

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa hidup sendirian karena manusia saling membutuhkan satu sama lain. Islam hadir untuk memberikan ilmu dan prinsip dasar yang mengatur kehidupan manusia yang disebut muamalah.

Secara bahasa, Muamalah berarti berbuat secara timbal balik. sederhananya lagi adalah "hubungan antar orang dan orang". Mu'amalah secara etimologi sama dan semakna dengan "*al-mufa'alah*" yaitu saling berbuat, yang berarti hubungan kepentingan antara seseorang dengan orang lain perlakuan atau tindakan terhadap orang lain.<sup>1</sup>

Muamalah menurut istilah syariat Islam adalah kegiatan yang mengatur hal-hal yang berhubungan dengan tata cara hidup umat manusia dalam rangka memenuhi keperluan hidup sehari-hari. Sedangkan yang termasuk dalam kegiatan muamalah diantaranya adalah jual-beli, sewa-menyewa, utang-piutang, pinjam-meminjam dan lain sebagainya.<sup>2</sup>

Tujuan muamalah sendiri adalah untuk membangun relasi keharmonisan antar manusia untuk mencapai masyarakat yang harmonis dan damai, karena hakikatnya tolong menolong sesama dalam ajaran Islam sangat dianjurkan<sup>3</sup>. Seperti yang tertuang dalam Q.S Al-Maidah Ayat 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

*“dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.”*<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Cet ke-II, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm.2

<sup>2</sup> Abdul Rahman Ghazaly dkk, *Fiqh Muamalat*, Cet ke-I, (Jakarta: Kencana, 2010) hlm.3

<sup>3</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm.15

<sup>4</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur“An Dan Terjemahnya, (Jakarta : Penerbit Sahifa, 2014)

Dalam surah Al-Maidah ayat 2 Allah SWT memerintahkan hamba-Nya yang beriman untuk saling membantu dalam perbuatan baik dan meninggalkan kemungkarannya dan Allah melarang mereka saling mendukung dalam berbuat kejahatan, kebathilan dan kedzaliman dan perkara-perkara yang berhubungan dengan pelanggaran hukum menurut agama Islam<sup>5</sup>.

Saat ini, setiap produsen dan penyedia layanan serta jasa harus dapat melihat berbagai celah bisnis dan kebutuhan konsumen, serta secara cermat membidik pangsa pasar yang tepat untuk berhasil dalam persaingan yang ketat di industri komersial. Oleh karena itu, sebelum merancang, memproduksi dan mempromosikan produk baru, memahami kebutuhan dan tuntutan konsumen merupakan kebutuhan yang paling penting.

Inovasi dan kreativitas diperlukan untuk mencegah persaingan dari pihak lain dan menarik konsumen untuk membeli barang atau menggunakan jasa yang disediakan. Menjadi perusahaan pertama yang merilis produk tidak menjamin bahwa pemasar harus selalu mencari cara baru di setiap langkah untuk menemukan cara mempertahankan pelanggan atau menarik pelanggan baru.

Konsumen saat ini dapat memilih produk dengan harga, kualitas, keunggulan dan layanan yang bervariasi, serta memiliki pilihan yang tidak terbatas. Produsen produk berlomba-lomba menyediakan produk dengan kualitas terbaik, layanan terbaik, bahkan berbagai hadiah untuk menarik konsumen membeli produknya sekaligus mengalahkan kompetitor dengan jenis produk yang sama.

Salah satu sektor industri yang berkembang pesat adalah sektor telekomunikasi. Sejak diciptakannya telepon pertama oleh Alexander Graham Bell, industri telekomunikasi telah dikenal luas dan mengalami perkembangan pada awal abad ke-20. Sejak saat itu, jaringan telepon telah mengakar di setiap negara dan akan menempati posisi dominan dalam pangsa pasar telekomunikasi selama beberapa dekade mendatang.

---

<sup>5</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Cet Ke-II, (Jakarta: Amzah, 2013), Hlm.1

Di penghujung tahun 1990-an, mulai bermunculan teknologi telekomunikasi baru yang kemudian disebut dengan teknologi seluler. Dengan teknologi ini, ponsel tidak lagi menggunakan jaringan kabel (nirkabel), sehingga bisa dibawa-bawa, dan selama masih mendapat jaringan dari operator seluler yang bersangkutan, masih bisa menjangkau kawasan di daerah terpencil.

Sejak teknologi seluler pertama kali diperkenalkan, telekomunikasi telah berkembang untuk membuat komunikasi antar manusia lebih mudah, lebih cepat, lebih mudah diakses dan digunakan, dan untuk berinovasi dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya. Hal ini menjadi perhatian utama setiap operator seluler, sebagai jawaban atas banyaknya tuntutan pasar untuk mencari teknologi telekomunikasi yang lebih baik dari sebelumnya. Permintaan yang tinggi ini menyebabkan semakin banyaknya operator seluler yang bermunculan berbagai produk yang memiliki karakteristik dan performanya masing-masing.

Di Indonesia saat ini, Operator seluler menggunakan dua sistem teknologi komunikasi yaitu GSM (*Global Service for Mobile Communication*) dan CDMA (*Code Division Multiple Access*). GSM adalah singkatan dari *Global System for Mobile Communications*. Jaringan GSM dapat didefinisikan sebagai teknologi komunikasi seluler digital. Teknologi GSM telah banyak digunakan dalam komunikasi seluler, khususnya telepon seluler. Teknologi ini menggunakan gelombang mikro dan transmisi sinyal terbagi waktu, sehingga sinyal informasi yang dikirim mencapai tujuannya.

Kemudian, GSM digunakan sebagai sistem standar yang digunakan oleh sebagian besar jaringan telepon di dunia. Sistem yang menggunakan jaringan seluler berbasis stasiun penyiaran atau teknologi satelit untuk menghubungkan ke sinyal orbital dapat menjadi bagian dari jaringan sistem.

Ponsel yang menggunakan jaringan jenis ini akan memiliki kartu *Subscriber Identity Module* (SIM)<sup>6</sup>.

Sedangkan CDMA adalah Singkatan dari *Code Division Multiple Access*. CDMA sendiri merupakan metode akses kanal yang menggunakan banyak frekuensi radio telekomunikasi, dan juga merupakan protokol data nirkabel. CDMA beroperasi pada frekuensi 800 hingga 1900 MHz.

Cara kerja CDMA adalah ketika pengguna ponsel menggunakan perangkat berbasis teknologi ini untuk melakukan aktivitas, data yang dikirim akan berupa blok-blok kecil atau sistem koding yang unik untuk meminimalisir kebocoran atau komunikasi silang<sup>7</sup>.

Sementara itu di Indonesia sendiri terdapat beberapa operator seluler baik yang menyediakan system teknologi GSM, maupun CDMA. Saat ini Indonesia memiliki 7 operator seluler yaitu PT. Hutchison 3 Indonesia (Tri), PT. XL Axiata (XL), PT. Indosat (Indosat), PT. Sampoerna Telekomunikasi Indonesia (Ceria), PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel), PT. Smartfren dan PT. Bakrie Telecom<sup>8</sup>.

Seiring berjalannya waktu, merek telah menjadi simbol konsumen, dimana suatu merek dianggap mewakili status, identitas diri dan gaya hidup yang ingin dicapai oleh konsumen atau konsumen. Misalnya, konsumen percaya bahwa mengenakan pakaian merek Armani atau mengendarai Mercedes Benz akan meningkatkan status sosialnya karena citra merek mewakili gengsi.

Ketika konsumen membeli suatu merek produk tertentu, mereka akan membeli kualitas dengan harga yang dapat diterima (belum tentu

---

<sup>6</sup> Bakti Kominfo, Berkenalan Dengan Gsm, Pengertian, Sejarah, Serta Fungsinya, [https://www.baktikominfo.id/en/informasi/pengetahuan/berkenalan\\_dengan\\_gsm\\_pengertian\\_sejarah\\_serta\\_fungsinya-671](https://www.baktikominfo.id/en/informasi/pengetahuan/berkenalan_dengan_gsm_pengertian_sejarah_serta_fungsinya-671), di Unduh pada 28 Desember 2020, jam 14.40 WIB

<sup>7</sup> Merdeka.com, Mengenal lebih jauh tentang teknologi komunikasi CDMA, <https://www.merdeka.com/teknologi/mengenal-lebih-jauh-tentang-teknologi-komunikasi-cdma.html>, di Unduh pada 28 Desember 2020, jam 15.03 WIB.

<sup>8</sup> Kominfo.id, Menkominfo: 5 Tahun Lagi Hanya Ada 4 Operator Seluler, [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4717/Menkominfo%3A+5+Tahun+Lagi+Hanya+Ada+4+Operator+Seluler/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4717/Menkominfo%3A+5+Tahun+Lagi+Hanya+Ada+4+Operator+Seluler/0/sorotan_media), di Unduh pada tanggal 28 Desember 2020, pada jam 18.05

dengan harga murah), dan pada saat yang sama merek tersebut akan menghasilkan *sense of taste, style*, kesuksesan dan status.

Konsumen akan selalu membeli produk yang mereka butuhkan, namun produk yang mereka beli dan bagaimana mereka mengambil keputusan berkaitan erat dengan persepsi mereka terhadap merek produk yang mereka tawarkan. Pada titik ini, citra merek sangat penting karena citra mereka.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.<sup>9</sup>

Merek adalah sesuatu yang biasanya diingat konsumen. Citra merupakan salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian, terkadang tidak hanya terkait dengan citra yang diinginkan atau diimpikan konsumen, tetapi juga sederet nilai yang mereka yakini<sup>1</sup>.

Setiap produsen harus memahami bahwa loyalitas konsumen atau kepada merek atau brand tidak hanya disebabkan oleh produk atau merek favorit yang ada di pasaran, tetapi juga bergantung pada banyak faktor yang menyertainya. Dalam banyak kasus, merek tertentu disukai konsumen karena memiliki citra yang dapat dikenali dari citra diri konsumen. Selain itu dapat dilihat dari berbagai penelitian bahwa pelayanan merupakan hal utama yang diinginkan konsumen. Konsumen lebih menyukai produk yang memberikan layanan lebih baik daripada produk dengan kualitas lebih tinggi.

---

<sup>9</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis

<sup>1</sup> Anang firmansyah, Pemasaran Produk dan Merek :Planning and Strategy, (Surabaya: Qiara Media, 2019), hlm. 10

Apalagi di era sekarang ini, sangat memudahkan konsumen untuk berganti merek. Saat ini, mengubah merek telah menjadi keputusan yang relatif mudah, karena banyak produk atau layanan dengan kualitas yang sama adalah hal yang biasa, dan produk atau layanan yang disediakan oleh pesaing memberikan keuntungan tertentu kepada konsumen atau mempromosikan penjualan produk baru dengan biaya rendah.

Konsumen relatif sudah lebih mengerti tentang peristiwa di dunia bisnis. Informasi tentang merek produk lebih mudah diperoleh, menanggapi kesalahan perusahaan dan memantau reaksi mereka, dan lebih ketat dan selektif mempertimbangkan janji yang dibuat oleh produsen melalui iklan dan promosi.

Perusahaan menyadari pentingnya mempertahankan pelanggan setia, sehingga menggunakan berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satunya adalah merepresentasikan brand dan melibatkan pelanggan dalam aktivitas / program yang dilakukan oleh perusahaan. Memberikan pendapatan yang hanya tersedia bagi pelanggan setia, memberikan layanan terbaik, dan memberikan informasi baru tentang inovasi produk atau produk baru perusahaan merupakan beberapa cara bagi konsumen untuk lebih dekat dengan perusahaan dan merek.

Semua perusahaan yang bergerak dalam kegiatan bisnis, termasuk operator telepon seluler di Indonesia, akan menjaring pelanggan baru dan membuat rencana untuk mempertahankan pelanggan lama serta memastikan loyalitas merek. Di antara operator CDMA, terdapat persaingan dalam hal mendapatkan pelanggan baru dengan menaikkan tarif yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaing mereka.

CDMA pada dasarnya adalah fixed line maka akan selalu terjadi perang tarif terhadap operator CDMA. Pada saat yang sama, operator yang menggunakan jaringan GSM tidak akan ikut serta dalam perang tarif.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Lutiary Eka Ratri, Skripsi " Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler Di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang, UNDIP, Semarang, 2007.

Salah satu operator seluler yang cukup banyak menarik konsumen adalah provider tri (3) dari PT. Hutchison 3 Indonesia. Salah satu penyedia layanan telekomunikasi seluler terkemuka di Indonesia, yang mengoperasikan jaringan berlisensi nasional 2G, 3G / WCDMA dan 4G LTE GSM. Tri Mencakup 16.000 kilometer melalui 45.000 serat optik Pro, lebih dari 37.000 desa di Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Jawa, Bali, dan Lombok menyediakan teknologi yang lebih luas dan lebih kuat yang didukung oleh pengalaman gaya hidup 4.5G *Pro Mobile*.<sup>1</sup>

2

Sejak memulai bisnisnya di Indonesia pada tahun 2007, Tri telah berkembang menjadi penyedia gaya hidup seluler. 95% pelanggan Tri adalah kaum muda dengan gaya hidup digital yang lebih tinggi.<sup>1</sup>

3

Beberapa tahun belakang, Tri meluncurkan sebuah layanan yang bernama *Balance Offer System Tri*. *Balance Offer System Tri* (BOS Tri) adalah layanan yang disediakan oleh Tri Indonesia kepada Pelanggan Layanan Prabayar Tri Indonesia berupa penyediaan pulsa utama yang dapat digunakan oleh Pelanggan dengan pengembalian yang dilakukan pada saat pengisian pulsa berikutnya, baik secara sekaligus ataupun beberapa kali pengisian pulsa<sup>1</sup>.



*gambar 1 1 Poster Layanan BOS Tri*

---

<sup>1</sup> Mario Mandagie, dkk, *Iklan Da<sup>2</sup> Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu GSM Tri di Manado*, Jurnal EMBA vol.2, hlm 12

<sup>1</sup> Tri Indonesia, About tri. <https://tri.co.id/AboutTri>, di Unduh pada tanggal 03 Januari 2021 jam 21.37 WIB.

<sup>1</sup> Tri Indonesia, BOSTri, <https://tri.co.id/BOS-Tri>, di unduh pada tanggal 03 Januari 2021, jam 21.45

Layanan BOS Tri ini dinilai cukup membantu pengguna operator seluler Tri saat dalam keadaan terdesak dan membutuhkan pulsa secepatnya. Operator Tri akan mengirimkan SMS Penawaran produk layanan ini kepada para penggunanya, atau bisa juga para pengguna mengakses lewat \*805#. Nominal terendah dari penawaran pulsa tersebut adalah Rp. 3000 dengan biaya pengembalian Rp. 3000 + 30%. Jika semakin sering pelanggan menggunakan layanan ini, maka akan semakin besar juga penawaran dari pihak operator seluler Tri, sampai saat ini penawaran tertinggi adalah sebesar Rp. 12.000 dengan biaya pengembalian Rp. 12.000 + 30%.



*gambar 1 2 Contoh layanan BOS Tri*

Ketika pelanggan menerima tawaran ini, maka pulsa akan otomatis di transferkan ke nomor pelanggan tersebut. Selanjutnya, ketika pelanggan melakukan pengisian pulsa, maka pulsa akan otomatis terpotong dengan sejumlah nominal pinjaman.

Namun, dibalik kemudahan yang didapatkan oleh pelanggan. Tidak diketahui secara pasti akad apa yang dipakai dalam layanan ini, serta pengembalian dengan biaya tambahan yang cukup besar menjadi beberapa permasalahan mengenai hukum kebolehan dari layanan BOS Tri ini.



Maka berdasarkan permasalahan diatas, penulis merasa perlu mengkaji untuk mengetahui pelaksanaan dan hukum kebolehnya. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap masalah tersebut, yang akan penulis tuangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Layanan *Balance Offer System* Tri (Bos Tri) Pada Operator Seluler Tri Ditinjau Dari Hukum Ekonomi Syariah”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Merujuk dari berbagai permasalahan di atas maka dapat diuraikan Rumusan Masalah yang akan Ditelaah lebih lanjut dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Mekanisme Layanan BOS Tri Pada Operator Seluler Tri?
2. Bagaimana Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Layanan BOS Tri Pada Operator Seluler Tri?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Pelaksanaan Layanan Bostri Pada Operator Seluler Tri.
2. Untuk Mengetahui Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Layanan Bostri Pada Operator Seluler Tri.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi penulis maupun pihak-pihak berkepentingan, antara lain sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Tujuan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai bahan informasi bagi pertanyaan dan pengetahuan yang diteliti, yang dapat digunakan sebagai referensi untuk sumbangan pemikiran dalam lingkup Hukum ekonomi Syariah, dan juga pandangan mengenai hukum Islam terhadap Praktik pelaksanaan layanan BOSTri, sehingga menambah wawasan keilmuan dan dapat digunakan

sebagai referensi siapapun yang hendak melakukan kegiatan muamalah.

## 2. Kegunaan Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang sangat berharga bagi pihak yang terkait dalam hal ini PT. Hutchison 3 Indonesia, agar penelitian ini dapat menjadi masukan bagi layanan BOSTri kedepannya.

## E. Studi Terdahulu

Studi terdahulu merupakan hal yang sangat penting bagi penyusunan sebuah skripsi, untuk mengetahui persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian saat ini. Oleh karena itu penulis memasukkan beberapa catatan studi terdahulu yang dianggap relevan dengan judul penelitian saat ini yaitu Layanan Balance Offer System Tri (Bos Tri) Pada Operator Selular Tri Ditinjau Dari Hukum Ekonomi Syariah.

1. Skripsi yang ditulis oleh Khoiril Anam dari Universitas Lampung (2016) yang berjudul Analisis Kualitas Layanan Pada Pelanggan Operator Seluler Tri. Penelitian ini berfokus pada jenis-jenis layanan paket internet serta perbandingan pengguna kartu tri dari tahun ke tahun, serta bagaimana kepuasan pelanggan operator seluler Tri terhadap berbagai jenis penawaran dan promo lainnya<sup>1</sup> .<sup>5</sup>
2. Skripsi yang Ditulis oleh Nurhayati dari UIN Imam Bonjol Padang (2017) yang berjudul Tinjauan Hukum Islam Terhadap Utang Pulsa Darurat Pada Operator XL Kota Padang, penelitiannya berfokus pada kegunaan pulsa darurat bagi pelanggan serta perspektif hukum islam terhadap perilaku tersebut.<sup>1</sup> <sup>6</sup>
3. Skripsi yang ditulis oleh Nafik Lia Khusnia dari Universitas Trunojoyo Madura (2017) yang berjudul Tinjauan Hukum Islam Terhadap Layanan

---

<sup>1</sup> Khoiril Anam, Skripsi: Analisis Kualitas Layanan Pada Pelanggan Operator Seluler Tri, Universitas Lampung, 2016

<sup>1</sup> Nurhayati, Skripsi: Tinjauan<sup>6</sup>Hukum Islam Terhadap Utang Pulsa Darurat Pada Operator XL Kota Padang, UIN Imam Bonjol, Padang, 2017.

Pinjaman Pulsa Darurat. Fokus pada penelitian ini adalah bagaimana model transaksi pada proses peminjaman pulsa darurat serta prespektif hukum islam tentang hal tersebut<sup>1</sup> .

7

4. Skripsi yang ditulis oleh yesi Noprianti dari UIN Raden Fatah Palembang (2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Telkomsel Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating ( Studi Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Raden Fatah). Penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap kepuasan pelanggan, serta pengaruh kualitas produk pada loyalitas pengguna.<sup>1</sup>
5. Skripsi yang ditulis oleh Zhavira dari UIN Sumatera Utara (2019) yang berjudul Hukum Pinjaman Pulsa Darurat Di PT. INDOSAT Tbk Medan, (Studi Terhadap Perspektif Wahbah Az-Zuhaili). Skripsi tersebut memfokuskan pada penelitian tentang prosedur pinjaman pulsa pada PT. XL Axiata Tbk, dan prespektif Wahbah Az-Zuhayli mengenai hukum tentang peminjaman pulsa darurat pada operator seluler tersebut.<sup>1</sup>

9

**Tabel.1.1**  
**Studi terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Khoirul anam (2016), Universitas Lampung	Analisis Kualitas Layanan Pada Pelanggan	membahas tentang layanan operator seluler tri	Skripsi tersebut membahas tentang layanan paket internet yang tersedia, sedangkan

<sup>1</sup> Nafik Lia Khusnia, Skripsi: TiZjauan Hukum Islam Terhadap Layanan Pinjaman Pulsa Darurat, Universitas Trunojoyo, Madura, 2017

<sup>1</sup> Yesi Noprianti, Skripsi: Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Telkomsel Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating ( Studi Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Raden Fatah), UIN Raden Fatah, Palembang, 2019

<sup>1</sup> Zhavira, Skripsi, Hukum Pinjaman Pulsa Darurat Di PT. INDOSAT Tbk Medan, (Studi Terhadap Perspektif Wahbah Az-Zuhaili). UIN Sumatera Utara, Medan, 2019

		Operator Seluler Tri		skripsi ini membahas tentang layanan pulsa darurat BOSTri
2	Nurhayati (2017) UIN Imam Bonjol Padang	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Utang Pulsa Darurat Pada Operator XL Kota Padang,	Mengangkat topik layanan pulsa yang disediakan oleh operator seluler	Skripsi tersebut membahas tentang kegunaan pulsa darurat bagi pelanggan, skripsi ini membahas tentang prosedur serta syarat dan ketentuan untuk menggunakan layanan pulsa darurat.
3	Nafik Lia Khusnia (2017), universitas Trunojoyo Madura	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Layanan Pinjaman Pulsa Darurat	Mengangkat topik layanan pulsa yang disediakan oleh operator seluler	Skripsi tersebut tidak merujuk pada salah satu operator seluler dan bersifat general, skripsi ini merujuk pada operator seluler 3.
4	Zhavira (2019) UIN Sumatera Utara	Hukum Pinjaman Pulsa Darurat Di PT. INDOSAT Tbk Medan, (Studi	Mengangkat topik mengenai layanan pulsa yang disediakan	Skripsi tersebut Menggunakan prespektif dari wahbah Az-Zuhaili, sedangkan skripsi ini membahas dari sisi

		Terhadap Perspektif Wahbah Az-Zuhaili)	oleh operator seluler	keghararan pada akad yang digunakan
5	Yesi Nopriani, (2019) UIN raden Fatah Palembang	Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Telkomsel Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Raden Fatah)	Membahas mengenai hubungan operator seluler dan penggunaanya	Skripsi tersebut membahas tentang brand image dan kepuasan pelanggan, sedangkan skripsi ini membahas tentang syarat dan ketentuan pelanggan yang mendapatkan layanan BOSTri serta kepuasan pelanggan terhadap layanan tersebut.

#### F. Kerangka Berpikir

Islam disyariatkan untuk memberikan kemaslahatan bagi seluruh alam. Kemaslahatan tersebut merupakan sesuatu yang diberikan kepada manusia, dan dijaga oleh Islam. Salah satu kemaslahatan tersebut ialah kebutuhan akan harta. Allah Swt., telah memberikan hartanya kepada kita

selaku manusia sebagai harta titipan untuk dimanfaatkan dengan cara-cara yang telah ditetapkan sesuai syariat<sup>2</sup> 0

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa hidup sendirian karena manusia saling membutuhkan satu sama lain. Islam hadir untuk memberikan ilmu dan prinsip dasar yang mengatur kehidupan manusia yang disebut muamalah.

Secara bahasa, Muamalah berarti "saling berbuat" atau berbuat secara timbal balik. sederhananya lagi adalah "hubungan antar orang dan orang". Mu'amalah secara etimologi sama dan semakna dengan "*al-mufa'alah*" yaitu saling berbuat, yang berarti hubungan kepentingan antara seseorang dengan orang lain perlakuan atau tindakan terhadap orang lain<sup>2</sup>

Secara umum, Muamalah adalah ketentuan Allah SWT mengenai hal keduniawian, dan secara khusus muamalah hadir untuk mengatur hubungan antar manusia mengenai hal kebendaan<sup>2</sup> . 2

Secara umum, ulama membagi muamalah kedalam dua jenis, yaitu:

#### 1. Akad *Mu'awadhat*

Istilah perjanjian mu'awadhat mengacu pada pertukaran harta benda dan harta benda berupa barang atau jasa oleh kedua belah pihak. Dalam kontrak ini, masing-masing pihak saling mengeluarkan harta benda. Akad muamalah yang termasuk kedalam Mu'awadhat salah satunya adalah Jual-beli, dan Sewa-menyewa<sup>2</sup> . 3

Al-Sayyid Sabiq menjelaskan bahwa yang dimaksud jual-beli adalah pertukaran harta dengan harta dimana kedua belah pihak saling merelakan (*mubadalat al-mal bi al-mal 'ala sabil al-taradha*) atau bisa

---

<sup>2</sup> Siti Kholijah, "*Akad Murakhab Dalam Produk Keuangan Syariah*", Baabu Al-Ilmi, Vol. 5, No. 01, April 2020, hlm. 104.

<sup>2</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Cet Ke-II, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), Hlm.2

<sup>2</sup> Ainul Yaqin, *Fiqh Muamalah "Kajian Komprehensif Ekonomi Islam"*, (Madura: Duta Media Publishing, 2017), Hlm. 2.

<sup>2</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Jakarta : Penerbit Sahifa, 2014)

juga disebut dengan terjadinya pemindahan kepemilikan suatu barang dengan penggantian yang disepakati oleh kedua belah pihak<sup>2</sup> .

Beberapa dalil Al-Qur'an dan Hadits dan kaidah yang mengandung makna tentang jual-beli diantaranya adalah:

QS. Yusuf (12) Ayat 20.<sup>2</sup> 5

وَشَرَوْهُ بِثَمَنٍ بَخْسٍ دَرَاهِمَ مَعْدُودَةٍ وَكَانُوا فِيهِ مِنَ الزَّاهِدِينَ

“Dan mereka menjualnya (Yusuf) dengan harga rendah, yaitu beberapa dirham saja, sebab mereka tidak tertarik kepadanya.”

QS. Al-baqarah (2) Ayat 275.<sup>2</sup> 6

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Dan Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.”

HR. Bukari No. 6449.<sup>2</sup> 7

حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ حَدَّثَنَا مَالِكٌ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ دِينَارٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَجُلًا ذَكَرَ لِلنَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ يُخَدِّعُ فِي الْبُيُوعِ فَقَالَ إِذَا بَايَعْتَ فَقُلْ لَا خِلَابَةَ

“Telah menceritakan kepada kami Isma'il telah menceritakan kepada kami Malik dari Abdullah bin Dinar dari Abdullah bin Umar radliallahu 'anhuma; ada seorang laki-laki mengeluhkannya kepada Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, karena dirinya sering ditipu dalam jual beli, maka beliau bersabda: "Jika kamu jual-beli, katakan; "Namun dengan syarat tak ada penipuan”.

Jual beli dikatakan sah apabila sudah memenuhi syarat dan rukun yang ada. Apabila ada salah satu rukun atau syarat yang belum

<sup>2</sup> Al-Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Suḥnah* (Terjemahan), (Bandung: Alma'arif, 1986), hlm.120

<sup>2</sup> Merdeka.com, *QS. Yusuf Ayat 20*, [https://m.merdeka.com/quran/yusuf/ayat-20#:~:text=QS.%20Yusuf%20Ayat%2020&text=Dan%20mereka%20menjualnya%20\(Yusuf\)%20dengan,sebab%20mereka%20tidak%20tertarik%20kepadanya](https://m.merdeka.com/quran/yusuf/ayat-20#:~:text=QS.%20Yusuf%20Ayat%2020&text=Dan%20mereka%20menjualnya%20(Yusuf)%20dengan,sebab%20mereka%20tidak%20tertarik%20kepadanya) di unduh pada tanggal 12 januari 2021 jam 11.56 WIB

<sup>2</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta : Penerbit Sahifa, 2014)

<sup>2</sup> Hadits.net, HR. Bukhari, <https://hadits.net/hadits/bukhari/6449/> di Unduh pada Tanggal 12 Januari 2021 Jam 12.35 WIB.

terpenuhi, maka jual beli tidak dapat dikatakan sebagai jual-beli yang sah. Adapun rukun dan syarat jual-beli adalah sebagai berikut:

- a. Penjual
- b. Pembeli
- c. *Shigat (ijab-qabul)*
- d. Objek akad (*ma'qud 'alaih*)

Sedangkan Ijarah secara Bahasa adalah jual-beli manfaat. Salah satu pihak yang menyediakan barang/jasa disebut sebagai mu'jir dan pihak yang menerima manfaat dari barang disebut sebagai musta'jir. Secara etimologis, ijarah adalah imbalan atas perbuatan tertentu, baik manfaat dari barang atau jasa, atau tenaga. Pihak yang satu menyerahkan barang atau jasa untuk mengambil manfaatnya, dan pihak yang lainnya memperoleh manfaat serta wajib membayar harga atau imbalan kepada pemilik barang atau jasa yang diambil manfaatnya<sup>2</sup>.

8

Berberapa Dalil tentang Ijarah, diantaranya adalah:

QS. At-Thalaq (65) Ayat 6.<sup>2</sup>

9

فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَوَاتُوهُنَّ أُجُورَهُنَّ وَأَمْرُهُمَا بَيْنَكُم بِمَعْرُوفٍ وَإِنْ تَعَاسَرْتُمْ فَسَتُرْضِعْ لَهُ أُخْرَى

“Kemudian jika mereka menyusukan (anak-anakmu) untukmu, maka berikanlah kepada mereka upahnya, dan musyawarahkanlah di antara kamu (segala sesuatu) dengan baik. Dan jika kamu menemui kesulitan, maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya.”

Adapun rukun *Ijarah* diantaranya adalah:

- a. Adanya *mu'jir* dan Adanya *musta'jir*,
- b. Adanya pernyataan persetujuan,
- c. Adanya *ujrah*,

---

<sup>2</sup> Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Muamalah Maliyyah (akad Ijarah dan Ju'alah)*, (Bandung: simbiosis Rekatama Merdeka, 2017) hlm.3

<sup>2</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta : Penerbit Sahifa, 2014)



d. Adanya manfaat<sup>3</sup> .

0

## 2. Akad *Tabarru*

Akad *tabarru'* menurut Nazir Hammad adalah pemberian suatu harta atau manfaat dari suatu pihak kepada pihak lainnya, baik yang diberikan secara langsung ataupun diberikan dikemudian hari tanpa adanya imbalan atau biaya. Akad *tabarru'* dikenal juga dengan akad sosial, dimana akad tersebut tidak memiliki tujuan untuk mendapat imbalan terhadap hal yang telah diberikan. Salah satu akad yang termasuk kedalam jenis ini adalah akad *qardh*<sup>3</sup> .<sup>1</sup>

*Qardh* adalah suatu akad antara dua pihak, dimana pihak pertama memberikan uang atau barang kepada pihak kedua untuk dimanfaatkan dengan ketentuan bahwa uang atau barang tersebut harus dikembalikan persis seperti yang dia terima dari pihak pertama<sup>3</sup> .<sup>2</sup>

### Rukun dan Syarat *Qardh*

- 1) Ada peminjam (*muqtaridh*)
- 2) Ada pemberi pinjaman (*muqridh*)
- 3) Ada barang/utang (*Mauqud 'Alaih*)
- 4) *Ijab dan qabul*

Beberapa dalil tentang *Qardh*, diantaranya adalah:

QS. Al-Baqarah(2) Ayat 280

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۗ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

" Dan jika (orang berutang itu) dalam kesulitan, maka berilah tenggang waktu sampai dia memperoleh kelapangan. Dan jika kamu menyedekahkan, itu lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui. ”<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Jaih Mubarak dan hasanudin, *fikih Muamalah Maliyyah* (Akad Ijarah dan Ju'alah), (Bandung: Simbiosis Rekatama Merdeka, 2017), hlm.13

<sup>3</sup> Muhammad Abdul Wahab, *Pengantar Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018), hlm.33.

<sup>3</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah,2013) hlm.274

<sup>3</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur<sup>an</sup> dan Terjemahnya*, (Jakarta : Penerbit Sahifa, 2014)

H.R Bukhari No. 2126

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ يُوسُفَ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ عَنْ ابْنِ ذَكْوَانَ عَنْ الْأَعْرَجِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَطْلُ الْغَنِيِّ ظُلْمٌ وَمَنْ أَتْبَعَ عَلَى مَلِيٍّ فَلْيَتَّبِعْ

*"Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Yusuf telah menceritakan kepada kami Sufyan dari Ibnu Dzakwan dari Al A'raj dari Abu Hurairah radliallahu 'anhu dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Menunda membayar hutang bagi orang kaya adalah kezhaliman dan apabila seorang dari kalian hutangnya dialihkan kepada orang kaya, hendaklah ia ikuti".*

Dalam melakukan transaksi muamalah, akad merupakan salah satu unsur terpenting, akad bisa menjadi penentu sah atau tidaknya sebuah transaksi. Sahnya sebuah akad bisa merubah kepemilikan dari seseorang ke orang yang lainnya, akad juga bisa merubah wewenang, tanggungjawab dan kegunaan atas sesuatu hal. Akad dalam sebuah transaksi harus didasari dengan keridhoan oleh kedua belah pihak yang berakad, seperti yang sudah dijelaskan dalam QS. Annisa(4) Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian."*

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa manusia dilarang memakan harta orang lain dengan cara yang batil, dengan kata lain disaat sedang bermuamalah manusia dilarang berbuat hal yang merugikan orang lain. Oleh karenanya diterapkan pula asas-asas pada saat melaksanakan akad. Diantaranya adalah

1. Asas Ibadah, yaitu asas yang terdapat dalam kaidah hukum Islam yang isinya adalah “ Hukum asal bermuamalat itu boleh dilakukan selama tidak ada dalil yang melarangnya atau mengharamkannya ”. Maksud dari kaidah tersebut yaitu bahwa segala tindakan muamalat itu sah dilakukan selama tidak ada larangan tegas atas tindakan tersebut.
2. Asas Kebebasan, yaitu asas yang mempunyai prinsip bahwa siapapun dapat membuat berbagai macam jenis akad selama tidak bertentangan dengan syariat.
3. Asas Konsensualisme, yaitu asas yang menyatakan bahwa sah nya suatu akad cukup tercapainya kata sepakat antara kedua belah pihak, dengan tanpa paksaan dan tekanan apapun.
4. Asas Mengikat, yaitu asas yang menjelaskan bahwa akad atau perjanjian itu sifatnya mengikat dan menjadi sesuatu yang harus dipenuhi oleh para pihak yang melakukannya.
5. Asas Keseimbangan, yaitu asas yang menjelaskan bahwa hukum bermuamalat perlu adanya keseimbangan antara apa yang diterima dengan apa yang diberi ataupun adanya keseimbangan dalam hal memikul resiko.
6. Asas Maslahah, yaitu asas yang menjelaskan bahwa dalam bermuamalat harus memiliki tujuan untuk mendatangkan kemaslahatan dan menghindari kemadhoratan
7. Asas Amanah, yaitu asas yang menjelaskan bahwa dalam bermuamalah para pihak yang melakukannya harus beritikad baik dengan tidak merugikan salah satu pihak.
8. Asas Keadilan, yaitu asas yang menjelaskan bahwa dalam bermuamalat harus terdapat prinsip keadilan diantara para pihak yang melakukan perjanjian, yaitu dengan tidak menekan salah satu pihak atau mengeksploitasi kebutuhan pihak lain.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Harun, *Fiqh Muamalah*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), hlm.37

Layanan BOS Tri pada operator seluler Tri adalah suatu bentuk dari sebuah transaksi muamalah yang didalamnya harus terhindar dari perbuatan batil yang dapat merugikan baik salah satu pihak maupun kedua belah pihak yang saling bertansaksi.

## **G. Langkah-Langkah Penelitian**

### **1. Metode penelitian**

Dalam penelitian ini metode yang digunakan oleh penulis adalah metode deskriptif analitis dengan pendekatan studi kasus, metode deskriptif analitis adalah metode dalam meneliti sekelompok manusia untuk mendeskripsikan (memberi gambaran) atas objek penelitian baik melalui data maupun sampel yang sudah terkumpul tanpa menganalisis dan menyimpulkan untuk umum<sup>3</sup> .

5

### **2. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk penjelasan kata-kata dan gambar yang menggambarkan mengenai konsep pemahaman dan kondisi lapangan.<sup>3</sup> Adapun data-data yang sesuai dengan topik penelitian yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

- a. Data mengenai prosedur dan syarat dari penerima layanan BOS Tri pada operator seluler Tri.
- b. Data mengenai analisis hukum ekonomi syariah terhadap layanan BOS Tri pada operator seluler Tri.

### **3. Sumber Data**

Sumber data yang menjadi rujukan dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder.

---

<sup>3</sup> Amri Amir, Junaidi dan Yulmardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Penerapannya*, (Bogor: IPB Press, 2009), hlm. 119.

<sup>3</sup> Husaini Usman. *Purnomo<sup>6</sup>Setiady, Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2014, hlm.41.

- a. Sumber data primer, adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian melalui penggunaan alat ukur atau alat yang secara langsung mengumpulkan data mengenai subjek, sebagai sumber pencarian informasi<sup>3</sup>. Sumber data ini berupa hasil wawancara dengan pengguna operator seluler Tri yang pernah menggunakan Layanan BOS Tri yang akan penulis wawancarai langsung ataupun melalui Media sosial.
  - b. Sumber data sekunder, merupakan sumber data yang didapatkan dari berbagai buku yang dijadikan literatur dalam penelitian. Sumber data sekunder juga dapat diambil dari sumber studi kepustakaan, dokumen tertulis, jurnal, buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan dan terdapat relevansinya dengan masalah yang penulis teliti.
4. Teknik pengumpulan data
- Penelitian ini menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data, diantaranya yaitu:
- a. Wawancara, yaitu proses yang memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dengan wawancara<sup>3</sup>. Wawancara dilakukan kepada pengguna Operator Seluler Tri yang Pernah Menggunakan Layanan BOS Tri. Peneliti menggunakan teknik wawancara yang fleksibel dan tidak bersifat structural.
  - b. Dokumen adalah data yang diperoleh dari peristiwa yang terjadi di masa lalu. Data dokumen yang relevan dapat berupa gambar, teks, kebijakan, peraturan perundang-undangan, dokumen formal, publikasi, dan sebagainya yang relevan dengan praktik layanan BOS Tri.

---

<sup>3</sup> Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 91.

<sup>3</sup> Nazir, *Metode Penelitian Riiset*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988, hlm. 234.

- c. Studi kepustakaan adalah pengumpulan data dengan cara mencari data-data yang berasal dari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal, artikel, dan sumber-sumber tertulis lainnya.

#### 5. Analisis Data

Analisis data adalah suatu rangkaian kegiatan guna menelaah, mengelompokkan, menafsirkan, dan memverifikasi data agar memiliki sebuah nilai akademis yang ilmiah, tujuannya adalah menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih muda untuk diinterpretasikan.<sup>3</sup>

9

Langkah-langkah penulis dalam menganalisis data yang sudah terkumpul pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data juga informasi baik dari sumber primer maupun sekunder.
- b. Mengklasifikasikan mana data yang dibutuhkan terkait masalah yang diteliti.
- c. Menghubungkan data-data yang diperoleh dengan ketentuan fatwa dan syariah sesuai masalah penelitian.
- d. Menganalisis data yang diperoleh untuk menjawab rumusan masalah.
- e. Menyimpulkan data yang telah dianalisis sesuai rumusan masalah.

---

<sup>3</sup> Sofian Effendi, *Metode penelitian survei*, (Jakarta: new aqua press. 1987)hlm. 231