ANALISIS HUKUM ISLAM DAN UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TAGIHAN PAKET WIFI INDIHOME DI SIDOARJO

SKRIPSI

Oleh : FITRI AMALIA SHOLICHA NIM : C92217080



Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Syariah dan Hukum
Jurusan Hukum Perdata Islam
Prodi Hukum Ekonomi Syariah
Surabaya
2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama

: Fitri Amalia Sholicha

NIM

: C92217080

Fakultas/Jurusan/Prodi : Syariah dan Hukum/Hukum Perdata Islam/Hukum

Ekonomi Syariah

Judul Skripsi

: Analisis Hukum Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999

Terhadap Tagihan Paket Wifi Indihome Di Sidoarjo

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 3 Februari 2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul "Analisis Hukum Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 Terhadap Tagihan Paket Wifi Indihome Di Sidoarjo" yang ditulis oleh Fitri Amalia Sholicha NIM. C92217080 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 3 Februari 2021

Pembimbing,

Dr. H. Mohammad Arif, MA

NIP: 197001182002121001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Fitri Amalia Solicha NIM. C92217080 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari ini dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Fakultas Syariah dan Hukum.

Majelis Munaqosah Skripsi:

Penguji I

Dr. H. Mohammad Arif, MA

NIP: 197001182002121001

Penguji II

Dr. H. Abdul Kholiq Syafa'at, MA.

NIP: 197106052008011026

Penguji III

Penguji IV

Moch. Zainul Arifin, S.Ag, M.Pd.I.

NIP: 197104172007101004

Elly Uzlifatul Jannah, MH, NIP: 199110032019032018

Surabaya, Mengesahkan

Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,

6

Masruhan, M.Ag. 5904041988031003



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300 E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Nama : Fitri Amalia Sholicha						
NIM : C92217080						
Fakultas/Jurusan : Fakultas Syari'ah dan Hukum / Hukum Perdata Islam						
E-mail address : fitriamaliasholicha@gmail.com						
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah : Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain () yang berjudul :						
ANALISIS HUKUM ISLAM DAN UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN						
KONSUMEN TERHADAP TAGIHAN PAKET WIFI INDIHOME DI SIDOARJO						
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara <i>fulltext</i> untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan. Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta						
dalam karya ilmiah saya ini.						
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenamya.						

Surabaya, 5 Juli 2021

Penulis

Fitri Amalia Sholicha

ABSTRAK

Skripsi dengan Judul "Analisis Hukum Islam Dan UU No. 8 Tahun 199Terhadap Tagihan Paket Wifi Indihome Di Sidoarjo" bertujuan untuk menjawab tentang:1. Bagaimana praktik tagihan paket Wifi Indihome di Sidoarjo? 2. Bagaimana Analisis Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 terhadap tagihan paket Wifi Indihome di Sidoarjo?

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, data yang dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara (interview) dan dokumentasi. Selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu pembahasan dimulai dengan mengumpulkan data yang diperoleh di lapangan mengenai tagihan paket wifi Indihome di Sidoarjo, kemudian dianalisis berdasarkan hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 dengan pola pikir induktif.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa adanya kenaikan terhadap tagihan paket wifi Indihome tanpa adanya pemberitahuan terlebih dahulu kepada pengguna atau konsumen. Penyebabnya bahwa terkadang pihak marketing Indihome tidak memberikan informasi secara jelas dengan terperinci terhadap pengguna wifi. Pada saat ditawarkan penggunaan pertama biasanya mendapat diskon sehingga pada bulan- bulan berikutnya jika diskon tersebut sudah tidak berlaku menyebabkan adanya kenaikan tagihan tersebut. dilihat dari segi Hukum Islam menggunakan akad istishna>', sebab pembayarannya dilakukan diakhir akad setelah penggunaan wifi berlangsung. Akad yang terjadi antara konsumen dengan Indihome telah memenuhi rukun, namun ada syarat yang tidak terpenuhi yakni mengenai harga paket wifi. Yang setiap bulannya mengalami kenaikan sehingga jelas bahwa terhadap harga ada ketidak jelasan dan nilai yang pasti. Sehingga berakibat pada akad yang fasad, merupakan akad yang terpenuhi rukun dan syaratnya tetapi terdapat hal lain yang merusak akad. Seprti adanya ketidak jelasan terhadap harga. Sedangkan Dalam UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen setelah dijabarkan mengenai hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, maka ditemukan beberapa cacat terhadap kewajiban pelaku usaha. Yakni cacat informasi yang menyebabkan adanya prasangka buruk masyarakat terhadap Indihome karena jumlah tagihan yang melambung naik.

Dengan demikian dari kesimpulan diatas saran kepada pelaku usaha untuk meberikan informasi dengan jelas dan terperinci agar tidak ada kesalah pahaman dengan konsumen. Selain itu bagi konsumen hendaknya lebih aktif untuk mencari tau dan bertanya terkait syarat dan ketentuan serta kelebihan dan kelemahan dari objek transaksinya.

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	. viii
DAFTAR TRANSLITERASI	X
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Bata <mark>san</mark> Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Kajian Pustaka	
E. Tujuan Penelitian	9
F. Kegunaan Hasil Penelitian	
G. Definisi Operasional	10
H. Metode Penelitian	12
I. Sistematika Pembahasan	17
BAB II : TEORI JUAL BELI <i>ISTISHNA'</i> DALAM ISLAM SERTA UU NO.	8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	19
A. Teori Jual Beli <i>Istishna</i> ' dalam Hukum Islam	19
1. Pengertian jual beli	19
2. Pengertian jual beli istishna'	21
3. Dasar Hukum Jual Beli	23

	4.	Rukun jual beli <i>al-istishna>'</i>	27
	5.	Asas-asas akad jual beli istishna>'	29
B.	1	UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	30
	1.	Pengertian konsumen	30
	2.	Perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomo	or 8 Tahun 1999
			31
	3.	Asas-asas dan tujuan perlindungan konsumen	33
	4.	Hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha	35
BA	B II	I : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN DAN I	PRAKTIK
		JUAL BELI ISTISHNA>' TERHADAP KENAIKAN TA	AGIHAN
		PAKET WIFI INDIHOME	41
A.	Gaı	nbaran Umum Lokas <mark>i Pe</mark> nelitian	41
	1.	Letak geografis Kabupaten Sidoarjo	41
	2.	Profil Masyarakat	42
	3.	Perekonomian Kabupaten Sidoarjo	43
B.	Gaı	nbaran Umum PT. Telkom Indonesia Tbk	43
	1.	Profil PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk	43
	2.	Visi dan misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk	45
	3.	Job description PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk	45
	4.	Layanan indihome PT. Telkom Indonesia tbk	49
C.	Pra	ktik Jual Beli Istishna' pada Paket Tagihan Wifi Indihome	di Sidoarjo 51
BA	B I	V : ANALISIS HUKUM ISLAM DAN UU NO. 8 TAHUN	l 1999
		TERHADAP TAGIHAN PAKET WIFI INDIHOE DI SI	DOARJO 57
A.	(Gambaran Umum Tagihan Paket Pengguna Wifi Indihome	di Sidoarjo 57
B.		Analisis Hukum Islam terhadap Tagihan Paket Wifi Indiho	me di Sidoarjo
			59

C.	Analisis UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhada	p
Tagiha	an Paket Wifi Indihome di Sidoarjo	62
BAB	V : PENUTUP	68
A.	Kesimpulan	68
B.	Saran	69
DAFT	TAR PUSTAKA	71



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan konsumen sekaligus produsen dalam aktivitas sehari-hari. Sebagai makhluk yang saling membutuhkan terhadap sesamanya menjadikan manusia selalu memiliki kekurangan jika hidup secara individual. Banyak hal yang bisa terlaksana dengan bantuan dan rasa andil orang lain, sebab itulah manusia dikenal dengan makhluk sosial.

Manusia tidak bisa terlepas dari hak dan kewajiban yang melekat pada dirinya. Hak dan kewajiban tersebut menjadi pembatas dalam melakukan sesuatu sesuai norma hukum yang berlaku. Hak muncul sebab lahiriah sebagai manusia yang diberikan oleh Tuhan yang Maha Esa. Dalam segala aspek kehidupan terdapat hak dan kewajiban yang berbeda sesuai aspek dimana manusia tersebut mengikatkan dirinya. Salah satu aspek yang dimaksudkan yaitu aspek ekonomi. Ekonomi merupakan kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik kebutuhan primer maupun kebutuhan lainnya. Dalam hukum Islam dikenal dengan muamalah.

Muamalah merupakan bagian dari Hukum Islam yang mengatur tingkah laku manusia dalam aspek ekonomi. Hal ini berkaitan dengan akad atau transaksi dunia perekonomian yang diatur dalam Fiqh muamalah terkait hukum sah atau tidaknya transaksi yang dilakukan. Sebagaimana dijelaskan

1

¹ Muhammad Ashri, *Hak Asasi Manusia Filosofi, Teori dan Instrumen Dasar* (Makassar: CV. Sosial Politic Genius, 2018), 18.

oleh Rahman Ghazali bahwa fiqh muamalah merupakan hukum yang menjadi dasar atas tingkah laku manusia dalam menjalankan persoalan-persoalan keduniaan seperti jual beli, sewa menyewa dan lain-lain.² Islam telah memberikan kejelasan dalam garis kebijaksanaan yang jelas untuk bermuamalah. Konsep ajaran Islam yang merupakan agama rah}matan lil 'a>lamin yang telah mengatur hubungan antara Allah SWT dengan mankhluk-Nya untuk membersihkan jiwa dan mensucikan hati melalui ibadah, maka kegiatan ekonomi yang dilakukan manusia agar mendapat karunia Allah SWT harus berpegang teguh terhadap syariat Islam yang disebut dengan Fiqih Muamalah.

Fiqih Muamalah merupakan hukum-hukum *syara'* yang bersifat praktis (amaliah) yang diperolah dari dalil-dalil yang terperinci yang mengatur keperdataan seseorang dengan orang lain dalam hal persoalan ekonomi.³ Selain itu kemajuan ekonomi digandeng dengan semakin canggihnya tekhnologi, hal ini dibuktikan dengan adanya internet sebagai media yang memudahkan manusia dalam mengakses segalanya di dunia. Munculnya internet berdampak juga pada munculnya aplikasi *e-commerce* dan *marketplace* yang berbasis online.

Demi lancarnya jaringan internet tersebut maka munculah Wifi sebagai suatu teknologi yang menggunakan gelombang radio (secara nirkabel) melalui jaringan komputer untuk bertukar data dengan kecepatan yang cenderung tinggi. Sebab inilah mendorong masyarakat untuk menggunakannya dalam

_

² Rahman Ghazali,dkk. *Figh Muamalat* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 3.

³ Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah, Cet 5 (Jakarta: Kencana, 2019), 2

kegiatan sehari-hari. Munculnya berbagai instansi penyedia Wifi menjadikan konsumen harus selektif dalam menggunakannya. Dalam penelitian ini akan menuangkan terkait jaringan Wifi milik PT. Telkom Indonesia Tbk.

Dari sisi hukum Islam akad diatas dikenal sebagai akad jual beli istishna>'. Istishna>' merupakan transaksi jual beli terhadap suatu barang dalam tanggungan yang disyaratkan untuk mengerjakannya. Objek transaksi akad ini yakni barang yang harus dikerjakan dan pekerjaan pembuatan barang tersebut. Sedangkan menurut hukum ekonomi syariah, istishna>' merupakan jual beli barang atau jasa dalam bentuk pemesanan dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pihak pemesan dan pihak penjual.⁴

Adapun terkait dasar hukum akad jual beli istishna>' terdapat dalam al-Quran surah al-Baqarah ayat 282:

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya".⁵

.

⁴ Mardani, Figh Muamalah (Jakarta: KENCANA, 2012), 124.

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya Al-Jumanatul 'Ali* (Bandung: CV. Penerbit J-ART, 2004), 48.

Sekilas jual beli *istishna>*' sama dengan jual beli salam sebab samasama merupakan jual beli pesanan. Namun terdapat perbedaan yang signifikan dari kedua akad tersebut, diantaranya:

- 1. Dalam *istishna>*' harga atau alat pembayaran tidak harus dimuka seperti pada akad salam.
- 2. Tidak ada ketentuan tentang lamanya pekerjaan dan saat penyerahan.
- 3. Barang yang dibuat tidak harus ada di pasar.
- 4. Objek *istishna>* 'selalu barang yang harus di produksi, sedangkan objek salam bisa untuk barang apa saja. Bisa untuk produksi terlebih dahulu maupun tidak.
- 5. Harga dalam akad salam harus dibayar penuh dimuka sedangkan akad istishna>' tidak harus dibayar diawal melainkan dapat juga dicicil atau dibayar dibelakang.

Dari ketentuan di atas terkait jual beli *istishna*>' maka dapat ditarik kesimpulan terhadap praktik jual beli tagihan paket wifi Indihome tersebut menggunakan akad *istishna*>'. Selain karena merupakan jenis jual beli pesanan juga pembayaran terhadap tagihan paket tersebut dibayarkan diakhir.

Namun fakta di lapangan muncul berbagai polemik dari pelanggan Wifi Indihome, diantaranya mengenai terjadinya kenaikan harga paket yang tidak diduga pada jumlah tagihan tiap bulannya. Hal inilah yang menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui adanya pelanggaran hak secara hukum normatif maupun hukum Islam.

Dalam UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen harus berjalan sesuai pasal yang berlaku dalam undang-undang tersebut. Salah satu pasal yang ditilik dalam undang-undang ini yakni mengenai hak dan kewajiban konsumen dan penyedia jasa (PT. Telkom Indonesia Tbk).

Perlindungan hukum bagi konsumen sangat penting dalam menjaga keseimbangan hubungan hukum antara produsen dengan konsumen, sehingga perlu adanya prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen yang dapat menjadi acuan dalam memberikan perlindungan kepada konsumen. Pengertian lain mengenai konsumen dapat dilihat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (1) menyatakan bahwa: "Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan terhadap konsumen". Dan Pasal 1 ayat (2) menyatakan bahwa: "Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan".

Perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, unuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga menjamin martabatnya sebagai manusia.

Adanya kenaikan tidak diduga pada tagihan paket wifi Indihome perbulannya saat melakukan pembayaran yang tidak sesuai dengan perjanjian di awal saat pemilihan paket data dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Sedangkan, hampir seluruh masyarakat Indonesia merupakan konsumen dari layanan internet, dan yang menggunakan jasa Indihome terkhususnya Kabupaten Sidoarjo.

Dari latar belakang masalah diatas maka penulis merasa tertarik untuk menuangkan dalam bentuk tulisan berjudul "Analisis Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 terhadap Tagihan Paket Wifi Indihome di Sidoarjo".

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- Akad yang terjadi pada konsumen dan penyedia Wifi Indihome milik PT.
 Telkom Indonesia Tbk.
- Praktik yang terjadi dari adanya perjanjian antara pihak Wifi Indihome milik PT. Telkom Indonesia Tbk sebagai pemilik dengan masyarakat sebagai pembeli.
- Analisis Hukum Islam terhadap akad yang terjadi antara kedua belah pihak.
- Analisis UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap tagihan paket Wifi Indihome di Sidoarjo.
- 5. Dampak yang terjadi dari adanya akad tersebut.

Supaya batas permasalahan diatas bisa fokus pada maksud dan tujuan penelitian terhadap Tagihan Paket Wifi Indihome di Sidoarjo dilihat dari sisi Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, maka penulis membatasi penelitian ini dengan hal berikut:

- 1. Praktik jual beli *istishna*>' pada tagihan paket Wifi Indihome di Sidoarjo.
- 2. Analisis Hukum Islam dan\\\\ UU No. 8 Tahun 1999 terhadap tagihan paket Wifi Indihome di Sidoarjo.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahn diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Bagaimana praktik tagihan paket Wifi Indihome di Sidoarjo?
- 2. Bagaimana Analisis Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 terhadap tagihan paket Wifi Indihome di Sidoarjo?

D. Kajian Pustaka

Kajian disini memuat hasil penelitian terdahulu terkait seputar kasus penggunaan Wifi, namun memiliki perbedaan dengan penelitian ini. Penelitian ini bukanlah bentuk duplikasi terhadap karya-karya terdahulu yang telah ada. Di bawah ini merupakan kajian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini:

1. Skripsi yang ditulis oleh Reka Lusiana Dewi (2019) dengan judul "Perilaku Konsumen terhadap Penggunaan Fasilitas Wi-Fi Perspektif Ekonomi Islam". Dalam skripsi tersebut membahas mengenai tindakan

- yang dilakukan konsumen Wifi di cafe Brown Coffe Metro⁶ dilihat dari ekonomi Islam terkait perilaku konsumen sebagai pengguna.
- 2. Skripsi yang ditulis oleh Ahmad Muzaki (2018) dengan judul "Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Wifi BB_NET (Antika Link) di Desa Paringan Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo". Dalam skripsi tersebut membahas mengenai akad jual beli Wifi yang didalamnya belum sesuai dengan rukun dan syarat dari jual beli, mulai dari akad yang tidak berprinsip serta adanya wanprestasi dari pihak perusahaan.⁷
- 3. Skripsi yang ditulis oleh Supiandi (2018) dengan judul "Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Jasa Warnet untuk Anak di Bawah Umur (Studi Kasus di Kelurahan Babakan Kecamatan Sandubaya Kota Mataram)".

 Dalam skripsi tersebut membahas mengenai transaksi yang dilakukan oleh anak dibawah umur, selama rukun dan syarat terpenuhi maka akad dikatakan sah, namun tidak menutup kemungkinan adanya zari'at yang seringkali membawa mafsadat.8
- 4. Skripsi yang ditulis oleh Indra Prasta (2017) dengan judul "Persepsi Konsumen terhadap Kontrak Baku pada Perusahaan Jasa Telekomunikasi Internet Berlangganan (Studi Kasus Konsumen Berlangganan Jasa Telekomunikasi di Desa Merjosari Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)". Skripsi tersebut membahas mengenai perjanjian yang dilakukan

⁷ Ahmad Muzaki, Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Wifi BB_NET (Antika Link) di Desa Paringan Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo, Skripsi—IAIN Ponorogo, 2018.

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

⁶ Reka Lusiana Dewi, Perilaku Konsumen terhadap Penggunaan Fasilitas Wifi Perspektif Ekonomi Islam, Skripsi—IAIN Metro, 2019.

⁸ Supiandi, "Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Jasa Warnet untuk Anak di Bawah Umur (Studi Kasus di Kelurahan Babakan Kecamatan Sandubaya Kota Mataram), Skripsi—UIN Mataram, 2018.

pihak penyedia jaringan internet pada TV kabel yang kurang dipahami oleh pengguna dan dianalisis dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlidungan Konsumen terkait adanya kenaikan tarif yang signifikan.⁹

Berbeda dengan skripsi di atas bahwa dalam skripsi ini membahas mengenai adanya kenaikan tagihan terhadap paket wifi Indihome yang digunakan oleh konsumen tanpa adanya pemberitahuan terlebih dahulu, dan dianalisis menggunakan akad jual beli *istishna>*' dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

E. Tujuan Penelitian

Adanya penelitian ini memiliki tujuan yang berdasarkan rumusan masalah di atas, meliputi:

- Untuk mengetahui praktik terhadap tagihan paket Wifi Indihome di Sidoarjo.
- 2. Untuk mengetahui Analisis Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 terhadap tagihan paket Wifi Indihome di Sidoarjo?

•

⁹ Indra Prasta, "Persepsi Konsumen terhadap Kontrak Baku pada Perusahaan Jasa Telekomunikasi Internet Berlangganan (Studi Kasus Konsumen Berlangganan Jasa Telekomunikasi di Desa Merjosari Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)", Skripsi—UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian bisa dilihat kegunaannya dari dua aspek meliputi aspek teoritis akademis dan aspek praktik. Dalam penelitian ini penulis memfokuskan atas dua aspek tersebut atas hasil penelitian yang dilakukan.

1. Secara teoritis akademis

- a. Agar hasil penelitian dapat memberikan keluasan wawasan dalam sarana bidang keilmuan, khususnya mengenai praktik jual beli istishna>' dalam analisis hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Dapat menjadi bahan acuan bagi penulis berikutnya yang terkait dengan praktik jual beli *istishna>* 'dalam suatu akad.

2. Secara praktis

- a. Diharapkan dalam penelitian ini dapat menjadi acuan dan memberikan informasi kepada pengguna yang sudah berlangganan agar memberikan layanan terbaik kepada pelanggan.
- b. Diharapkan penelitian tersebut terdapat menjadi rujukan apabila terjadi sengketa dengan fiqh muamalah khususnya mengenai jual beli istishna>'.

G. Definisi Operasional

Dalam hal mengantisipasi terjadinya multi tafsir dan timbulnya pemahaman lain terhadap penelitian ini, maka penulis menjabarkan maksud dan tujuan dari judul yang diangkat dalam poin ini. Penulis juga akan menjabarkan istilah-istilah dan makna yang terkandung dalam penelitian ini, dengan kata kunci sebagai berikut:

- Hukum Islam yang dimaksud disini yakni akad jual beli istishna>',
 merupakan jual beli pesanan dengan pembayaran bisa diawal, dicicil
 maupun diakhir. Dalam praktik tagihan paket wifi Indihome milik PT.
 Telkom Indonesia dibayarkan diakhir tiap bulannya sebagai kewajiban
 dari pengguna (konsumen). Harga tersebut ditentukan pihak PT. Telkom
 Indonesia Tbk dan merupakan hak konsumen dan telah disepakati kedua
 belah pihak pada awal transaksi.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindugan Konsumen
 (UUPK) merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹⁰
- 3. Wifi Indihome PT. Telkom Indonesia Tbk, merupakan suatu koneksi yang menghubungkan satu pengguna internet dengan lainnya di dunia, jasa layanan Wifi.¹¹
- 4. Paket data Wifi Indihome milik PT. Telkom Indonesia menyediakan bermacam paket dengan kecepatan jaringan yang berbeda sehingga berdmpak pada jumlah tagihan yang berbeda pula. Paket tersebut mulai dari kecepatan 10Mbps, 20Mbps dan lainnya. Tagihan paket ini mulai dari Rp. 300.000, Rp. 315.000 hingga Rp. 955.000 per bulan.

-

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu 8 99.htm diakses pada 9 Desember 2019.

¹¹ www. indihome.co.id Diakses pada Tanggal 15 November 2020 pukul 20.30 WIB.

H. Metode Penelitian

Penelitian adalah serangkaian kegiatan dalam mencari data atas suatu objek yang diteliti dengan menggunakan metode dan sumber dari berbagai aspek yang bertjuan memperoleh jawaban. Penelitian ini dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk melihat suatu kejadian yang benar adanya (field research) sedangkan data diperoleh dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan pendekatan yang dilakukan merupakan kualitatif yakni penelitian terhadap fakta dilapangan dan kemudian dideskripsikan selanjutnya dituangkan dalam bentuk narasi sebagai suatu karya penelitian. Analisis yang dilakukan peneliti merupakan analisis data secara deduktif menganalisis kesimpulan umum atau generalisasi yang diuraikan menjadi contoh-contoh kongkrit atau fakta-fakta untuk menjelaskan kesimpulan tersebut.

Dalam penelitian ini yakni dengan mengemukakan dan memaparkan teori-teori Hukum Islam yang dalam hal ini menggunakan akad *istishna>*' terhadap paket Wifi Indihome milik PT. Telkom Indonesia Tbk serta analisis dengan UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk diketahui kesimpulannya.

Supaya penelitian ini dapat tersusun sebagai suatu karya tulis yang sistematis dan mudah dipahami, maka dianggap sangat perlu untuk

¹² Rianto Adi, Aspek Hukum dalam Penelitian, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2015),

^{4.}

¹³ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Ypgyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 27.

menjelaskan metode penelitian yang digunakan penulis dalam karyanya meliputi:

1. Data yang dikumpulkan

Data merupakan segala informasi yang didapat dari penelitian yang dilakukan baik berupa pernyataan hasil wawancara maupun dokumentasi. Data disini diperoleh dari fakta yang ada baik berasal dari sumber primer maupun sekunder. ¹⁴Data yang peneliti kumpulkan diantaranya:

- a. Data yang berkaitan dengan tagihan paket Wifi Indihome PT. Telkom Indonesia Tbk di Sidoarjo.
- b. Data yang berkaitan dengan analisis Hukum Islam dan UU No. 8
 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berkaitan dengan tagihan paket Wifi Indihome.

2. Sumber data

Sumber data yang penulis gunakan untuk dijadikan pedoman dalam literatur ini agar bisa mendapatkan data yang akurat terkait meliputi data primer dan sekunder, yaitu:

a. Sumber primer

Sumber data primer adalah yang memberi informasi langsung kepada pengumpul data, dan cara pengumpulannya dapat dilakukan dengan observasi, *interview*, atau wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan gabungan dari keempatnya¹⁵.

¹⁵ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), 211.

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

¹⁴ Tim Prima Pena, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Gramedia Press, 2000), 211.

Sumber primer dalam penelitian ini adalah sumber utama yang berkaitan langsung dengan obyek yang dikaji, meliputi pihak pemilik Wifi Indihome yang dalam hal ini PT. Telkom Indonesia Tbk, sales Indihome serta pihak konsumen selaku pengguna Wifi.

b. Sumber sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh dari literatur-literatur yang bersifat menunjang dan memberikan penjelasan mengenai sumber-sumber data primer. ¹⁶berikut diantaranya:

- 1) Mardani, Hukum Bisnis Syariah.
- 2) Harun, Figh Muamalah.
- 3) Wahbah al-Zuhaily, *Al-Fiqh al-Islam wa Adillatuhu* Jilid.5.
- 4) UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

 Selain itu penulis juga mengambil data dari dokumentar, gambar, majalah, berita, catatan, notulen rapat, buku dan lainnya.

3. Tekhnik pengumpulan data

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap kejadian. Dengan teknik *observasi*, peneliti merasakan apa yang dirasakan dan dihayati subyek, bukan apa yang dirasakan oleh si peneliti.¹⁷

b. Interview

Interview adalah teknik pengumpulan data dengan cara tanya

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

¹⁶ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), 116.

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Metode Research II*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), 213-214.

jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara tatap muka.¹⁸

c. Telaah Pustaka

Telaah Pustaka adalah teknik pengumpulan data melalui telaah buku-buku dan literatur, ¹⁹ dalam hal ini peneliti menggunakan referensi yang berkaitan dengan jual beli *istishna>* ' terhadap tagihan paket Wifi dalam perspektif Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

4. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah teknik memperoleh data dengan menggunakan cara-cara atau rumus-rumus tertentu.²⁰ Tahapan penelitian ini mencakup kegiatan *organizing, editing* dan *analizing*.

a. Organizing

Organizing adalah langkah menyusun penelitian secara sistematis data yang diperoleh dalam kerangka paparan yang telah direncanakan sebelumnya untuk memperoleh bukti-bukti dan gambaran secara jelas tentang tagihan paket Wifi Indihome milik PT. Telkom Indonesia Tbk.

b. Editing

Editing adalah pengecekan ulang data yang dikumpulkan, 21 yaitu memeriksa kelengkapan, relevansi dan keseragaman data yang

_

¹⁸ Masruhan, *Metodologi Penelitian Hukum*, cet ke-2, (Surabaya: Hilal Pustaka, 2013), 235.

¹⁹ Ibid, Metode Research II..., 106.

²⁰M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 89.

diperoleh dari penelitian terhadap tagihan paket Wifi Indihome milik PT. Telkom Indonesia Tbk.

c. Analizing

Analizing adalah langkah lanjutan terhadap klarifikasi data, sehingga diperoleh kesimpulan²² mengenai tagihan paket Wifi Indihome PT. Telkom Indonesia Tbk.

5. Teknik analisis data

Analisis data yaitu teknik meringkas data agar mudah dibaca dan diinterpretasikan.²³ Langkah peneliti yaitu menganalisa data yang diperoleh dari penelitian kualitatif ini yakni dengan cara menjelaskan secara sistematis fakta-fakta dan fenomena yang diteliti di lapangan.²⁴ Kemudian peneliti menganalisanya lagi dengan menggunakan metode diskriptif analisis yaitu mengumpulkan data mengenai tagihan paket Wifi Indihome milik PT. Telkom Indonesia Tbk untuk diambil kesimpulan.

Metode pembahasan yang dipakai dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian deduktif yaitu mengemukakan dan memaparkan teori-teori Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap adanya tagihan paket Wifi Indihome milik PT. Telkom Indonesia Tbk untuk diketahui kesimpulannya.

²¹ Masruhan, *Metodologi Penelitian Hukum*, cet ke-2 (Surabaya: Hilal Pustaka, 2013), 253.

²² I Made Pasek Diantha, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), 200.

²³Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode penelitian Survai* (Jakarta: LP3ES, 1989), 263.

²⁴Moch. Nasir, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), 63.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini ditulis agar penelitian ini lebih mudah dipahami dan lebih sistematis dalam peneyusunannya, sehingga tercegah dari adanya interpretasi terhadap judul yang diteliti maka dalam penelitian ini dibagi atas lima bab yang masing-masing bab memiliki aspek dan isi yang berkaitan.

Bab satu, Pendahuluan berisi tentang latar belakang dari masalah yang diangkat dalam penelitian, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah serta tujuannya, kajian pustaka, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika pembahasan. Dalam bab satu ini merupakan induk atas penelitian ini sebab merupakan sumber pemaparan masalah yang terjadi di lapangan.

Bab dua, Landasan teori yang berkaitan dengan penelitian yakni teori yang berkaitan dengan akad jual beli *istishna>*' meliputi definisi akad jual beli *istishna>*', dasar hukum jual beli *istishna>*', syarat dan rukun akad jual beli *istishna>*', berakhirnya akad jual beli *istishna>*' dan tujuan akad jual beli *istishna>*'. Serta membahas terkait UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berkaitan dengan hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen, serta sanksi yang berkaitan dengan hal tersebut. Bab ini termasuk dasar hukum atas jawaban penelitian yang dilakukan.

Bab tiga, Penyajian data yang memuat tentang gambaran umum objek penelitian, mulai dari lokasi penelitian yakni gambaran umum Kabupaten Sidoarjo, kemudian mengenai PT. Telkom Indonesia Tbk, Visi dan Misi PT. Telkom Indonesia Tbk, Produk layanan PT. Telkom Indonesia, macam paket

data serta tagihannya, tata cara menjadi pelanggan Wifi PT. Telkom Indonesia Tbk serta struktur kepengurusan PT. Telkom Indonesia. Selain itu juga membahas praktik jual beli *istishna*>' pada tagihan paket Wifi Indihome PT. Telkom Indonesia di Sidoarjo.

Bab empat, Analisis data yang memuat terkait hasil penelitian yang berhubungan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian dan dikolaborasikan dengan aturan hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Yakni pada bab ini membahas analisis terhadap jual beli *istishna>* ' terhadap tagihan paket Wifi Indihome milik PT. Telkom Indonesia Tbk menggunakan sumber Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Bab lima, penutup merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi ini yang didalamnya memuat kesimpulan dan saran dari penulis terkait praktik dan permasalahan yang dijelaskan dalam penelitian ini.

BABII

TEORI JUAL BELI *ISTISHNA>'* DALAM ISLAM SERTA UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Teori Jual Beli Istishna>' dalam Hukum Islam

1. Pengertian jual beli

Jual beli secara bahasa ialah menukar sesuatu dengan sesuatu diantara kedua belah pihak dengan ketentuan yang telah dibenarkan secara *syara*' yaitu memenuhi syarat dan rukun jual beli. Sedangkan dalam istilah fiqih jual beli disebut dengan *al-bai*' yang berarti menjual, menukar, mengganti sesuatu dengan sesuatu yang lain. Jual beli terdiri dari dua suku kata yaitu jual dan beli. Perkataan jual beli menunjukkan adanya perbuatan dalam satu peristiwa yaitu satu pihak sebagai pembeli dan satu pihak sebagai penjual.

Menurut terminologi, jual beli adalah perikatan yang dilakukan oleh penjual sebagai pemilik barang dan pembeli sebagai penerima barang yang sesuai dengan syara'. ⁴ Dalam hal ini beberapa ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya, yakni:⁵

a. Menurut ulama Hanafiyah

مبا دلة شيء مر غوب فيه بمثله على وجه مخصوص

¹ Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah (Jakarta: Rajawali Press, 2002), 68-69.

² Nasrun Haroen, Figh Muamalah (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 18.

³ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika Cet. III, 2004), 128.

⁴ Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah,..., 68.

⁵ Sri Sudiarti, Figh Muamalah Kontemporer (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), 74-75.

"Jual beli yakni bertukarnya harta (benda) dengan harta sesuai svara'"

b. Menurut Imam Nawawi dalam Al-Majmu'

"Jual beli merupakan perpindahan kepemilikan dengan adanya pertukaran".

c. Menurut Ibnu Kudamah dalam kitab Al-Mugni

"Jual beli adalah pertukaran harta dengan sejenisnya yang kemudian timbul kepemilikan. Ibnu Qudamah menekankan kata "milik" dan "kepemilikan" sebab ada bentuk tukar menukar yang memiliki sifat tidak harus dimiliki, seperti sewa menyewa."

d. Sayyid Sabiq

Menurut Sayyid Sabiq jual beli adalah penukaran harta dengan harta atas dasar saling rela, atau memindakan hak milik dengan ganti (imbalan) menurut cara yang dibenarkan. Dalam istilah perbankan jual beli adalah suatu pertukaran antara komoditas dengan uang atau dengan komoditas tertentu dengan cara yg dibenarkan.⁷

e. Wahbah Al-Zuhaily

-

⁶ Ismail Nawawi, Fiqih Muamalah Klasik dan Kontemporer (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 75.

⁷ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2014), 185.

Menurut Wahbah Al-Zuhaily jual beli adalah tukar menukar harta dengan cara tertentu. Atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara-cara tertentu.⁸

Dari beberapa definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa definisi jual beli yaitu suatu perjanjian tukar menukar benda yang mempunyai nilai secara sukarela antara kedua belah pihak. Dalam jual beli, di mana salah satu pihak menyerahkan barang atau disebut sebagai penjual dan pihak lainnya menerima barang dan memberikan ganti atas barang tersebut atau disebut pembeli dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan oleh *syara*'.

Yakni sesuai dengan hukum Islam yang berlaku. Dalam kaitannya dengan rukun dan syarat jual beli apabila salah satu rukun maupun syarat tidak terpenuhi maka hal itu tidak sesuai dengan ketentuan syara' dan dapat menjadikan jual beli menjadi tidak sah.⁹

2. Pengertian jual beli istishna>'

Bai' al-istishna>' merupakan suatu perjanjian jual beli atau kontrak pesanan yang ditandatangani bersama antara pemesan dengan pengeluar, dengan tujuan untuk pembuatan suatu jenis barang tertentu. Bai' al-istishna>' biasanya diaplikasikan pada perusahaan dengan memberikan spesifikasi barang yang akan ditempah atau dipesan. ¹⁰

⁹ Musthafa Kemal Pasha, Fikih Islam (Yogyakarta: Citra Karsa Mandiri, 2003), 371.

⁸ Qamarul Huda, Fiqih Muamalah (Yogyakarta: Teras, 2011), 52.

¹⁰ Hulwati, Ekonomi Islam, Teori dan Praktiknya dalam Perdagangan Obligasi Syariah di Pasar Modal Indonesia dan Malaysia, edisi I (Padang: Ciputat Press Group, 2006), 87.

Kontrak pesanan ini ialah suatu kontrak jual beli dimana pembeli membuat pesanan kepada penjual agar membuat sesuatu barang yang diinginkan, dan dibuat pada waktu tertentu dengan harga dan cara bayaran yang ditetapkan saat kontrak berlangsung. Kontrak jual beli seperti ini disamakan juga dengan kontrak upah, karena melibatkan kerja dan bahan mentah.

Bai' al-Istishna>' hampir sama dengan bai' as-salam, yaitu suatu kontrak jual beli dimana harga atas barang tersebut dibayar lebih dulu tetapi dapat diangsur sesuai dengan jadwal dan syarat-syarat yang disepakati bersama sedangkan barang yang dibeli diproduksi dan diserahkan kemudian. Jual beli pesanan/al-istishna>' merupakan akad jual beli dalam bentuk pesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan (pembeli, mustashni') dan penjual (pembuat, sha>ni'). Berikut merupakan perbedaan ciri jual beli istishna>' dengan jual beli salam, diantaranya:

- a. Dalam *istishna>*' harga atau alat pembayaran tidak harus di muka seperti pada akad saīam.
- b. Tidak ada ketentuan tentang lamanya pekerjaan dan saat penyerahan.
- c. Barang yang di buat tidak harus ada di pasar.
- d. Objek istishna>' selalu barang yang harus di produksi, sedangkan objek saīam bisa untuk barang apa saja, bisa untuk diproduksi terlebih dahulu ataupun tidak.

e. Harga dalam akad saīam harus dibayar penuh dimuka, sedangkan dalam akad istishnā' tidak harus bayar di muka melainkan dapat juga di cicil atau di bayar di belakang.

Akad $sa\bar{\imath}am$ tidak dapat diputuskan secara sepihak, sementara dalam $istishn\bar{\alpha}$ ' akad dapat diputuskan sebelum barang tersebut di produksi. Atas ketentuan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa istishn $\bar{\alpha}$ ' adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan berupa barang dengan spesifikasi tertentu sesuai dengan apa yang diminta oleh konsumen. Bahan yang digunakan untuk membuat pesanan adalah bahan milik produsen dengan pembayaran dapat dilakukan secara bertahap baik di depan, ketika barang dalam proses produksi ataupun di akhir ketika barang telah selesai dikerjakan dan diserahkan kepada konsumen.

3. Dasar Hukum Jual Beli

Transaksi jual beli istishnā' merupakan kelanjutan dari jual beli saīam maka secara umum landasan syariah yang berlaku pada jual beli Assaīam juga berlaku pada *istishna>'*. Para ulama membahas lebih lanjut keabsahan *istishna>'* dengan penjelasan berikut. Menurut mazhab Hanafi, jual beli *istishna>'* termasuk akad yang di larang karena bertentangan dengan jual beli secara qiyas. Mereka mendasarkan pada argumentasi bahwa pokok kontrak penjualan harus ada dan dimiliki penjual. Meskipun demikian, mazhab Hambali menyetujui kontrak jual beli istishnā' atas dasar istihsan karena alasan berikut ini:

Pertama, masyarakat telah mempraktekkan istishna>' secara luas dan terus menerus tanpa ada keberatan sama sekali. Hal ini menjadikan istishn $\bar{\alpha}$ ' sebagai kasus ijma'.

Kedua, jual beli *istishna>*' sah sesuai dengan aturan umum mengenai kebolehan kontrak selama tidak bertentangan dengan nash atau aturan syariah.

Ketiga, keberadaan jual beli *istishna>*' berdasarkan atas kebutuhan masyarakat. Sebagian besar masyarakat yang menginginkan barang yang tidak dapat ditemukan di pasar, sehingga mereka cenderung melakukan kontrak agar orang lain membuat barang untuk mereka.

Keempat, didalam syariah dimungkinkan adanya penyimpanan terhadap qiyas berdasarkan ijma' ulama. Selain itu akad jual beli ini terdapat dalam al-Qur'an, hadis, dan *ijma*' ulama.¹¹

a. Al-Qur'an

Ayat al-Qur'an banyak menyebut mengenai jual beli, diantaranya:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَحَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ وَأَحْرُهُ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ أَوْمَنْ عَادَ فَأُولُئِكَ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ أَوْمَنْ عَادَ فَأُولُئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ أَلَّ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ أَصْحَابُ النَّارِ أَلَّ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu

_

¹¹ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), 115.

sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (*QS. Al-Baqarah: 275*).¹²

Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat. (*QS. Al-Baqarah: 198*).¹³

b. Hadist

Tidak hanya di d<mark>al</mark>am al-Qur'an, kebolehan jual beli juga ada di dalam hadis-hadis Rasulullah saw.

Dari Rifa'ah bin Rafi' r.a. sesungguhnya Nabi saw pernah ditanya seorang sahabat mengenai usaha atau pekerjaan, apakah yang paling baik? Rasulallah saw menjawab: usaha seorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang baik. (HR. Al-Bazzar dan Al-Hakim).¹⁴

•

¹² Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Pustaka Al-Mubin, 2013), 47.

¹³ Ibid., 31.

¹⁴ Imam Mustofa, Figh Muamalah Kontemporer, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), 24.

Hadis lain yang menjadi dasar kebolehan melakukan jual beli yaitu Hadis yang diriwayatkan oleh Ibn Majah, bahwa Rasulullah bersabda:

Dari 'Abdullah bin 'Umar r.a. bahwa Rasulullah saw bersabda, seorang pedagang muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat. (HR. Ibnu Majah, Hakim dan Daruquthni).

عن عبداا لله بن عمر رضي الله عنهما عن رسول الله عليه وسلم أنه قالا اذا عن حكيم بن حزام رضي الله عن قال قال رسل الله صل الله عليه وسلم البيعان بالخيار مالم يتفرّقا أو قال حترقا فاءن صدقا وبيّنابورك لهما في بيعهما وان كتما وكذبا محقت بركة بيعهما

Ada hadis yang semakna dari hadis Hakim bin Hizam, dia berkata, Rasulullah saw bersabda, dua orang yang berjual beli mempunyai hak pilih selagi belum saling berpisah, jika keduanya saling dan menjelaskan, maka keduanya saling jujur dan menjelaskan, maka keduanya diberkahi dalam jual beli itu, namun jika keduanya saling menyembunyikan dan berdusta, maka barokah jual beli itu dihapuskan. (HR. Bukhari dan Muslim).¹⁵

Sesungguhnya jual beli itu hanya sah jika suka sama suka (saling meridhoi). (HR. Ibnu Hibban dan Ibnu Majah)

c. Ijma'

Dasar hukum jual beli setelah al-Qur'an dan hadis adalah *ijma'* ulama, bahwasannya ulama menyepakati bahwa jual beli hukumnya

٠

¹⁵ Abdullah bin Abdurrahman Ali Bassam, Syariah Hadis Pilihan Bukhari Muslim, ..., 581.

sebab manusia tidak akan mampu memenuhi kebutuhannya tanpa bantuan dari manusia lain. Namun dalam hal ini *ma'qud alaih* harus ditukar dengan barang atau uang yang sebanding.¹⁶

Dengan begitu dasar yang memperbolehkan akad jual beli yaitu bersumber dari al-Qur'an, hadis, dan *ijma'* ulama. Dengan tiga dasar yang disebutkan maka status hukum jual beli sangat kuat dengan tetap memperhatikan syarat dan rukun jual beli.

4. Rukun jual beli al-istishna>'

Rukun dari istishn $\bar{\alpha}$ ' yang wajib terpenuhi dalam transaksi ada beberapa hal, yaitu:

- a. Pelaku akad, yaitu *mustashni*' (pembeli) adalah pihak pemesan barang, sedangkan *shāni*' (penjual) adalah pihak yang memproduksi barang. Adapun syarat '*aqidain* yaitu:
 - 1) Berakal, orang yang melakukan jual beli harus memiliki akal sehat.
 - 2) Baligh, setiap transaksi harus dilakukan oleh orang dewasa dan bukan anak kecil yang belum baligh.
 - 3) Melakukan jual beli atas dasar kemauan dan bukan paksaan atau intimidasi dari orang lain.
- b. Objek akad, yaitu barang atau jasa (mashnu')
 - 1) Barang tersebut halal
 - 2) Barang mempunyai manfaat
 - 3) Barang tersebut ada dalam tanggungan

¹⁶ Rahmat Syafe'I, *Fiqih Muamalah untuk UIN, STAIN, PTANIS, dan Umum* (Bandung: Pustaka Setia, 2006), 75.

- 4) Barang tersebut diketahui kadarnya, jenisnya, sifat, ciri-ciri dan kuantitas serta kualitasnya.
- c. Harga (tsaman), adapun syarat harga yakni harus jelas dan terukur, berapa harga barangnya, berapa uang mukanya dan berapa lama sampai pembayaran terakhirnya.
- d. Ijab dan qabul (sighat)

Adapun hal lain yang harus diperhatikan adalah:

- a. Harus jelas spesifikasinya.
- b. Penyerahannya dilakukan kemudian.
- c. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
- d. Barang pesanan yang belum diterima tidak boleh dijual.
- e. Tidak dibolehkan menukar barang kecuali dengan barang sejenis sesuai dengan kesepakatan.
- f. Jika terdapat kecacatan barang atau barang tidak sesuai dengan kesepakatan, pemesan memiliki hak *khiȳar* (hak memilih) untuk melanjutkan atau membatalkan akad.
- g. Jika dalam hal barang pesanan sudah dikerjakan sesuai dengan kesepakatan, hukumnya mengikat, tidak dapat dibatalkan sehingga penjual tidak dirugikan karena telah menjalankan kewajibannya sesuai dengan kesepakatan.
- h. Ijab kabul (sighat), para ulama bersepakat unsur utama dari jual beli adalah kerelaan kedua belah pihak dan kerelaan tersebut dapat di lihat

dari ijab kabul yang dilangsungkan. Apabila ijab dan kabul telah dilangsungkan maka kepemilikan atas uang dan barang telah berpindah tangan antara penjual dan pembeli.

5. Asas-asas akad jual beli istishna>'

Ada beberapa jumlah asas yang menjadi pelaksanaan hukum dalam akad yakni:¹⁷

- a) Asas kebebasan (*hurriyah*), masing-masing memiliki kebebasan untuk melakukan perjanjian dan persyaratan lain.
- b) Asas keadilan (*al-'adl*), masing-masing pihak mengucapkan kebenaran dalam berakad untuk memenuhi perjanjian dan kewajiban yang telah dibuat.
- c) Asas kerelaan (*al-riḍo*), para pihak harus melakukan transaksi atas dasar suka sama suka.
- d) Asas kesetaraan, asas ini menjadi dasar agar tidak membedakan mengenai hak dan kewajiban pelaku akad baik laki-laki maupun perempuan yang keduanya memiliki kesetaraan dan persamaan hak dan kewajiban.
- e) Asas kejujuran (*as-S]idiq*), jika kejujuran tidak diterapkan dalam kontrak, maka akan merusak legalitas kontrak dan menimbulkan perselisihan diantara para pihak. Suatu perjanjian dapat dikatakan benar apabila memiliki manfaat bagi para pihak yang melakukan

¹⁷ Andri Soemitra, Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer...40-41.

.

perjanjian dan bagi masyarakat serta lingkungan. Sedangkan perjanjian yang mendatangkan mudharat dilarang.¹⁸

f) Asas iktikad baik (Amanah), sebagaimana pada pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata menyatakan perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik. Asas ini mengandung pengertian bahwa para pihak dalam melakukan akad harus melaksanakan substansi kontrak dan prestasi atas dasar kepercayaan serta kemauan baik agar tercapai tujuan dari akad yang dilakukannya.

Dalam hukum perjanjian Islam dituntut adanya sikap amanah dari pihak penjual untuk memberikan informasi sejujurnya kepada pihak pembeli untuk menghindari terjadinya risiko. 19 Dalam melakukan suatu transaksi hendaknya memperhatikan prinsip dasar akad untuk mencegah terjadinya akad yang fasid dan bathil.

B. UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian konsumen

Menurut pendapat Nasution (1995), konsumen adalah, Seorang yang membeli barang atau menggunakan jasa atau seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu,

18 Ratna Timorati Yulianti, Asas-Asas Perjanjian (Akad) dalam Hukum Kontrak Syariah, La_Riba,

Vol.II, No.1, Juli 2018, 20. ¹⁹ Friska Muthi Wulandari, Jual Beli Online yang Aman dan Syar'i (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga), Jurnal Az-Zarqa', Vol.VII, No. 2 (2015), 216.

juga sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang.²⁰

Sedangkan menurut Badruizaman (1986), dikatakan menurut bahwa, Konsumen adalah pemakai terakhir dari benda dan jasa yang diserahkan pada mereka oleh pengusaha.²¹

Sedangkan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 ayat (2) konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.²²

2. Perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

a. Pengertian perlindungan konsumen

Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari

.

²⁰ Kelik Wardiono, Hukum Perlindungan Konsumen Aspek Substansi Hukum dan Kultur Hukum Dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014), 21.

²¹ Ibid.,21.

²² Tim Redaksi BIP, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017), 3.

tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang atau jasa tersebut.¹

Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek yaitu, perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati. Dan perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen. Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Berdasarkan konteks Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, konsumen membuat perjanjian dengan pelaku usaha, yakni setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Menunjuk pada penjelasan atas Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, koperasi, BUMN, koperasi importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. Akan tetapi khusus bagi pelaku usaha pengangkutan jalan yang menggunakan aplikasi internet (online), pelaku usaha adalah perusahaan pengangkutan umum

٠

¹ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen* (Depok: Prenadamedia Group, 2018), 6.

berbentuk badan hukum, yakni Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah, Perseroan Terbatas, atau Koperasi.

3. Asas-asas dan tujuan perlindungan konsumen

Dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 menentukan bahwa perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Maksud dari asas tersebut adalah sebagai berikut.²

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Manfaat yang diperoleh konsumen dan pelaku usaha hendaknya seimbang, tidak berat sebelah sehingga dapat dinikmati manfaatnya baik oleh konsumen maupun pelaku usaha.
- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan keseimbangan dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah. Asas ini dimaksudkan untuk memberi perlindungan atas kepentingan masingmasing pihak secara seimbang.

•

² Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen Aspek Substansi Hukum dan Kultur Hukum Dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen...*, 46.

- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, serta pemnafaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Asas ini memastikan bahwa para pihak akan melaksanakan apa yang menjadi kewajibannya dan memperoleh apa yang menjadi haknya.

Sejalan dengan asas-asas sebagaimana telah diuraikan di atas, perlindungan konsumen memiliki tujuan sebagaimana diuraikan dalam ketentuan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, antara lain sebagai berikut.

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, kemanan, dan keselamatan konsumen.³

Konsumen membutuhkan perlindungan dalam penggunaan suatu produk atau jasa , ide, gagasan, atau keinginan memberikan perlindungan pada konsumen dari kasus-kasus yang berkembang di masyarakat. Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy dalam pidatonya pada acara Kongres Amerika Serikat pada tahun 1962. Ia menyatakan gagasan menganai perlindungan konsumen dan menyebutkan empat hak konsumen yang perlu mendapatkan perlindungan secara hukum, yaitu:

- 1) Hak memperoleh keamanan (the right to safety)
- 2) Hak memilih (the right to choose)
- 3) Hak mendapat informasi (the right to be informed)
- 4) Hak untuk didengar (the right to be heard)⁴

4. Hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha

Di dalam UUPK telah dirumuskan apa yang menjadi hak dan kewajiban, yang ditujukan baik kepada konsumen maupun pelaku usaha. Meskipun telah terumus secara jelas, akan tetapi apabila kita perhatikan,

³ Tim Redaksi BIP, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen...,3

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 Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2009), 38.

hak-hak dan kewajiban-kewajiban tersebut, tidaklah langsung dapat dinikmati dan dijalankan oleh konsumen maupun pelaku usaha. Pemenuhan terhadap hak dan pelaksanaan kewajiban tersebut akan dapat terealisasi dengan dipatuhinya norma-norma yang terdapat di dalam pasalpasal lainnya.

Oleh karena itulah untuk dapat memahami lebih lanjut apa yang menjadi hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, serta bagaimana hubungannya dengan norma-norma yang lain, maka pada bagian ini akan dikemukakan apa yang menjadi hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha dan kemudian akan dilanjutkan dengan uraian tentang norma-norma yang ada serta hubungannya dengan hak dan kewajiban dari konsumen dengan pelaku usaha tersebut.

a. Hak konsumen

Hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh hukum, sedangkan kepentingan adalah tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Kepentingan pada hakikatnya mengandung kekuasaan yang dijamin dan dilindungi oleh hukum dalam melaksanakannya. Dalam Pasal 4 UUPK Nomor 8 Tahun 1999 hak konsumen terdiri dari⁵:

 Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan /atau jasa. Maksudnya adalah hak setiap konsumen untuk mendapatkan barang dan atau jasa yang

.

⁵ Tim Redaksi BIP, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen...,4

- penggunaannya aman bagi pemakainya, baik kesehatan maupun jiwanya;
- 2) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Maksudnya adalah konsumen berhak untuk menentukan sendiri pilihannya terhadap barang dan atau jasa yang dibutuhkan konsumen;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Maksudnya adalah konsumen berhak mendapatkan semua informasi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli barang dan atau jasa tersebut;
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Maksudnya adalah untuk didengar pendapat dan keluhannya secara kolektif maupun individual mengenai keputusan atau kebijaksanaan yang akan berakibat terhadap dirinya;
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau pengantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjnajian atau tidak sebagaimana mestinya.⁶

b. Kewajiban Konsumen

Kewajiban konsumen seperti tertuang dalam pasal 5 UUPK mewajibkan konsumen untuk :

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

c. Hak pelaku usaha

Hak pelaku usaha antara lain:

- Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- Hak untuk melakukan pembelaaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

٠

⁶ Ibid.,4-5.

- 3) Hak untuk rahabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 4) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya⁷.

d. Kewajiban Pelaku Usaha

- 1) Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, yang berarti pelaku usaha dilarang membedakan konsumen dalam memberikan pelayanan dan dilarang membedakan mutu pelayanan kepada konsumen;
- 4) Menjamin mutu barang dan/jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, mencoba barang dan/jasa tertentu, serta memberi jaminan dan/atau yang diperdagangkan, dengan catatan bahwa dimaksud dengan barang dan/jasa tertentu adalah barang yang dapat diuji atau dicoba tanpa mengakibatkan kerusakan atau kerugian;

⁷ Ibid.,5.

6) Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/jasa yang diterima atau dimanfaaatkan tidak sesuai dengan perjanjian⁸.



⁸ Ibid.,5.

BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN DAN PRAKTIK JUAL BELI ISTISHNA>' TERHADAP KENAIKAN TAGIHAN PAKET WIFI INDIHOME

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Letak geografis Kabupaten Sidoarjo

Kabupaten Sidoarjo sebagai salah satu penyangga Ibukota Provinsi Jawa Timur merupakan daerah yang mengalami perkembangan pesat. Keberhasilan ini dicapai karena berbagai potensi yang ada di wilayahnya seperti industri dan perdagangan, pariwisata, serta usaha kecil dan menengah dapat dikemas dengan baik dan terarah. Dengan adanya berbagai potensi daerah serta dukungan sumber daya manusia yang memadai, maka dalam perkembangannya Kabupaten Sidoarjo mampu menjadi salah satu daerah strategis bagi pengembangan perekonomian daerah. Kabupaten Sidoarjo terletak antara 112°5 'dan 112°9' Bujur Timur dan antara 7°3 'dan 7°5' Lintang Selatan.

Perbatasan

Utara	Kota Surabaya dan Kabupaten Gresik
Selatan	Kabupaten Pasuruan
Barat	Kabupaten Mojokerto
Timur	Selat Madura

2. Profil Masyarakat

Kabupaten Sidoarjo merupakan Dataran Delta dengan ketinggian antar 0 s/d 25 m, ketinggian 0-3m dengan luas 19.006 Ha, meliputi 29,99%, merupakan daerah pertambakkan yang berada di wilayah bagian timur Wilayah Bagian Tengah yang berair tawar dengan ketinggian 3-10 meter dari permukaan laut merupakan daerah pemukiman, perdagangan dan pemerintahan. Meliputi 40,81 %. Wilayah Bagian Barat dengan ketinggian 10-25 meter dari permukaan laut merupakan daerah pertanian.

Penduduk adalah faktor penting dalam membangun suatu pemerintahan dan pembangunan. Sebab selain menjadi obyek pembangunan penduduk sekaligus menjadi pelaku pembangunan. Jumlah Penduduk di Kabupaten Sidoarjo tahun 2019 hasil proyeksi penduduk mencapai 2.262.440 dengan komposisi jumlah penduduk lakilaki 1.140.627 jiwa dan penduduk perempuan berjumlah 1.121.813 jiwa.

Kabupaten Sidoarjo merupakan daerah pertanian yang subur sebagai lumbung pangan, mempertahankan petanian yang maju agar bisa swasembada pangan dengan cara intensifikasi pertanian dan menggunakan mekanisasi teknologi tepat guna.Industri menjadi faktor penting sebagai perwujudan kesejahteraan, maka kedua hal itu harus berkembang secara serasi. Selain itu, masyarakat Kabupaten Sidoarjo berbudaya hidup dengan lingkungan yang bersih, rapi, serasi, hijau, sehat, indah dan nyaman.

3. Perekonomian Kabupaten Sidoarjo

Perikanan, industri dan jasa merupakan sektor perekonomian utama Sidoarjo. Selat Madura di sebelah Timur merupakan daerah penghasil perikanan, di antaranya Ikan, Udang, dan Kepiting. Logo Kabupaten menunjukkan bahwa Udang dan Bandeng merupakan komoditi perikanan yang utama kota ini. Sidoarjo dikenal pula dengan sebutan "Kota Petis". Sektor industri di Sidoarjo cukup berkembang pesat karena lokasi yang terhubung dengan pusat bisnis Jawa Timur (Surabaya), dekat dengan Pelabuhan Tanjung Perak maupun Bandara Juanda.

Sidoarjo memiliki sumber daya manusia yang produktif serta kondisi sosial politik dan keamanan yang relatif stabil menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di Sidoarjo. Sektor industri kecil juga berkembang cukup baik, di antaranya sentra industri kerajinan tas dan koper di Tanggulangin, sentra industri sandal dan sepatu di Wedoro - Warudan Tebel - Gedangan, sentra industri kerupuk di Telasih - Tulangan.

B. Gambaran Umum PT. Telkom Indonesia Tbk

1. Profil PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

Perusahaan Telekomunikasi sudah ada sejak masa Hindia Belanda dan yang menyelenggarakan yakni pihak swasta. Namun dengan bergesernya pemerintahan sehingga PT. Telkom Indonesia (Persero)Tbk menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jaa layanan teknologi informasi dan komunikasi. Pemegang saham mayoritas

telkom adalah pemerintah Republik Indonesia sebesar 52,09%, sedangkan sisanya dikuasai publik. Saham telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode "TLKM" dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode "TLK".

Tahun 2001 Telkom membeli saham Telkomsel sebanyak 35% dari PT Indosat sebagai restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia. Pada tanggal 23 Oktober 2009, Telkom meluncurkan "New Telkom" ("Telkom Baru") yang ditandai dengan penggantian identitas perusahaan. Sejak 1 Juli 1995 PT. Telkom telah menghapus struktur wilayah usaha telekomunikasi (WTTEL) dan secara de facto meresmikan dimulainya era Divisi Network. Badan Usaha utama dikelola oleh 7 divisi regional dan 1 divisi network. Divisi regional menyelenggarakan jasa telekomunikasi di wilayah masing masing dan divisi network menyelenggarakan jasa telekomunikasi jarak jauh luar negeri melalui pengoperasian jaringan transmisi jalur utama nasional.

Telkom mulai saat ini membagi bisnisnya menjadi 3 Digital Business Domain:

- a. Digital connectivity
- b. Digital platform
- c. Digital service.

Adapun beberapa divisi yang tersedia di PT. Telkom antara lain:

- a. Divisi Regional I, Sumatera.
- b. Divisi Regional II, Jakarta dan sekitarnya

- c. Divisi Regional II, Jakarta dan sekitarnya.
- d. Divisi Regional III, Jawa Barat.
- e. Divisi Regional IV, Jawa Tengah dan Yogyakarta.
- f. Divisi Regional V, Jawa Timur.
- g. Divisi Regional VI, Kalimantan.
- h. Divisi Regional VII, Kawasan timur Indonesia (Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku dan Papua).
- 2. Visi dan misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

Adapun Visi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk: menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media, Edutainment* dan *Services*.

Adapun misinya adalah : Menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif dan menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

- 3. Job description PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.
 - a. General Manager, memiliki tugas:
 - Mampu menjamin tercapainya target kinerja jaringan Cooper &
 DSL Access Network dan mengimplementasikan kebijakan manajemen operasi dan pemeliharaan sistem jaringan
 - Mampu mencapai terjaminnya target kinerja sistem CPE dan mengimplementasikan kebijakan manajemen operasi dan pemeliharaan sistem.

- 3) Mampu mengevaluasi, mengukur, memodifikasi prosedur/system customer handling untuk tercapainya efektifitas customer handling untuk tiap segmen pelanggan.
- 4) Mampu mengembalikan kriteria pekerjaan outsourcing eksiting dengan mempertimbangkan kapabilitas internal & eksternal sejalan dengan perubahan lingkungan bisnis yang kompetitif dan turbulensi.

b. Manager Customer Care

- Merumuskan kebijakan customer care yang telah ditetapkan oleh Corporate Office
- 2) Memonitor, mengevaluasi, dan mengembangkan kualitas pengelolaan customer
- 3) Mengembangkan metode pelayanan customer, yang diselaraskan dengan karakteristik customer di wilayah operasinya.

c. Manager GES

- Memimpin Perusahaan pada Divisi Government Enterprise and Services.
- 2) Pengembangan pada penjualan dan pelayanan produk dan SDM.
- 3) Mengevaluasi Pencapaian Divisi.
- 4) Menumbuhkan Kepercayaan sesama karyawan.
- 5) Mengatasi masalah perusahaan.
- 6) Meningkatkan kualitas perusahaan.
- 7) Meningkatkan rasa tanggung jawab

- d. Manager Customer Service, memiliki tugas:
 - 1) Merumuskan kebijakan customer service yang telah ditetapkan oleh *Corporate Office*.
 - 2) Memonitor, mengevaluasi, dan mengembangkan kualitas pengelolaan customer.
 - Mengembangkan metode pelayanan customer, yang diselaraskan dengan 58 No. Jabatan *Job Descriptiom* karakteristik customer di wilayah operasinya.
- e. Manager Business Service, memiliki tugas:
 - 1) Memimpin perusahaan pada Divisi Business Services.
 - 2) Pengembangan pada penjualan dan pelayanan produk dan SDM.
 - 3) Mengevaluasi Pencapaian Divisi.
 - 4) Menumbuhkan Kepercayaan sesama karyawan.
 - 5) Mengatasi masalah perusahaan.
 - 6) Meningkatkan kualitas perusahaan.
 - 7) Meningkatkan rasa tanggung jawab.
- f. Manager Acces Mantenance & Optima, memiliki tugas:
 - Menyajikan Program Kerja Unit sebagai arah pencapaian kinerja pengelolaan Access Maintanance & Optima, dengan menerjemahkan strategi fungsional, menjabarkan Kontrak Manajemen (KM) Fungsional, dan menyusun indikatorindikator kinerja unit..

- 2) Mencapai kinerja unit secara ekspansif, dengan mendesiuminasikan program kerjapogram kerja unit kepada staf/tim, merumuskan Sasaran Kinerja Individu (SKI) staf/tim, mengalokasi sumberdaya unit secara tepat, mengimplementasikan program kerja-program kerja yang telah tersusun, memonitor dan mereview pencapaian kinerja anggota tim/staf secara periodic.
- 3) Memastikan aktivitas-aktivitas kritis (Critical) diidentifikasi dan didistribusikan secara tepat untuk merumuskan prioritas programprogram pemeliharaan jaringan akses area dengan sumber daya yang dikendalikan.
- 4) Memastikan alokasi dan Reboundary dilakukan untuk optimalisasi dan meningkatkan utilitas jaringan akses area.
- 5) Memastikan data hasil pemeliharaan perangkat haringan area didokumentasikan dan diformulasikan untuk membuat pelaporan perangkat (potensi, performasi, utilitas, dan sebagainya).
- 6) Memastikan prosedur kerja pemeliharaan perangkat jaringan akses area
- g. Manager CCAN, memiliki tugas:
 - 1) Pemeliharaan saluran data dan internet.
 - 2) Perbaikan saluran pelanggan cluster.
 - 3) Pemeliharaan saluran LC (Led Cenal).

- 4. Layanan indihome PT. Telkom Indonesia tbk
 - a. Produk Telepon : salah satu layanan telekomunikasi yang disediakan
 Telkom melalui media pada berupa kabel tembaga atau optic.
 - b. IndiHome Fiber: merupakan layanan Triple Play dari Telkom yang terdiri dari Internet Fiber atau High Speed Internet (Internet Cepat), Interactive TV (UseeTV) dan Phone (Telepon Rumah). IndiHome juga hadir dengan paket layanan Dual Play yang terdiri dari telepon rumah (voice) dan internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet).

Indihome IndiHome Fiber adalah salah satu produk layanan dari Telkom Group berupa paket layanan yang terpadu dalam satu paket triple play meliputi layanan komunikasi, data dan entertainment seperti telepon rumah, internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet) dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV (UseeTV). IndiHome Fiber juga dilengkapi dengan beragam layanan tambahan (add-on) yang bisa dipilih sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan seperti Telepon Mania, wifi.id seamless, TrenMicro Antivirus, IndiHome View (online surveillance camera) dan masih banyak lagi

- c. Mobile : Telkomsel menyediakan layanan telepon seluler berbasis
 GSM dengan koneksi tercepat dan layanan terluas. (Kartu Simpati,
 Hallo, As, Loop, dll).
- d. TV : USeeTV merupakan inovasi layanan yang menawarkan pengalaman baru dalam menonton televisi. Selain memberikan tayangan yang berkualitas, UseeTV Cable juga memberikan berbagai

macam fitur yang tidak ada di penyedia layanan kabel lainnya, seperti Pause & Rewind TV, Video on Demand, Video Recorder dan lainnya.

Berikut merupakan gambar layanan jasa yang disediakan oleh PT. Telkom Indonesia Tbk.



Gambar 3.1

.

¹ www. telkom.id, diakses pada tanggal 5 Desember 2020.



C. Praktik Jual Beli *Istishna>*' pada Paket Tagihan Wifi Indihome di Sidoarjo

Jual beli sebagai salah satu transaksi untuk mempermudah kegiatan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Begitupula perjanjian yang dilakukan oleh PT. Telkom Indonesia sebagai penyedia jasa Wifi indihome dengan konsumen yang berlangganan layanan indihome. Pada saat akan berlangganan indihome, sebelumnya konsumen harus menandatangani suatu kontrak baku berupa formulir yang dilengkapi dengan syarat dan ketentuan

indihome. Apabila konsumen menyetujui isi formulir tersebut maka ditandai dengan menandatangani.

Setelah kontrak tersebut disetujui maka berlaku hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak. Adapun kewajiban pelanggan yakni membayar biaya pemasangan sambungan layanan indihome meliputi (biaya pasang baru, biaya mutasi, biaya aktivasi fitur dan biaya lainnya) sesuai dengan ketentuan Telkom. Adapun waktu pembayarannya yakni setelah memperoleh paket data atas wifi indihome yang bisa dilakukan diawal maupun diakhir penyeraha paket wifi.

Dari sinilah nampak bahwa pemasangan wifi indihome yang dilakukan oleh konsumen dengan PT. Telkom Indonesia Tbk menjadi salah satu perjanjian yang masuk dalam kategori jual beli *istishna*>' dari sisi pembayarannya yang bisa dilakukan diawal maupun diakhir akad.

Namun terhadap tagihan tersebut sering terjadi kenaikan harga paket tiap bulannya tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada konsumen. Sehingga beberapa konsumen merasa dirugikan dengan sistem tagihan yang dilakukan oleh PT. Telkom ini. Hal ini juga dirasakan Bapak Eko Tjahjono Putro selaku penduduk Waru Sidoarjo, saat diwawancarai ia mengatakan bahwa sistem perjanjiannya hanya dibuat oleh PT. Telkom, sehingga tidak ada kewenangan konsumen dalam pembuatan isi perjanjian tersebut. Begitupula dengan tagihan paket yang perbulannya mengalami kenaikan harga tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada pihak konsumen.² Ia mengatakan

_

² Wawancara Bapak Eko Tjahjono Putro, pada tanggal 15 Desember 2020.

bahwa pada awal mulanya terkena kenaikan itu kan bayar di kantor pos, nah awalnya itu habis Rp. 200.000an tapi waktu bulan ketiga udah sampai Rp. 300.000an tanpa ada pemberitahuan terlebh dahulu.

Hal ini juga dirasakan oleh Ibu Suci Indah Ernayunita penduduk Buduran Sidoarjo, saat diwawancarai ia mengatakan bahwa pada walnya ia ditelfon oleh pihak wifi indihome dari Jakarta, ditanyain mbak ini bayarnya rutin, mau diupgrade gak? Kalau iya nanti 1 x 24 Jam sudah bisa dipakai. Dan akhirnya karena iming-iming kelebihan wifi Indihome ini saya mengiyakan. Ternyata setelah di upgrade itu lemot dan ada kenaikan tagihan, tagihan saya yang seharusnya Rp. 580.000 menjadi Rp. 630.000.³

Wawancara juga dilakukan pada Ibu Indah Permatasari penduduk Waru Sidoarjo, yang mengatakan bahwasannya ia pernah komplain karena tagihan tiba-tiba naik yang semulanya kena Rp. 300.000 kemudian invoice jadi Rp. 420.000. Kenaikan tersebut setelah pemakaian hingga bulan ketiga, dan pada bulan keempat tiba-tiba tagihan naik. Ketika ditanya ke pihak telkom, penyebabnya karena kecepatan internet yang awal saya gunakan 10Mbps menjadi 20Mbps. selain itu Ibu Shinta Maulidia juga mengatakan bahwasannya penggunaan wifi pada bulan pertama dan kedua lancar dan tagihannya normal sesuai promo yakni Rp. 300.000 namun pada bulan berikutnya mengalami kenaikan secara tiba-tiba dan tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.

.

³ Wawancara Ibu Suci Indah Ernayunita, pada tanggal 17 Desember 2020.

⁴ Wawancara Ibu Indah Permatasari, pada tanggal 5 Februari 2021.

⁵ Wawancara Ibu Shinta Maulidia , pada tanggal 7 Februari 2021.

Selain itu wawancara juga dilakukan kepada Ibu Rizqa Insan Alifah penduduk Waru Sidoarjo, yang mengatakan bahwa penggunaan wifi indihome pada awalnya menguntungkan karena sinyalnya yang lancar dan harga masih standart, sebab pada saat itu saya mnggunakan indihome karena ada promo. Dan harga pada saat promo beda jauh dengan yang sekarang, apalagi sekarang susah banget buat dapatin uang seratus ribu dari warkop. Pada saat saya mengetahui adanya kenaikan setelah tiga kali pembayaran, akhirnya saya komplain pada sales indihome, dan mereka bilang bahwasannya memang akan ada kenaikan paket dengan cara menghubungi custumer terlebih dahulu. Namun saya tidak mendapatkan pemberitahuan tersebut, ujar Ibu Rizqa. Hal ini juga terjadi pada Ibu Endang penduduk Buduran Sidoarjo, bahwa ia kaget saat pembayaran pihak indomaret mengatakan Rp. 420.000, karena sebelumnya hanya Rp. 300.000.

Hal tersebut juga dirasakan oleh Bapak Ruman penduduk Buduran Sidoarjo, yang mengatakan awal menggunakan indihome tertarik dengan promonya, promo yang diberikan pada saat itu yakni berbayar Rp. 300.000 setipa bulannya. Karena kebetulan memiliki warkop maka dipasanglah wifi tersebut dengan pembayaran melalui Indomaret. Setelah promo berjalan hingga enam bulan, maka bulan berikutnya tagihan tersebut naik hingga Rp. 400.000 ternyata setelah saya komplain, pihak Telkom mengatakan bahwa promo telah berakhir. Setelah itu Pak Ruman memutuskan untuk tidak menggunakannya lagi karena tidak dijelaskan diawal bahwa akan ada

⁶ Wawancara Ibu Rizqa Insan Alifah, pada tanggal 9 Februari 2021.

⁷ Wawancara Ibu Endang, pada tanggal 9 Februari 2021.

kenaikan tagihan, hal tersebut juga dirasakan oleh Bapak Sukimin yang bertempat tinggal di Tropodo Sidoarjo.⁸

Selain itu wawancara yang dilakukan dengan pihak wifi Indihome yakni Nikmatul Choiriyah (Marketing Pemasangan Indihome Sidoarjo). Pada saat diwawancarai ia mengatakan bahwa sebenarnya kenaikan tarif paket ini sebelumnya telah ditelfon dan dikabari oleh call center Jakarta (021) untuk dinaikkan atau penawaran untuk di*upgrade*. Selain itu pihak Indihome juga menawarkan terlebih dahulu kepada konsumen untuk menngkatkan kecepatan wifi nya atau tidk, dan hal tersebut juga berdampak pada bertambahnya tagihan konsumen tersebut.⁹

Selain itu wawancara yang dilakukan dengan Barokah Indah (Telkom Akses bagian Data pada Kantor Telkom Indonesia Wilayah Sidoarjo). Yang mengatakan bahwa sebelumnya adanya kenaikan paket data itu pasti dari pihak Telkom menghubungi konsumen (pengguna). Pemberitahuan biasanya diberitahukan melalui telfon dan jika tidak ada jawaban dari pihak konsumen maka pihak Telkon akan mengirimkannya lewat SMS atau email pengguna. Saat konsumen tidak bisa dihubungi maka kenaikan paket akan tetap berjalan karena paket bisa berubah-ubah perbulannya. Jadi kalau ada perubahan paket, konsumen tidak bisa dihubungi maka tagihan paket akan tetap naik. 10

.

⁸ Wawancara Bapak Ruman dan Bapak Sukimin, pada tanggal 7 Februari 2021.

⁹ Wawancara Nikmatul Choiriyah, pada tanggal 18 Desember 2020.

¹⁰ Wawancara Barokah Indah, pada tanggal 17 Desember 2020.

Sidoarjo, 15 Februari 2021

Hal : Surat Balasan

Kepada Yth: Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah Dr. Sanuri, M.Fil.I Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama

: Barokah Indah

Jabatan

: Telkom Akses Bagian Data

Menerangkan bahwa,

Nama NIM

: Fitri Amalia Sholicha : C92217080

Prodi

: Hukum Ekonomi Syariah

Telah kami setujui untuk melaksanakan penelitian pada perusahaan kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul:

Analisis Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Tagihan Paket Wifi Indihome di Sidoarjo

Demikian surat ini kami sampaikan dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Hormat Kami, Telkom Akses Bagian Data

Barokah Indah

BAB IV ANALISIS HUKUM ISLAM DAN UU NO. 8 TAHUN 1999 TERHADAP TAGIHAN PAKET WIFI INDIHOE DI SIDOARJO

A. Gambaran Umum Tagihan Paket Pengguna Wifi Indihome di Sidoarjo

Sebagaimana dijelaskan dalam bab sebelumnya bahwa kehadiran wifi sangat membantu manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Wifi sebagai salah satu penghubung internet memudahkan sistem informasi dan teknologi digunakan oleh manusia. Sebab perkembangan teknologi dan bisnis yang sebagian besar menggunakan internet, seperti *e-commerce* dan *marketplace*.

Dalam hal ini penulis melakukan wawancara langsung kepada para pengguna layanan jasa wifi Indihome di daerah Sidoarjo. Terdapat beberapa para pengguna yang telah ditemui oleh peneliti untuk memperoleh data terkait adanya kenaikan tagihan paket wifi Indihome.

Yakni dalam praktiknya kenaikan tersebut sebelumnya telah diberikan penawaran pada pihak konsumen atau pengguna. Akan tetapi tidak memberikan informasi terperinci terkait penaikan tagihan tersebut, hanya saja pihak wifi Indihome menawarkan untuk diupgrade agar tidak lemot. Sehingga para pengguna wifi tersebut merasa nyaman dan tertarik dengan penawaran tersebut tanpa tahu bahwa apabila di*upgrade* maka tagihan perbulannya mengalami kenaikan.

Sebagaimana wawancara yang dilakukan kepada para pengguna wifi Indhome di Sidoarjo, bahwa seringkali pihak wifi Indihome hanya memberikan saran agar wifi tersebut menjadi cepat dan lancar tanpa memberitahukan adanya konsekuensi lain dari meng*upgrade* layanan jasa tersebut. Tidak adanya informasi secara detail dan memahamkan para pengguna wifi ini menunjukkan adanya kesalahpahaman antar pihak.

Sebagaimana wawancara yang dilakukan kepada Dwi Eria Yuyuk, penduduk Candi Sidoarjo. Ia mengatakan bahwa telah menggunakan jasa wifi ini sudah lima bulanan, saya bayarnya di Alfamart dan ada biaya administrasinya. Kalau saya bulatkan kira-kira tagihan setiap bulannya itu mencapai Rp. 430.000an tapi sekarang jadi Rp. 490.000. dari pihak Wifi juga tidak ada pemberitahuan, saya coba menghubungi tapi belum ada respon. Jadi tagihan yang naik ini, saya tidak tahu disebabkan oleh apa.

Sedangkan dari hasil wawancara terhadap marketing wifi Indihome menyatakan bahwa terkadang ada promo untuk pengguna awal wifi, sehingga beberapa bulan kemudian adakalanya harga tagihan promo sudah selesai dan tagihan yang biasanya hanya Rp. 350.000 menjadi Rp. 450.000. namun sebelumnya memang pihak Indihome tidak menjelaskan terkait promo ini. Dan apabila saat menghubungi konsumen tidak ada jawaban maka kenaikan tagihan tersebut tetap berjalan.

Selain itu kenaikan yang terjadi juga dapat disebabkan karena pengguna paket telfon yang sepaket dengan penggunaan wifi. Misalnya satu bulan dapat kuota 100 menit telfon, akan tetapi ternyata konsumen menggunakan lebih dari kuota tersebut maka juga ada cas pada tagihan.

B. Analisis Hukum Islam terhadap Tagihan Paket Wifi Indihome di Sidoarjo

Setiap yang dilakukan oleh manusia telah diatur oleh syariat sebagai wujud dari adanya hukum dalam Islam. Manusia memiliki dua jalur hubungan yang dikenal dengan *hablu minallah dan hablu minannas*, yakni hubungan dengan Allah serta hubungan dengan sesama manusia.

Sepanjang sejarah mencatatkan bahwa bentuk ekonomi yang dilakukan seluruh manusia bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, mulai dari kebutuhan yan bersifat fiskal hingga kebutuhan dalam bentuk keinginan. Kebutuhan disini hanya dapat dipenuhi dengan cara bekerja dan berusaha. Karena nikmat yang Allah berikan pada manusia sangat berlimpah, tinggal bagaimana cara manusia untuk mendapatkannya.

Dalam hal ini manusia semakin dipermudah dengan adanya internet, semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dalam penyediaan jasa internet seperti wifi. Banyak perusahaan yang mengeluarkan paket internet yang bisa dinikmati masyarakat luas, seperti PT. Telkom Indonesia, Tbk. Penyediaan jasa layanan internet memiliki banyak produk layanan mulai dari wifi, layanan tv dan lain sebagainya. Dalam hal ini tagihan yang dilakukan oleh pihak Indihome biasanya perbulan. Namun dalam hal ini seharusnya kedua pihak yang melakukan transaksi harus sama-sama diuntungkan. Selain itu, akad yang dilakukan harus jelas terkait segala hal yang berkaitan dengan akad tersebut. mulai dari rukun serta syarat-syaratnya. Tagihan yang tiap bulannya mengalami kenaikan, menimbulkan keresahan terhadap konsumen, sehingga

konsumen merasa dirugikan. Sebab hal tersebut tanpa pemberitahuan sebelumnya dari pihak PT. Telkom Indonesia.

Adapun hukum Islam menyebut akad terhadap tagihan paket wifi ini dengan *istishna>*'. Yakni merupakan akad jual beli pesanan yang dibayarkan diakhir maupun diawal akad dengan secara kontan maupun cicilan sesuai dengan kesepakatan para pihak.

Analisis dari segi *istishna>*' dilihat dari sah atau tidaknya akad yang dilakukan. Hal ini tercermin dari terpenuhinya rukun dan syarat dari akad itu sendiri. Rukun merupakan hal yang harus dipenuhi sebelum melakukan akad atau transaksi, sedangkan syarat merupakan hal yang harus dipenuhi saat melakukan transaksi atau perjanjian.

Rukun yang pertama yakni para pihak atau biasa disebut dengan 'aqidain, merupakan pihak yang melakukan transaksi dan harus memenuhi syarat-syarat berikut:

- 1. Pihak yang melakukan perjanjian harus cakap hukum dan baligh.²
- 2. Timbulnya rasa sukarela antar pihak
- 3. Tidak dalam keadaan terpaksa.³

Dalam akad *istishna>*' yang dilakukan konsumen dengan PT. Telkom ini merupakan pihak-pihak yang cakap hukum. Hal ini ditandai dengan adanya kemampuan para pihak dalam menyetujui transaksi dengan syarat dan ketentuan yang berlaku dari PT. Telkom. Selain itu tnetunya dengan perbuatan tersebut menjadi tanda bahwa para pihak juga telah baligh dan berakal.

.

² Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat: Hukum Perdata Islam*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), 82.

³ Imam Mustofa, *Figih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Press, 2016), 106.

Adanya kerelaan dari para pihak ditandai dengan setujunya para pihak dengan transaksi tersebut dan dilakukannya tanpa ada paksaan setelah menandatangani semua persyaratan.

Rukun yang kedua yakni objek akad *(mashnu>')*, objek akad menjadi salah satu rukun yang harus ada sebab tujuan dari akad itu ntuk memiliki objek yang diakadkan. Adapun syarat dari *mashnu>'* meliputi:

- 1. Barang tersebut halal
- 2. Barang mempunyai manfaat
- 3. Barang tersebut ada dalam tanggungan
- 4. Barang tersebut diketahui kadarnya, jenisnya, sifat, ciri-ciri dan kuantitas serta kualitasnya.

Dalam akad *ishtishna*>' yang menjadi objek akad yakni wifi yang menguhubungkan penggunanya dengan internet, objek akad memiliki nilai kemanfaatan untuk memudahkan masyarakat atau pengguna dalam melangsungkan aktivitasnya. Begitupun objek akad merupakan sesuatu yang diperbolehkan oleh syara' dan diketahui jumlah dan jenis jaringan wifinya, melalui paket-paket yang tersedia. Mulai dari 10 Mbps hingga 24 Mbps jaringan wifi Indihome.

Rukun yang ketiga yakni harga (*tsaman*), adapun syarat harga yakni harus jelas dan terukur, berapa harga barangnya, berapa uang mukanya dan berapa lama sampai pembayaran terakhirnya.

Dalam akad yang terjadi terkadang konsumen mengalami kenaikan tagihan tanpa pemberitahuan terlebih dahulu. Sehingga jumlah harga menjadi

tidak jelas untuk dibayarkan pada pihak Indihome. Pasalnya melihat dari hasil wawancara terhadap marketing Indihome bahwasannya terkadang ada harga bonus saat pemasangan awal dan hal tersebut tidak diberitahukan kepada konsumen. Hal inilah yang berdampak pada ketidakjelasannya harga dan merusak syarat dari harga (tsaman) tersebut.

Sedangkan rukun yang terakhir yakni ijab dan qabul (sighat), hal ini bisa dilakukan dengan lisan ataupun isyarat. Namun dalam praktik akad *istishna>'* dalam penelitian ini bahwa ijab qabul dilakukan dengan ucapan (bil lisan). Akad merupakan rukun utama adanya suatu kerelaan bagi para pihak. Mengenai akad yang dilakukan oleh konsumen pengguna wifi Indihome dengan PT. Telkom Indonesia merupakan kesepakatan yang dibuat oleh kedua belah pihak, meskipun mengenai syarat dan ketentuan penggunaannya ditentukan oleh perusahaan. Namun terjadinya kesepakatan disini menunjukkan bahwa kedua belah pihak telah melakukan ijab qabul yang sah.

C. Analisis UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Tagihan Paket Wifi Indihome di Sidoarjo

Kesadaran hukum bagi seluruh rakyat Indonesia telah tercantum dalam alinea ke-4 Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan: "...Maka disusunlah kemerdekaan kebangsaan itu dalam suatu Undang-undang dasar Republik Indonesia, yang terbentuk dalam suatu susunan Negara Republik Indonesia yang berkedaulatan rakyat..."

⁴ Sekretariat Jenderal MPRI, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Cet. 16, 2017.

_

Bunyi pernyataan tersebut membawa kita pada kontruksi pemikiran bahwa rakyat berperan penting dalam membangun formal hukum, hal inilah yang menunjukkan bahwa pembangunan Negara berakar pada persetujuan rakyat. Kesadaran rakyat dapat memberikan inspirasi brilian bagi pembentukan hukum dan penegakan hukum.⁵

Sesuai dengan adanya perjanjian dan kesepakatan saat dilakukannya pemasangan layanan wifi Indihome, maka hal tersebut mengacu pada Pasal 1338 BW, menyebutkan: "Semua Perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali kecuali dengan persetujuan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh Undang-undang cukup untuk itu".

Pasal 1320 B.W. sebagai pasal yang memuat syarat sahnya perjanjian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
- 2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
- 3. Suatu hal tertentu
- 4. Suatu sebab/kuasa yang halal.⁶

Dari Pasal diatas dapat diketahui bahwa perikatan yang terjadi antara konsumen dengan penyedia layanan jasa wifi Indihome telah memenuhi syarat sahnya perjanjian. Sehingga dari sinilah muncul kewajiban pelaku usaha untuk memberikan pelayanan, menjaga keamanan serta kepuasan bagi pelanggan (konsumen).

.

⁵ Yusuf Shofie, Perlindungan Konsumen dan Instrumen Hukumnya, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2009), 350.

⁶ Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, (Jakarta: Intermasa, 1995), 127.

Menurut UUPK tahun 1999 Konsumen merupakan penggunaan akhir dari suatu produk sebagai bagian dari proses produksi lainnya. Selain itu, konsumen juga dapat diartikan sebagai seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang atau menggunakan jasa yang tersedia untuk keberlangsungan hidupnya.

Ada beberapa unsur yang setidaknya terdapat dalam mendefinisikan konsumen, meliputi:

- 1. Setiap orang (natuurlijke persoon) atau pribadi kodrati dan bukan berbentuk badan hukum.
- 2. Pemakai yang dalam hal ini ditekankan pada pemakai akhir.
- 3. Barang dan/atau jasa.
- 4. Tersedia dalam masyarakat.
- 5. Untuk kepentingan diri sendiri, keluarga ataupun orang lain.
- 6. Barang dan/atau jasa tersebut tidak untuk diperdagangkan.

Maka untuk menjamin layanan terhadap konsumen, maka dalam undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi suatu bentuk kepedulian hukum terhadap masyarakat untuk mendapatkan pelayanan, kemanan, dan kepuasan dalam melakukan kegiatan produksi. Dengan adanya acuan hukum tersebut sebagai alat bagi para konsumen ketika mendapatkan perlakuan yang tidak sesuai dari produsen, tidak hanya itu saja konsumen juga dilindungi dari barang yang dilarang dan harga yang tidak sesuai di pasaran ataupun harga yang meningkat tanpa pemberitahuan terlebih

⁷ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya...*,247.

dahulu. Konsumen juga memiliki hak ganti rugi jika dirugikan oleh produsen ataupun penyedia layanan.

Pada transaksi yang terjadi antara pengguna wifi yang memiliki kewajiban membayar tagihan paket wifinya, seharusnya mengetahui segala hal yang berhubungan dengan layanan wifi tersebut. sebab adanya ketidak sesuaian dengan pertama dijelaskan pihak Indihome menjadikan nama perusahaan tersebut tercoreng, selain itu hal tersebut menjadi suatu bentuk kelalaian pelaku usaha yang dalam hal ini PT. Telkom Indonesia sebagai penyedia jasa layanan wifi Indihome. Sebab dalam hal ini pelaku usaha memiliki kewajiban sebagaimana terdapat dalam Pasal 7 UUPK, sebagai berikut:

 Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Kewajiban pelaku usaha beritikad baik menjadi salah satu asas dalam melakukan perjanjian. Ketentuan itikad baik ini diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata bahwa perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik.

Dalam UUPK tampak bahwa itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak jasa tersebut digunakan konsumen hingga jasa tersebut purna atau selesai.8

 Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan

٠

⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 54.

penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Dalam hal ini jika pelaku usaha baik barang dan/atau jasa tidak memberikan imformasi terkait barang dan/atau jasa tersebut pada konsumen, maka pelaku usaha telah melakukan salah satu jenis cacat produksi (cacat informasi).

- 3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Sesuai Pasal 7 huruf c pelaku usaha dilarang membeda-bedakan konsumen dalam memberikan pelayanan, serta dilarang membeda-bedakan mutu pelayanan terhadap konsumen.
- 4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standart mutu barang dan/atau jasa yang berlaku. Hal ini sangat diperlukan untuk mencegah terjadinya kerugian bagi konsumen.

Jadi dengan adanya kewajiban terhadap pelaku usaha yang telah disebutkan diatas, menjadi representasi untuk terjadinya hal-hal yang dapat menyebabkan kerugian konsumen.

Dalam wawancara yang dilakukan terhadap pengguna Indihome mengenai adanya kenaikan harga terhadap tagihan paket wifi Indihome, merupakan suatu hal yang tanpa adanya pemberitahuan terlebih dahulu oleh pihak penyedia. Sehingga dalam hal ini pihak PT. Telkom Indonesia talah lalai dalam memberikan informasi yang jelas dan terperinci kepada konsumen pengguna wifi Indihome. Pasalnya, konsumen dikagetkan tiap bulan jumlah tagihan wifi yang digunakan melambung naik. Hal tersebut dapat merugikan

konsumen dari sisi nilai harga dan menurunnya kepercayaan konsumen terhadap pelayanan jasa PT. Telkom Indonesia.

Sebab terjadi cacat infomasi yang hal tersebut menyebabkan beberapa kemungkinan konsumen merasa gelisah atau merasa takut. Sehingga hal tersebut sangat mengganggu keamanan dan kenyaman konsumen. Pelayanan yang seperti ini dapat menjadi pemicu rendahnya citra baik layanan Indihome. Selain itu pelayanan dengan cacat informasi atau telah terjadi ketidak jujuran atas informasi terkait jasa yang disediakan oleh Indihome.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penjelasan yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, peneliti menyimpulkan sebagaimana hal berikut:

- 1. Kenaikan tagihan paket wifi Indihome yang terjadi di Sidoarjo yakni adanya kenaikan tagihan terhadap paket wifi. Kenaikan ini tanpa adanya pemberitahuan terlebih dahulu kepada pengguna atau konsumen. Sehingga berdampak adanya citra buruk dati masyarakat terhadap PT. Telkom Indonesia sebagai penyedia layanan jasa wifi Indihome. Penyebabnya bahwa terkadang pihak marketing Indihome tidak memberikan informasi secara jelas dengan terperinci terhadap pengguna wifi. Pada saat ditawarkan penggunaan pertama biasanya mendapat diskon sehingga pada bulan- bulan berikutnya jika diskon tersebut sudah tidak berlaku menyebabkan adanya kenaikan tagihan tersebut. hal inilah yang menjadikan perespsi buruk dari masyarakat terhadap Indihome.
- 2. Praktik layanan tagihan paket wifi Indihome di Sidoarjo dilihat dari segi Hukum Islam menggunakan akad *istishna>'*, sebab pembayarannya dilakukan diakhir akad setelah penggunaan wifi berlangsung. Akad ini diperbolehkan dalam Islam sebagai sarana kemudahan bagi masyarakat asalkan jasa tersebut jelas dan tidak melanggar hukum. Akad yang terjadi antara konsumen dengan Indihome telah memenuhi rukun, namun ada

sayarat yang tidak terpenuhi yakni mengenai harga paket wifi. Yang setiap bulannya mengalami kenaikan sehingga jelas bahwa terhadap harga ada ketidak jelasan dan nilai yang pasti. Sehingga berakibat pada akad yang fasad karena tidak terpenuhinya syarat dari akad. Sedangkan Dalam UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen setelah dijabarkan mengenai hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, maka ditemukan beberapa cacat terhadap kewajiban pelaku usaha. Yakni cacat informasi yang menyebabkan adanya prasangka buruk masyarakat terhadap Indihome karena jumlah tagihan yang melambung naik.

B. Saran

Untuk menyempu<mark>rna</mark>kan skripsi ini penulis memberikan saran yang searah dengan permasalah yang terjadi pada kenaikan tagihan paket wifi Indihome, Saran disini meliputi:

1. Bagi pelaku usaha yakni PT. Telkom Indonesia sebagai penyedia jasa wifi Indihome, seharusnya saat menemui konsumen baru hendaknya memberitahukan sepenuhnya dengan jelas dan terperinci terkait informasi yang berhubungan dengan layanan jasa wifi tersebut, mulai dari produk layanan, syarat dan ketentuan, kecepatan internetnya hingga jika ada diskon harga. Agar masyarakat atau konsumen tidak kaget saat tagihan wifinya mengalami kenaikan yang disebabkan habisnya diskon pada tagihan sebagaimana penggunaan awal.

 Bagi konsumen, seharusnya juga lebih aktif dan menanyakan segala keuntungan dan kelemahan dari layanan wifi Indihome, sehingga dapat mencegah diri dari kerugian dan ketidak nyamanan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ashri Muhammad, *Hak Asasi Manusia Filosofi*, *Teori dan Instrumen Dasar*, Makassar: CV. Sosial Politic Genius, 2018.
- Adi Rianto, *Aspek Hukum dalam Penelitian*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2015.
- Arikunto Suharsimi, Metode Research II, Yogyakarta: Andi Offset, 2000.
- Ghazali Rahman,dkk, *Fiqh Muamalat*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017.
- Haroen Nasrun, Fiqh Muamalah, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Hasan M. Iqbal, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Hasan, M. Ali. Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat), Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Huda, Qamarul. *Fiqih Muamalah*, Yogyakarta: Teras, 2011.
- Hulwati, Ekonomi Islam, Teori dan Praktiknya dalam Perdagangan Obligasi Syariah di Pasar Modal Indonesia dan Malaysia, edisi I, Padang: Ciputat Press Group, 2006.
- Irwan Hamzani Achmad, *Hukum Islam dalam Sistem Hukum di Indonesia*, Jakarta: KENCANA, 2020.
- K. Lubis, Suhrawardi. Hukum *Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2004.
- Kemal Pasha, Musthafa. Fikih Islam, Yogyakarta: Citra Karsa Mandiri, 2003.
- Masruhan, *Metodologi Penelitian Hukum*, cet ke-2, Surabaya: Hilal Pustaka, 2013.
- Mustofa, Imam. *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2016.
- Nasir Moch, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988.
- Nawawi, Ismail. Fiqih Muamalah Klasik dan Kontemporer, Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.

Prastowo Andi, Metode Penelitian Kualitatif, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.

Rahman Ghazaly Abdul, Dkk, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2010.

Rozalinda, Fikih Ekonomi Syariah, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.

Singarimbun Masri dan Sofian Effendi, *Metode penelitian Survai*, Jakarta: LP3ES, 1989.

Sjahdeini, Sutan Remy. Perbankan Syariah, Jakarta: Kencana, 2014.

Sudiarti, Sri. Fiqh Muamalah Kontemporer, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018.

Suhendi, Hendi. Fiqh Muamalah, Jakarta: Rajawali Press, 2002.

Sunggono Bambang, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.

Syafe'I, Rahmat. Fiqih Muamalah untuk UIN, STAIN, PTANIS, dan Umum, Bandung: Pustaka Setia, 2006.

Tim Prima Pena, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Gramedia Press, 2000.

Yazid Muhammad, *Hukum Ekonomi Islam*, Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014