatan antara pihak pembeli dan penjual.<sup>24</sup>

#### e. Jual beli yang terlarang

Jual beli yang termasuk di dalam kategori jual beli terlarang antara lain, jual beli fuḍul yakni: jual beli milik orang tanpa seijin pemiliknya. Menurut ulama Hanafiyah dan Malikiyah jual beli ditanggihkan sampai ada izin pemiliknya. Adapun menurut ulama Hanafiyah dan Syafi'iyah jual beli yang demikian tidak sah. Jual beli yang dilakukan saat hari jum'at bagi laki-laki muslim, menurut ulama Hanafiyah pada waktu azan pertama, sedangkan menurut ulama lainnya azan ketika khotib sudah berada di mimbar. Ulama Hanafiyah menghukuminya *makruh tahrim* ulama Syafi'iyah menghukumi *ṣahih haram, dan tidak sah menurut ulama Habilah*.<sup>25</sup>

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

#### 7. Penentuan Harga

Penentuan harga barang ialah penetapan nilai atau harga tertentu untuk barang yang akan dijual dengan harga wajar. Penjual tidak zalim dan tidak menjerumuskan pembeli.

Terkait dengan nilai tukar barang atau harga barang para ulama fiqh membedakan *as'-saman* dengan *as-si'r*. menurut mereka *as'-saman* adalah harga pasar yang berlaku ditengah-tengah masyarakat secara

<sup>24</sup> Sayid sabik, Fikih Sunnah jilid 4, (Bandung, al-Ma'arif, 1988), 131.

<sup>25</sup> Rachmat Syafei, Fiqih Muamalah, (Pustaka Setia, Bandung, 2001),100.

actual, sedang as-si'r adalah modal barang yang seharusnya diterima pedagang sebelum dijual ke konsumen. Dengan demikian harga barang itu ada dua yaitu harga anatar pedagang dan harga pedagang dengan konsumen (harga jual di pasar).<sup>26</sup>

Oleh sebab itu harga yang dapat dimainkan adalah as'-saman (harga pasar). Namun para ulama memberikan syarat-syarat as'-saman sebagai berikut:

- a. Harga yang disepakati oleh kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
- b. Boleh diserahkan waktu akad, sekalipun secara hukum, misalnya pembayaran dengan cek dan kredit. Apabila harga barang itu dibayar kemudian (berutang), maka waktu pembayarannya harus jelas.
- c. Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang, maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang dijadikan syara', seperti babi dan khamar, karena kedua jenis benda itu tidak bernilai dalam syara'.

---

<sup>26</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Gaya Media Pratama, Jakarta, 2000), 119.



## B. Ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen

### 1. Hak dan Kewajiban Konsumen

Konsumen pada umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pelaku usaha. Menurut pasal 1 angka 2 Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa: "Konsumen adalah setiap orang pemakai barang/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan."

Persoalan pelaku usaha dengan konsumen biasanya dikaitkan dengan produk (barang dan/atau jasa) yang dihasilkan oleh teknologi. Barang menurut pasal 1 angka 4 Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa: "Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen."

Sedangkan pasal 1 angka 5 Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa: "Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen."

Dalam transaksi antara pelaku usaha dengan konsumen masing-masing memiliki hak dan kewajiban. Pengertian dalam hukum hak adalah

kepentingan hukum yang dilindungi oleh hukum, sedangkan kepentingan adalah tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Hak-hak konsumen terdiri dari hak konsumen sebagai manusia, hal sebagai subjek hukum dan warga negara, dan hak sebagai pihak-pihak dalam kontrak dengan produsen. Dalam pasal 4 Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan sejumlah hak konsumen yang mendapat jaminan dan perlindungan dari hukum, yaitu:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, upaya perlindungan, upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian barang apabila barang dan/jasa yang diberikan tidak sesuai atau tidak sebagaimana mestinya.**
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.**

Dalam pasal 5 Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan mengenai kewajiban-kewajiban konsumen:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.**
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.**
- c. Membayar dengan nilai tukar yang disepakati.**
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.**

## **2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**

Dalam pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha diartikan sebagai berikut:

**Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan atau**

berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai usaha bidang ekonomi.

Dalam kegiatan menjalankan usaha, Undang-Undang memberikan sejumlah hak dan membebaskan sejumlah kewajiban dan larangan yang dilakukan oleh pelaku usaha/produsen. Pengaturan tentang hak, kewajiban dan larangan itu dimaksudkan untuk menciptakan hubungan sehat antara pelaku usaha/produsen dengan konsumennya. Sekaligus menciptakan iklim yang kondusif bagi perkembangan usaha dan perekonomian pada umumnya.

Hak-hak pelaku usaha/produsen dalam pasal 6 Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan sebagai berikut:

- a. Hak menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

**e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan.**

**Sedangkan kewajiban pelaku usaha/produksi menurut pasal 7 Undang-**

**Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:**

**a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.**

**b. Memberikan informasi yang jelas, benar dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan, penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.**

**c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.**

**d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.**

**e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta member aminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.**

**f. Member kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas akibat penguanaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.**

**g. Memberi kompensasi, ganti rugidan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.**

Penjualan termasuk dalam proses kegiatan pemasaran, agar tujuan penjualan itu sukses maka dibutuhkan alat untuk merangsang konsumen agar berminat, untuk ini dilakukanlah kegiatan promosi atau menawarkan barang dan/atau jasa baik melalui media atau langsung mendatangi konsumen. Konsep penjualan mengatakan bahwa konsumen tidak akan membeli produk perusahaan kecuali mereka dirangsang melalui upaya penjualan dan promosi, dalam Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 10 berbunyi sebagai berikut:

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. Harga atau tariff suatu barang dan/atau jasa.
- b. Kegunaan barang dan/atau jasa.
- c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa.
- d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan.
- e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

### 3. Penyelesaian sengketa

Sengketa itu dapat berupa salah satu pihak tidak mendapatkan atau tidak dapat menikmati apa yang seharusnya menjadi haknya dikarenakan

pihak lawan tidak memenuhi kewajibannya. Apabila pelaku usaha/produsen tidak memenuhi kewajibannya serta melaksanakan sesuatu yang menjadi larangannya dipastikan ada kerugian yang akan timbul sehingga terjadi sengketa maka itu terjadi sengketa harus diselesaikan sehingga terdapat hubungan baik antara pelaku usaha dan konsumen, dapat menegakkan keadilan sebagaimana mestinya, serta dapat menciptakan dan menjaga kegiatan usaha yang terjamin.

Cara menyelesaikan sengketa dapat melalui pengadilan dan diluar pengadilan sesuai pasal 45 ayat 1 yang berbunyi “setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui pengadilan yang berada di lingkungan peradilan umum” dan pasal 47 yang berbunyi “penyelesaian sengketa di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen”

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dapat ditempuh dengan dua cara yaitu:

- a. Penyelesaian tuntutan ganti kerugian seketika dan
- b. Penyelesaian tuntutan ganti kerugian melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Lembaga konsumen yang dapat membantu masyarakat dalam perlindungan konsumen antara lain: YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia), BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen), LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat).

Prosedur pengaduan pada lembaga konsumen pada umumnya sebagai berikut:

- a. Pengaduan dilakukan secara resmi, tertulis, ditujukan ke LPKS dengan menyebut nama alamat pengaduan (konsumen) serta kronologis kejadian.
- b. Melampirkan foto kopi identitas diri (KTP, SIM, dll) yang masih berlaku.
- c. Melampirkan barang bukti (bon, faktur, kwitansi, dll).

## BAB III

### MEKANISME PENJUALAN NADA SAMBUNG PADA PROVIDER SELULER

#### A. Gambaran Umum

##### 1. Provider Seluler Indosat

###### a. Provil

PT Indosat Tbk, sebelumnya bernama PT Indosian Satellite Corporation, adalah perusahaan penyelenggara jalur komunikasi di Indonesia. Indosat merupakan perusahaan telekomunikasi dan multimedia terbesar kedua di Indonesia untuk jasa seluler (Mentari, Matrix, IM3, Starone). Saat ini komposisi kepemilikan saham Indosat adalah Publik (45,19%), Qatar Telecom QSC (40,37%), serta Pemerintahan Republik Indonesia (14,44%), termasuk saham seri A. Indosat juga mencatatkan sahamnya di bursa efek Jakarta, bursa saham Singapura, serta bursa saham New York.

###### b. Visi misi

Visi Indosat adalah menjadi perusahaan yang dominan dalam industri *Consumer Broadband* berbasis teknologi IP (*Internet Protocol*) dan layanan konten serta multimedia di Indonesia. Misi Indosat adalah: memberikan hasil terbaik bagi para *stakeholder* (pemegang saham, pelanggan dan karyawan), menyediakan layanan akses internet yang dapat

diandalkan dan terjangkau untuk mendukung implementasi layanan *Triple-Play* di Indonesia, mendukung perkembangan jalur informasi dan ilmu pengetahuan di Indonesia melalui penyediaan koneksi internet.

#### c. Call center

Layanan call center indosat dapat menghubungi via PSTN 021 3000 3000, fax 021 5449501-06, e-mail: [icare@indosat.com](mailto:icare@indosat.com) untuk layanan im3, [custme\\_service@indosat.com](mailto:custme_service@indosat.com) untuk layanan matrix dan mentari, [support@mystarone.com](mailto:support@mystarone.com) untuk layanan starone, website:

1) <http://www.indosat.com>

2) [www.indosat.com/im3](http://www.indosat.com/im3)

3) [www.indosat.com/matrix](http://www.indosat.com/matrix)

4) [www.indosat.com/mentari](http://www.indosat.com/mentari)

5) [www.mystarone.com](http://www.mystarone.com)

#### d. Produk

Produk yang dimiliki provider Indosat adalah Menari, Matrix dan IM3. Selain itu Indosat juga memiliki beberapa konten, layanan dan music yang cukup banyak, hampir tiap tahun bahkan tiap bulan terutama PHBN(Peringatan Hari Besar Negara) atau peringatan-ingatan hari besar agama di indonesia indosat mengeluarkan konten, layanan dan program baru, konten dan layanan tersebut diantaranya : nada sambung, dan sebagainya. Namun penulis akan menjelaskan lebih lanjut mengenai

layanan nada sambung sesuai bahasan srkipsi. Nada sambung Indosat memiliki berbagai macam pilihan layanan diantaranya:

a) COPY.

Suka dengan nada sapa teman, dapat dimiliki dengan cara copy i-Ring dengan cara: Ketik:< COPY> <spasi>nomor hp teman, kirim ke 808. Contoh: COPY 08563430394.

b) GIFT.

Kini nada sapa dapat menjadi hadiah special untuk kerabat terdekat. Ketik: GIFT<spasi>kode lagu<spasi>nomor hp tujuan, kirim ke 808. Contoh: GIFT TOMPI 08563439394.

c) DATE.

Fitur i-Ring ini, dapat menentukan lagu special untuk hari (tanggal) special. Pemilihan lagu maksimal 3 (tiga) buah lagu untuk diset pada maksimal 3 (tiga) hari special. Cara menggunakan:

1. Untuk setting tanggal ke-1: ketik:

DATE<spasi>1<spasi>blntgl<spasi>kode lagu.

2. Untuk setting tanggal ke-2: Ketik:

DATE<spasi>2<spasi>blntgl<spasi>kode lagu

3. Untuk setting tanggal ke-3: ketik:

DATE<spasi>3<spasi>blntgl<spasi>kode lagu.

Kirim ke 808 via sms. Contoh: DATE 1 0331 0601112.

Maka pada tanggal 31 maret kode lagu pilihan akan aktif.

**d) TIME**

Fitur ini menyediakan i-Ring maximal 3(tiga)lagu yang berbeda untuk 3 (tiga) pilihan waktu dalam satu (1) hari berdasarkan pilihan waktu yang telah dipilih. Untuk mengaktifkan caranya:

1. Untuk setting tanggal ke-1: ketik: TIME 1 <spasi> jam awal <spasi> jam akhir <spasi> kode lagu.

2. Untuk setting tanggal ke-2: Ketik: TIME 2 <spasi> jam awal <spasi> jam akhir <spasi> kode lagu

3. Untuk setting tanggal ke-3: ketik: TIME 3 <spasi> jam awal <spasi> jam akhir <spasi> kode lagu. Contoh: TIME 1 08 14 12345678. Maka pada pukul 08.00 sampai dengan 14.00 akan dimainkan lagu 12345678.

**e) GROUP**

Dengan fitur ini pelanggan dapat menentukan maksimum 2 (dua) jenis lagu untuk maksimum 2 (dua) group. Dimana dalam 1group dapat terdiri dari 5 (lima) nomor teman. Cara menggunakannya adalah:

#### 4) RING SUB

Untuk memperpanjang nada sambung pribadi yang dimiliki, dengan cara ketik: RING<sup>̄</sup>spasiSUB<sup>̄</sup>spasi<sup>̄</sup>kode nada, kirim ke 1212.

#### 5) RING LIST

Untuk mengetahui daftar dari NSP dari box NSP. Dengan cara ketik: RING<spasi>LIST, kirim ke 1212.

Untuk memperpanjang NSP maka ketik: RING RENEW<spasi>kode lagu, sedangkan untuk menghapusnya ketik: RING DEL<spasi>kode lagu. Tarif berlangganan Rp.5.500-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id  
/bulan.

### B. Sejarah Nada Sambung

Nada sambung mula-mula diperkenalkan oleh Korea. Tapi di Indonesia mulai dipergunakan sekitar tahun 2005. Ketika itu belum berbau bisnis. Jadi siapapun yang menginginkan lagunya menjadi nada sambung maka ia boleh-boleh saja tanpa ada pembayaran antar ke dua belah pihak. Tahun 2006 media ini baru dipergunakan sebagai media bisnis. Pengguna awalnya adalah apa yang dikenal dengan kelompok 3 (dalam dunia perlabelan) pada tahun itu, mereka adalah Sony, Musica dan Warner. Namun tidak ada catatan lagu apa, karangan dan siapa artis yang pertama kali masuk di dunia nada sambung, baik yang

berbentuk free (gratis) dan yang berbentuk bisnis. Pemasukan yang di dapat awalnya ditujukan untuk composer/pencipta lagu. Namun, ketika penjualan kaset dan CD mulai menurun karena merajanya pembajakan maka pihak label berperan dalam pembuatan nada sambung hingga banyak label mendirikan perusahaan digital contents yang menyediakan nada sambung tersebut. Pemasukan yang didapat berputar pada penyanyi, pencipta, label dan pihak lain yang tergabung. Kemudian pihak label merambah dunia provider untuk bergabung dalam mempromosikan dan menjual nada sambung melalui telepon seluler.

### **C. Pelaksanaan Mekanisme Penjualan Nada Sambung pada Provider Seluler**

Penjualan nada sambung dengan pilihan cara copy nada sambung ternyata pada prakteknya tidak hanya dengan cara ketik: COPY> <spasi>nomor hp teman, namun ada cara lain dengan cara menekan tombol tertentu saat menghubungi seseorang yang memiliki nada sambung, pada setiap provider memiliki cara masing-masing. Saat menghubungi seseorang yang memiliki nada sambung sebelum mendengar musik akan terdengar suara operator pada setiap provider masing-masing provider. Pada Indosat kalimat operator yang terdengar adalah “Tekan \*(bintang) untuk copy *i-ring* ini ”, pada XL “ingin lagu ini jadi RBT kamu, tekan 5(lima)”, sedangkan untuk Telkomsel “ Silahkan tekan

**\*(bintang) untuk copy ring ini”**. Cara yang demikian sering sekali dianggap menjebak pelanggan sebagai konsumen.

Sesuai informasi yang diperoleh penulis dari pihak konsumen yang merasa dirugikan, layanan tersebut sering kali menjebak terutama bagi konsumen yang awam mengenai layanan ini seperti konsumen yang telah berusia tua yang tidak paham dengan macam-macam konten atau layanan setiap provider contohnya orang tua dari Auzi salah satu korban layanan ini. Pada mulanya Auzi mengikuti layanan RBT dari XL dengan cara manual yakni dengan melakukan registrasi dahulu, suatu saat ayah dan ibu Auzi mengeluh karena tiba-tiba pulsa yang dimiliki ayah dan ibunya berkurang terus padahal tidak merasa habis menelpon seseorang dan hal itu terus berlanjut setelah pengisian ulang pulsa. Setelah dikonfirmasi apakah beliau mengikuti program-program tertentu atau layanan-layanan yang ada di seluler, beliau mengelak bahwa beliau tidak pernah mengikuti program apapun, kemudian dengan inisiatif sendiri Auzi menelpon nomor ayah dan ibunya dengan maksud apakah sang ayah dan ibu mengikuti program RBT ternyata benar sang ayah dan ibu telah mengikuti layanan RBT, setelah dikonfirmasi ulang kepada sang ayah dan ibu bahwa beliau mengikuti layanan RBT tersebut serta menjelaskan adanya layanan RBT dengan cara menekan angka 5(lima) saat RBT tersebut didengarkan. Barulah keduanya menyadari bahwa beliau memang sering sekali menekan angka 5(lima) saat menelpon anaknya tersebut, sesuai petunjuk yang didengar operator sebelum

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

nada RBT terdengar kalimat sang operator sendiri adalah “ingin lagu ini jadi RBT kamu, tekan 5(lima)”, beliau mengira petunjuk tersebut salah satu syarat untuk melakukan komunikasi dengan sang anak tanpa mempedulikan petunjuk awal yakni “jika ingin lagu ini menjadi RBT kamu” karena tidak mendengarkan dengan seksama, ternyata malah terjebak dengan layanan RBT<sup>1</sup>.

Selain kasus yang menimpa keluarga Auzi ada juga pelanggan Indosat yang mengeluhkan mengenai hal yang sejenis, saat dikonfirmasi Nur nama dari konsumen tersebut bahwa ia pernah tidak sadar mengikuti layanan *copy i-Ring* pada Indosat. Awalnya Nur hendak menelpon kawannya yang kebetulan kawan tersebut memiliki *i-Ring* saat itu ia mendengar suara dari operator berbicara dan kalimat tersebut adalah “tekan \*(bintang) untuk *copy i-Ring* ini” dengan sengaja ia menekan \*(bintang) sesuai petunjuk. Saat ia melakukan hal tersebut Nur mengira itu cara mempermudah untuk menghubungi kawannya. Suatu saat ia baru mengetahui bahwa ia mengikuti *copy i-Ring* Nur baru menyadarinya saat kawan Nur yang lain memuji bahwa nada sambungnya keren, langsung saja ia menelpon nomornya sendiri dan saat itulah ia baru tau bahwa pulsanya sering kali berkurang padahal ia jarang sekali menelpon, bahkan saat itu ia mencurigai sang adik telah diam-diam memakai telepon selulernya.<sup>2</sup>

Selain konsumen langsung yang telah diwawancarai oleh penulis, informasi adanya konsumen yang dirugikan dari layanan nada sambung dengan layanan

---

<sup>1</sup> Auzi, *Wawancara*, Sidoarjo, 28, Mei, 2011.

<sup>2</sup> Nur, *Wawancara*, Surabaya, 2, Juni, 2011.

*copy* nada sambung tersebut, juga didapat dari LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat) sering sekali konsumen yang mengeluh kepada pihak LPKSM mengenai layanan ini, namun seringkali keluhan yang disampaikan tidak secara tertulis resmi hanya sebatas bercerita, keluhannya juga hampir sama kebanyakan dari mereka, karena tidak mendengarkan dengan seksama apa yang disampaikan operator saat mendengarkan si operator berbicara sehingga si konsumen menekan tombol sesuai arahan operator atau karena salah paham dengan tujuan menekan tombol-tombol tersebut, mereka mengira maksud menekan tombol tersebut dengan tujuan untuk mempermudah orang yang sedang ia hubungi, pada kenyatannya berbeda.

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

**Alasan mereka tidak berminat untuk mengajukan tuntutan adalah mereka malas karena menurut mereka terlalu rumit mengurus hal tersebut, selain itu tuntutan yang dilakukanpun hanya mempermasalahkan hilangnya uang atau kerugian dengan nominal yang rendah.**

Pihak provider sendiri saat diminta konfirmasi melalui call center pengaduan, operator sering kali menjawab dengan alasan maaf atas kesalahan konten mungkin ini diakibat terlalu banyak konten.

Sesuai data yang diperoleh dari LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat), provider hanya sebagai penyedia jasa telekomunikasi dapat diartikan dengan kata yang lebih sederhana bahwa provider hanya sebagai operator. Dengan perkembangan teknologi maka setiap provider memiliki

konten<sup>3</sup>, layanan atau fitur dalam produk-produk yang dikeluarkan. Konten, layanan atau fitur tersebut berasal dari perusahaan penyedia konten baik yang berasal dari provider itu sendiri atau dari perusahaan rekanan. Perusahaan penyedia konten itu sendiri berjumlah sangat banyak. Segala mekanisme penjualan konten, layanan atau fitur tersebut hanyalah perusahaan penyedia konten yang mengetahui seluk beluk semuanya.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Dalam arti sederhana konten adalah isi dari produk layanan jasa telekomunikasi, contoh kuis, game, RBT, banking dan sebagainya.

<sup>4</sup> LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat). *Wawancara*. Surabaya, 25, Juni, 2011.

## **BAB IV**

### **ANALISIS HUKUM ISLAM DAN TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP MEKANISME PENJUALAN NADA SAMBUNG PADA PROVIDER**

#### **A. Analisis Pelaksanaan Penjualan Nada Sambung**

Provider adalah perusahaan penyedia layanan telekomunikasi telepon seluler, penulis memilih tiga provider untuk diambil sebagai objek penelitian diantaranya adalah Indosat, XL dan Telkomsel. Dalam ketiga provider tersebut memiliki layanan musik pengganti suara tuut tuut pada telepon saat menunggu terhubung dengan orang yang dituju yang dikenal dengan nada sambung. Tidak banyak orang yang mengetahui bahwa sebenarnya pihak provider hanyalah sebagai operator penyedia layanan telekomunikasi saja, sedangkan konten atau isi dari produk layanan jasa telekomunikasi seperti games, bonus, blackberry, nada sambung, dan masih banyak lagi layanan-layanan lainnya itu tidak selalu dari provider itu sendiri, namun ada penyedia konten sendiri, dan siapa penyedia konten itu, bisa jadi provider itu sendiri atau pihak rekanan (perusahaan lain yang memiliki jasa penyedia konten dan bekerja sama dengan provider). Karena itulah saat konsumen mengkomplein atas kerugian atau kesalahan yang berasal dari salah satu konten Seringkali pihak call center menjawab komplein tersebut dengan alasan, terlalu banyak konten salah satu penyebab kesalahan/perugian yang terjadi pada konsumen dan hal itu

mengundang kemarahan dari pihak konsumen, karena pihak konsumen mengira provider tidak mau tahu dan tidak bertanggung jawab atas konten-konten yang ada, dalam kenyataan sebenarnya adalah pihak provider tidak mengetahui mengenai kesalahan atau kerugian yang diperoleh konsumen yang berasal dari layanan-layanan konten, hal itu adalah wewenang pihak penyedia konten sebagai pemilik dan penyedia jasa konsep, mekanisme dan sebagainya pihak penyedia kontenlah yang mengetahui provider tidak ikut andil.

Prosedur penjualan nada sambung memiliki dua cara, yang pertama dengan cara manual yakni registrasi mengirimkan sms ke pihak provider, dan yang kedua dengan menekan tombol sesuai arahan operator sesaat sebelum terdengar music dari nada sambung. Konsep penjualan nada sambung dengan menyisipkan promosi sekaligus arahan untuk memiliki sebuah layanan nada sambung, dengan suara operator sebagaimana berikut “ingin lagu ini jadi RBT kamu, tekan 5(lima)” untuk XL, “tekan \*(bintang) untuk *copi i-Ring* ini untuk Indosat dan “silahkan tekan \*(bintang untuk copy Ring ini)” untuk Telkomsel, yang dapat didengar sesaat sebelum nada tunggu terdengar saat seseorang akan menghubungi seseorang lainnya yang kebetulan telah memiliki layanan tersebut, merupakan konsep baru dan banyak provider yang menerapkan konsep tersebut. Konsep tersebut Berhasil meraih banyak sekali pelanggan telepon seluler menjadi konsumen layanan tersebut namun dengan cara bertransaksi diluar kesadaran konsumen sehingga para konsumen merasa dirugikan karena saat

menekan tombol arahan dari operator maka disaat itulah transaksi telah terjadi. Konsumen melakukan transaksi tanpa ia sadari, dan informasi mengenai penjualan nada sambung dengan cara *copy* inipun untuk orang awam atau orang-orang yang tidak akrab dengan konten atau layanan provider banyak yang tidak mengetahui karena terbatasnya informasi. Pihak kontenpun tidak memberikan informasi mengenai *copy* nada sambung dengan jelas.

Namun jika dipikirkan kembali pihak penyedia konten dapat dikatakan tidak melakukan penipuan dengan membuat promosi yang diletakkan dalam sela nada sambung namun, hal tersebut termasuk sebuah inovasi. Mengenai *copy* nada sambung dalam bentuk apapun itu sudah dianggap umum walau tidak harus membaca peraturan yang ada dalam providerpun, banyak orang yang sudah mengetahui hal ini, seperti halnya peraturan lalulintas harus memiliki SIM tak harus membaca Undang-Undang lalulintas dahulu, masyarakat sudah mengetahui peraturan tersebut dan sanksi apa yang dikenakan jika melanggar. Sering kali kerugian dari *copy* nada sambung ini terjadi pada orang tua yang tidak mengikuti perkembangan teknologi, serta orang yang lalai. Karena kelalaiannya ia tidak menyimak apa maksud dari arahan sang operator yang didengar.

## **B. Analisis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan**

### **Konsumen Terhadap Mekanisme Penjualan Nada Sambung Pada Provider**

Penjualan nada sambung dengan pilihan layanan copy pada setiap provider kurang memenuhi hak konsumen berupa:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- c. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur

Dalam promosi, pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa. Sesuai pasal 10 UUPK. Namun hal ini juga kurang diterapkan.

Karena hak konsumen tidak terpenuhi maka ada kemungkinan akan terjadi sengketa, jika hal tersebut terjadi maka konsumen dapat mengambil langkah sebagaimana hak konsumen yakni

- a. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- b. Hak untuk mendapatkan advokasi, upaya perlindungan, upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

- c. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian barang apabila barang dan/jasa yang diberikan tidak sesuai atau tidak sebagaimana mestinya.

Jika terjadi sengketa maka kewajiban pelaku usaha memenuhi segala hak konsumen yang telah dilalaikan baru kemudian pelaku usaha bisa mendapatkan rehabilitasi citra perusahaannya.

Selain pelaku usaha yang harus melaksanakan kewajiban-kewajibannya agar perekonomian berjalan dengan lancar maka antar pelaku usaha dan konsumen saling menjalankan kewajiban-kewajibannya dengan begitu hak-hak yang dimiliki konsumen maupun pelaku usaha/produsen secara otomatis akan terpenuhi. Konsumen harus menyadari akan hak untuk mendapatkan advokasi/upaya perlindungan dan kompensasi atas kerugian yang didapat dengan melapor kepada badan yang terkait dengan perlindungan konsumen seperti: YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia), LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat) dan BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) untuk membuat tuntutan atas kerugian yang dilakukan oleh penyedia-penyedia konten dari setiap provider karena jika semua konsumen menganggap masalah tersebut sepele karena berurusan dengan nominal yang rendah maka jangan salahkan penyedia konten jika selalu melakukan terobosan-terobosan yang sama. Karena dari nominal yang rendah misal 5.500 dari tarif copy i-Ring dan sejenisnya diambil dari setiap pelanggan yang terjebak, jika

jumlah pelanggan seluruh Indonesia 2000 orang yang terjebak maka keuntungan perusahaan penyedia konten pada saat yang bersamaan kurang lebih sebesar Rp.11.000.000 juta jika suatu hari ada pelanggan yang terjebak kembali dikalikan dengan jumlah pelanggan yang terjebak se-Indonesia dengan tarif yang sama bahkan lebih tinggi maka banyak sekali keuntungan yang diraup perusahaan penyedia konten tersebut. Hal ini juga menjadi tanggung jawab konsumen.

### C. Analisis Hukum Islam Terhadap Mekanisme Penjualan Nada Sambung Pada Provider

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

Fenomena nada sambung ini telah memberikan peluang pengembangan transaksi teknologi dalam bentuk yang lebih inovatif. Pada dasarnya transaksi jual beli nada sambung ini menggunakan telekomunikasi sebagai alat, media, sarana yang mana kaidah syariah bersifat dinamis dan fleksibel, dalam syari'ah ada kebebasan dalam bermuamalah selama umat Islam menguasai dan memanfaatkannya demi kemakmuran ber sama dan dengan jalan yang benar.

Prinsip yang paling mendasar dalam bermuamalah dalam perdagangan adalah, Firman Allah SWT:

.....وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا (٢٧٥).....

Artinya: “*Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*”(QS. Al-Baqarah. 275).

Menurut kaidah fiqh, pada dasarnya dalam transaksi muamalah dan persyaratannya yang terkait dengannya adalah boleh selama tidak dilarang oleh syariah atau bertentangan dengan dalil nash. Sesuai kaidah fiqh yang ditetapkan ulama yang bunyinya:

الأصلُ في الأشياءِ في المعاملاتِ الإباحةُ حتى يَقُومَ الدَّالِيلُ عَلَي التَّحْرِيمِ

*Prinsip sesuatu dalam bidang muamalat adalah boleh, sampai ditemukan dalil yang mengharamkannya.<sup>1</sup>*

Dalam perdagangan Islam ada ketentuan dan prinsip yang harus dipenuhi prinsip dasar tersebut adalah kejujuran, kepercayaan dan ketulusan.

Rasulullah bersabda:

عن أبي سعيد عن النبي صلى الله عليه وسلم قال التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء

*Artinya: "Dari Abi Sa'id dari Nabi saw: Pedagang yang jujur dan terpercaya itu sejajar (tempatny) di surga dengan para Nabi, para shadiq dan para syuhada'."<sup>2</sup>*

Islam tidak membatasi seseorang dalam mencari dan memperoleh harta selama yang demikian tetap dilakukan dalam prinsip umum yang berlaku yakni dengan cara yang halal dan baik.

Adanya konten nada sambung dalam setiap provider sebenarnya sudah tidak asing lagi namun tidak semua orang menggunakannya sehingga masih banyak orang yang tidak mengetahui layanan copy nada sambung tersebut. Pada setiap

<sup>1</sup> Amir Syarifidin, *Garis-garis Besar Fiqih*, (Jakarta, Kencana, 2003), 177.

<sup>2</sup> Muhammad Jamil Atho', sunan At-Tirmidzi, juz III, (Beirut, Darul Fikr, tt), 5



provider telah memberikan informasi secara khusus dalam website masing-masing mengenai konten nada sambung tersebut lagi-lagi karena tidak semua orang membaca informasi tersebut sehingga masih ada orang yang tidak mengetahuinya. Pada umumnya tariff rata-rata Rp. 5500 mungkin untuk music yang populer atau dari band yang terkenal lebih mahal di atas tariff biasa, dan itu sudah umum. Penjualan dengan bertransaksi secara jarak jauh seperti dengan menekan tombol tertentu jika menginginkan nada sambung orang lain menjadi nada sambung telepon seluler kita tanpa harus bertatap muka dan dengan mengucapkan perjanjian dengan pihak penyedia konten, hal ini termasuk inofasi baru yang mempermudah manusia untuk melakukan transaksi di era teknologi ini.

Dari sini dapat ditarik kesimpulan bahwa penjualan nada sambung dengan pilihan layanan copy nada sambung tidak ada keterangan larangan yang mengharamkannya namun, penjualan yang seperti ini hendaklah informasi diperjelas kembali agar tidak terjadi kerugian pada konsumen, konsumenpun tidak salah paham dengan mengira pihak provider melakukan penipuan atau pengebakan. Karena letak permasalahan dalam permasalahan ini adalah kurang jelasnya informasi sehingga memancing konflik dalam transaksi penjualan nada sambung.

# **BAB V**

---

**Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya**

**GADJAHBELANG**  
**8439407-5953789**

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berbagai penjelasan dan uraian pembahasan telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme penjualan nada sambung pada provider seluler yang dimaksud adalah penjualan nada sambung yang disediakan penyedia konten dalam setiap provider dengan cara menekan tombol tertentu sesuai arahan operator sesaat sebelum mendengarkan musik pengganti tuut tuut saat menghubungi seseorang yang kebetulan memiliki nada sambung. Kalimat operator tersebut adalah “tekan \*(bintang) untuk *copy i-Ring* ini” untuk provider Indosat, “ingin lagu ini jadi RBT kamu tekan 5(lima)” untuk provider XL, dan “silahkan tekan \*(bintang) untuk *copy Ring* ini” untuk provider Telkomsel. Mekanisme penjualan dengan bentuk sebagaimana telah dijelaskan sangat membantu provider untuk menjaring pelanggan sebagai konsumen layanan *i-Ring* dan sejenisnya serta meningkatkan keuntungan perusahaan.
2. Ditinjau dari Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap mekanisme penjualan nada sambung pada provider seluler, bahwa mekanisme tersebut belum memenuhi hak konsumen

mengenai hak mendapat kenyamanan, keamanan, dan keselamatan mengkonsumsi dan menggunakan barang dan/atau jasa, hak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau kondisi barang serta hak diperlakukan serta dilayani dengan benar dan jujur. Pelaku usaha kurang menjelaskan informasi dalam menawarkan atau mempromosikan jasanya. Ketika pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya maka konsumen berhak menuntut pelaku usaha baik melalui pengadilan maupun di luar pengadilan.

3. Menurut kaidah fiqh, pada dasarnya dalam transaksi muamalah dan

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

persyaratannya yang terkait dengannya adalah boleh selama tidak

dilarang oleh syariah atau bertentangan dengan dalil nash. Islam tidak membatasi seseorang dalam mencari dan memperoleh harta selama yang demikian tetap dilakukan dalam prinsip umum yang berlaku yakni dengan cara yang halal dan baik. Penjualan nada sambung dengan pilihan layanan copy nada sambung ini dianggap sudah menjadi hal umum dalam provider. Hanya informasi yang dibuat tidak dijelaskan dengan memakai iklan namun, hanya informasi dalam website dan promosi yang disisipkan saat menghubungi seseorang yang memiliki nada sambung, sehingga kurang dipahami oleh konsumen. Dari sini dapat ditarik kesimpulan bahwa penjualan nada sambung dengan pilihan layanan copy

nada sambung tidak ada keterangan larangan yang mengharamkannya namun, penjualan yang seperti ini hendaklah informasi diperjelas kembali agar tidak terjadi kerugian pada konsumen, konsumenpun tidak salah paham dengan mengira pihak provider melakukan penipuan atau pengebakan.

## **B. Saran**

Agar konsumen tidak merasa dirugikan dan dapat menikmati layanan copy nada sambung saat terlanjur melakukan transaksi. Maka Tips dari penulis jangan langsung dimatikan saat menyadari telah mengikuti layanan tersebut baru matikan saat dua hari sebelum masa perpanjangan agar tidak lupa maka pasang alarm di dalam telepon seluler anda. Selain tips ada beberapa saran yang ingin disampaikan oleh penulis kepada:

1. Baca dan dengarlah informasi dalam setiap penggunaan barang dan/atau jasa. Jangan ragu untuk menuntut atas kerugian yang diterima walau hal tersebut menyangkut nominal yang rendah karena dari nominal yang rendah jika dikalikan dengan banyaknya konsumen yang dirugikan maka hal tersebut sangat menguntungkan pelaku usaha dan mereka akan meluncurkan konsep-konsep serupa selama tidak ada pelanggan yang menuntut.
2. Para provider sebaiknya lebih bersikap tegas terhadap penyedia konten yang tidak beri'tikad baik dalam menjalankan usahanya.

3. Para pelaku usaha/produsen khususnya penyedia konten diharapkan mengedepankan kepentingan masyarakat sebagai konsumen dan memenuhi kewajibannya sebagai pelaku usaha agar memenuhi hak konsumen. Dengan begitu citra baik perusahaan akan tercipta.

Tips dan saran di atas hanyalah masukan dari penulis dengan untuk membantu konsumen yang telah dirugikan. Akan tetapi tanggung jawab atas pengawasan dan kelancaran roda ekonomi dalam suatu Negara adalah kewajiban bersama baik konsumen maupun pelaku usaha. Selalu berhati-hati, waspada, cermat dan kritis dalam mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk barang dan/atau jasa, jangan takut berijtihad selama kita mempunyai pegangan yang

benar.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdullah bin Muhammad al-Mutlaq, *Fiqih Kontemporer*, (Jakarta, Sahara, 2006)

Amir Syarifudin, *Garis-Garis Besar Fiqih*, (Jakarta, Kencana, 2003)

Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta, Kencana, 2010)

Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta, Kencana: 2006)

Hasby Ash-Shiddqy, *Pengantar Hukum Islam Jilid I*, (Jakarta, Bulan Bintang, 1981)

Hendi Suhendy, *Fiqih Muamalah*, Jakarta, (PT Raja Grafindo Persada, 2005)

Ismail Nawawi, *Ekonomi Islam – Prespektif Teori, Sistem dan Aspek Hukum*, (Surabaya, Putra Media Nusantara, 2009)

Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. (Bandung, PT Citra Abadi Bakti, 2010)

Joseep Schacht, *Pengantar Hukum Islam*, (Jakarta, Kelembagaan Agama Islam, 1985)

Lexy J. Moleong, *Metodologi Peneitian Kualitatif*, (Bandung, Rosda Karya, 2009)

Mustafa Kamal, *Fiqih Islam Sesuai dengan Putusan Majelis Tarjih*, tk, Citra Karsa Mandiri, tt

Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta, Gaya Media Pratama, 2000)

Philip Kotler Dan Gary Amstrong, *Prinsi Prinsip Pemasaran* alih bahasa Damos Sihombing judul asli *Principle of Marketing*, (Jakarta, Erlangga, 2001)

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (edisi revisi), (Jakarta, Prenhallindo, 1997)

Pius A Partanro, *Kamus Ilmiah Popouler*, (Surabaya, Arkola, 2001)

Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur'an Vol. I*, (Jakarta, lentera hati: 2002)

-----, *Tafsir Al-Misbah, Pesan Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an Vol. II*, (Jakarta, Lentera Hati: 2002)

Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah*, (Bandung, Pustaka Setia, 2001)

Sayid sabik, *Fikih Sunnah jilid 4*, (Bandung, al-Ma'arif, 1988)

-----, *Fikih Sunnah jilid 12*, (Bandung, al-Ma'arif, 1988)

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta, Rajawali Pers: 2009)

Sugiyono. 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung, Alfabeta: 2009)

Subekti dan Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta, Pradnya Paramita: 2008)

*Departemen Agama RI, AlQuran dan Terjemahannya Juz 1-30*, Surabaya, UD Mekar: 2000

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id  
Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Ampel, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi*, Cetakan VI, 2011

*Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Bandung, Citra Umbara: 2010

[http://digilib.petra.ac.id/jiunkpe/S1/eman/2010/Strategi\\_penjualan.pdf](http://digilib.petra.ac.id/jiunkpe/S1/eman/2010/Strategi_penjualan.pdf)

<http://www.Indosat.Com>

<http://www.XL.Com>

<http://www.Telkomsel.com>

<http://sharianomics.wordpress.com/2010/11/18/tadlis-penipuan/>