

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP BISNIS *CONTENT*
*PROVIDER***

(Studi Kasus Pada PT. Triple One Global Jakarta Barat)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1**



Disusun oleh:

Nur Fajriyah

1702036150

**HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UIN WALISONGO SEMARANG**

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.
Hal : Naskah Skripsi
An. Sdri. Nur Fajriyah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya membimbing dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudara:

Nama : Nur Fajriyah
NIM : 1702036150
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis *Content Provider* (Studi Kasus Di PT. Triple One Global Jakarta Barat)

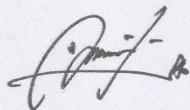
Dengan ini saya mohon kiranya skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 14 Juni 2021

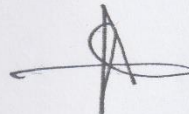
Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. Sahidin, M.Si.

NIP. 19670321 199303 1 005



Afif Noor, S.Ag., S.H., M.Hum

NIP: 19720515 199603 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) WALISONGO
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jalan JI Prof. DR. HAMKA Kampus III Ngaliyan Telp./Fax (024) 7601291, 7624691 Semarang 50185

SURAT KETERANGAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-2294/Un.10.1/D.1/PP.00.9/VII/2021

Pimpinan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang menerangkan bahwa skripsi Saudara,

Nama : Nur Fajriyah
NIM : 1702036150
Program studi : Hukum Ekonomi Syariah (HES)
Judul : Tinjauan Hukum Islam terhadap Bisnis Content Provider
(Studi Kasus P.T. Triple One Global Jakarta)

Pembimbing I : Drs. H. Sahidin, M.Si.
Pembimbing II : Afif Noor, M.Hum.

Telah dimunaqasahkan pada tanggal **28 Juni 2021** oleh Dewan Penguji Fakultas Syariah dan Hukum yang terdiri dari :

Ketua/Penguji 1 : Dr. H. Junaidi Abdillah, M.S.I.
Sekretaris/Penguji 2 : Drs. H. Sahidin, M.Si.
Anggota/Penguji 3 : Dr. Mahsun, M. Ag.
Anggota/Penguji 4 : Ismail Marzuki, MA. Hk.

dan dinyatakan LULUS serta dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I (S.1) pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

A.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Semarang, 19 Juli 2021
Ketua Program Studi,

Supangat, M.Ag.

MOTTO

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا^ق

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

(QS. Al-Baqarah: 275)

PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan khusus untuk orang-orang yang selalu setia berada dalam ruang dan waktu

kehidupan penulis

Orang tua tercinta yang tidak pernah putus mendo'akan. Tiada kata yang mampu terucap untuk mewakili betapa penuh perjuangannya dan kasih sayangnya kedua orang hebat ku ini,

(Abah Wahidin Alm, dan Mimi Waniah)

Kakak- kakak kebanggaanku yang tersayang dan senantiasa menyayangi penulis dengan keadaan apapun (Robiatul Adawiyah, Ade Sufyan, Fahri Husaini, Romadhon)

Mamang dan bibi serta sepupu tercinta ku yang sudah layaknya orangtua kandung dan adek kandung

(Bapak mualim, Ibu yuhana, farkhatun nazilah, laela Jamila, kholifa safitri).

Orang tua angkat yang sudah berasa orangtua kandung, yang senantiasa menyayangi penulis tanpa batasan apapun

(Mama KH. Muhamad Kurdi dan Mimi Hj. Tasirih)

Kepada kakak tingkat yang selalu bersedia untuk direpoti oleh penulis dalam hal akademis maupun lainnya

(Mb Siti Syaroh)

Teman yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis

(Arman Rahman, Caca, Ismalia Falin, Aryani Wijiastuti, meli winandar, isna).

DEKLARASI

Dengan kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai rujukan.

Semarang, 16 Juni 2021
Deklarator



NUR FAJRIYAH
NIM: 170203615

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan transliterasi Arab-latin dalam penelitian ini menggunakan pedoman transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 150 tahun 1987 dan No. 0543b/U/1987.

Secara garis besar uraiannya sebagai berikut :

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik diatas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal (tunggal dan rangkap)

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
---	Fathah	A	A
---	Kasrah	I	I
---	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يـٓ	fathah dan ya`	ai	a-i
وٓ	fathah dan wau	au	a-u

3. Vokal Panjang (*maddah*)

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	fathah dan alif	Ā	a dan garis diatas
يٓ	fathah dan ya`	Ā	a dan garis diatas
يٓ	kasrah dan ya`	Ī	i dan garis diatas
وٓ	Dhammah dan wawu	Ū	U dan garis diatas

Contoh:

قَالَ - qāla

رَمَى - ramā

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dhammah, transliterasinya adalah /t/

b. Ta marbutah mati:

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/

Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudah al-atfāl

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudatul atfāl

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

6. Kata Sandang (didepan huruf syamsiah dan qamariah)

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال namun dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai pula dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sandang.

Contoh:

الرجل - ar-rajulu

السيدة - as-sayyidatu

7. Hamzah

Dinyatakan didepan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تأخذون - ta'khuḏūna

النوء - an-nau'

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ هُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

fa aful kaila wal mīzāna

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وما محمد إلا رسول

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

إنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ

Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain, sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نصر من الله وفتح قريب

Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb

لله الأمر جميعا

Lillāhil amru jamī'an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi Arab Latin (versi Internasional) ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

ABSTRAK

In this era of digitalization, the form of buying and selling has developed very widely, not only goods that are primary needs that become the object of buying and selling, but the form of services or content that aims to add insight or entertainment can already be enjoyed in a fun way. Sale and purchase is an agreement to exchange goods for goods or money for goods. Buying and selling can be said to be valid or not depending on the fulfillment of the pillars and conditions of the sale and purchase agreement. In the community there are often buying and selling carried out to obtain convenience without knowing whether the buying and selling is in accordance with the concept of Islamic law or contrary. As happened in the practice of buying and selling content at PT. Triple One Global West Jakarta through SMS, UMB, Web and Pop Up systems. In reality, buying and selling with the Premium SMS system often gets the desired content discrepancy in accessing the link provided by the content provider through the cellular operator or user provider, and not infrequently the content contains speculation and unclear form and quality. Seeing these problems, the authors formulate the problem as follows: 1. How is the process of buying and selling business content providers at PT. Triple One Global West Jakarta. 2. What is Islamic law on buying and selling contracts for business content providers.

The purpose of this study was to determine the implementation of the practice of buying and selling content with the Premium SMS system at PT. Triple One Global West Jakarta and to find out the legal basis for the implementation of buying and selling content using the Premium SMS system at PT, Triple One Global West Jakarta.

This research is a field research (field research) research object Users or cellular subscribers. Data sources consist of primary data sources in the form of data about the process of buying and selling content with the Premium SMS system and also UMB obtained from employees and managers of PT. Triple One Global by conducting interviews, secondary data sources in the form of profile data of PT. Triple One Global which relates to the subject matter studied and also the documents that have been obtained. Data collection techniques consist of interviews with managers and users of content services, documentation. The data analysis used qualitative descriptive analysis method.

The results showed that in the implementation of buying and selling content with the Premium SMS system at PT. Triple One Global is seen as illegal in accordance with the provisions of Islamic law, because it is not clear that there is no clarity on the quality and amount of tariffs charged to users in each content that is traded, which encourages speculation and is included in the element of fraud.

Keywords: Islamic law, buying and selling, content, content providers, gharar.

Di era digitalisasi ini bentuk jual beli sudah berkembang sangat luas, bukan hanya barang-barang yang menjadi kebutuhan primer saja yang menjadi objek jual beli akan tetapi bentuk layanan atau konten yang bertujuan untuk menambah wawasan atau hiburan sudah dapat dinikmati dengan cara membelinya. jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar barang dengan barang atau uang dengan barang. Jual beli dapat dikatakan sah atau tidaknya tergantung dari terpenuhinya rukun dan syarat akad jual beli. Dimasyarakat sering kali terdapat jual beli yang dilakukan untuk memperoleh kemudahan tanpa mengetahui apakah jual beli yang dilakukan itu sudah sesuai dengan konsep hukum Islam atau bertentangan. Sebagaimana yang terjadi pada praktik jual beli konten di PT. Triple One Global Jakarta Barat dengan melalui sistem SMS, UMB, Web dan Pop Up. Dalam realitasnya jual beli konten dengan melalui sistem SMS Premium sering mendapatkan ketidaksesuaian isi konten yang diinginkan dalam mengakses link yang telah diberikan oleh *content provider*

melalui operator seluler atau provider kepada User, dan tak jarang isi konten cenderung mengandung spekulasi dan ketidak jelasan bentuk dan mutunya. Melihat permasalahan tersebut, penulis merumuskan masalah sebagai berikut: 1. Bagaimana proses jual beli pada bisnis *content provider* pada PT. Triple One Global Jakarta Barat. 2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap akad jual beli pada bisnis *content provider*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan praktek jual beli konten dengan sistem SMS Premium di PT. Triple One Global Jakarta Barat dan untuk mengetahui dasar hukum terhadap pelaksanaan jual beli konten dengan menggunakan sistem SMS Premium di PT, Triple One Global Jakarta Barat.

Penelitian ini merupakan *field research* (penelitian lapangan) obyek penelitian User atau pelanggan seluler. Sumber data terdiri dari sumber data primer berupa data tentang proses jual beli konten dengan sistem SMS Premium dan juga UMB yang diperoleh dari karyawan dan juga manager PT. Triple One Global dengan melakukan wawancara, sumber data sekunder berupa data profil PT. Triple One Global yang berhubungan dengan materi pokok yang dikaji dan juga dokumen yang telah didapatkan. Teknik pengumpulan data terdiri dari wawancara manager dan pengguna layanan konten, dokumentasi. Analisis datanya menggunakan metode Analisa kualitatif yang bersifat deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan jual beli konten dengan sistem SMS Premium di PT. Triple One Global dipandang tidak sah karena tidak sesuai dengan ketentuan hukum Islam, karena mengandung unsur *gharar* adanya ketidak jelasan kualitas dan jumlah tarif yang dibebankan kepada user dalam setiap konten yang diperjualbelikan, mendorong adanya spekulasi dan masuk dalam unsur penipuan.

Kata Kunci: hukum Islam, jual beli, konten, *content provider*, *gharar*.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah S.W.T yang telah melimpahkan segala rahmat, taufiq, hidayah dan nikmat-Nya bagi kita semua khususnya bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.

Skripsi yang berjudul **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis *Content Provider* Studi Kasus Pada PT. Triple One Global Jakarta Barat”**

Dalam penyusunan skripsi ini, mendapatkan banyak arahan, saran, bimbingan dan bantuan yang sangat besar dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih banyak penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Imam Tufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhamad Arja Imroni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang yang saya kagumi.
3. Ketua Jurusan Muamalah (Hukum Ekonomi Islam) Bapak Supangat, M.Ag, dan Sekretaris Jurusan Bapak H. Amir Tajrid, M.Ag, dan seluruh Staf Jurusan Muamalah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang.
4. Drs. H. Sahidin, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak. Afif Noor, S.Ag., S.H., M.Hum selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
5. Para Dosen Pengajar dan Civitas Akademika Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang yang telah mengampu beberapa materi dalam perkuliahan.

6. Pejabat serta staf PT. Triple One Global, terutama kepada Ibu Siti Syaroh, S.H. selaku Manager PT. Triple One Global yang telah membantu memberikan beberapa jawaban ketika diwawancarai, arahan dan motivasi, semua itu sangat berharga bagi penulis.
7. Kepada keluarga penulis Abah Wahidin Alm., Mimi Waniah, Mama H. Kurdidan Mimi Hj. Tasiri. Yang selalu mendukung setiap penulis mengambil keputusan dalam akademiknya, selalu dengan ikhlas mendoakan untuk kelancara skripsinya.
8. Kepada kakak penulis Robiatul Adawiyah, Ade Sufyan, Fahri Husaini, Romadhon Isnaini. Yang selalu mengingatkan untuk penulis segera menyelesaikan skripsinya dan senantiasa menjadipundak untuk menerima air mata penulis.
9. Adek-adek lucu (Farkhatun nazilah, Laela Jamila, Kholifa Safitri) yang selalu menjadisemangat untuk penulis mengerjakan skripsinya.
10. Teman-teman ditempat kerjaku diSemilir Cafe, Megono Jalali, dan beberapa teman dipartime tempat aku berkerja saya ucapkan terimakasih sudah bersedia memberikan motivasi dan dukungan untuk penulis mengerjakan skripsinya
11. Teman teman UKM Musik yang sering saya reportkan tempat tinggalnya baik itu kosan maupun kontrakannya untuk penulis bisa menghabiskan waktu bermalam saat portal komplek sudah tutup.
12. Untuk teman gibah dan treveling penulis Arman Rahman yang sudah bersedia mendengarkan curhatan penulis tanpa mengenal waktu, teman satu kamar kosan saya yang sering menjadikorban ke badmoodan penulis (Mb Caca, Mb Mulyandari, Ningsi, Mb Sania, Mb Nihaya,).
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu selesainya penulisan skripsi ini.

Terimakasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Penulis hanya bisa berdo'a dan berusaha karena hanya Allah S.W.T. yang bisa membalas kebaikan kalian semua. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat menjadialah satu warna dalam hasanah ilmu dan pengetahuan.

Semarang, 16 Juni 2021

Penulis,



NUR FAJRIYAH

NIM: 1702036150

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
HALAMAN ABSTRAK	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	x
HALAMAN DAFTAR ISI	ix

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Telaah Pustaka	6
E. Metode Penelitian.....	8
a. Jenis Penelitian.....	8
b. Sumber Data.....	9
1. Data Primer	9
2. Data Sekunder	9
c. Teknik Pengumpulan Data.....	10
1. Wawancara	10
2. Dokumentasi	11
d. Analisis Data	12
F. Sistematika Penulisan	13

BAB II: JUAL BELI

A. Pengertian Jual Beli.....	15
B. Dasar Hukum Jual Beli.....	17
C. Syarat dan Rukun Jual Beli.....	21
D. <i>Khiyar</i> dalam Jual Beli.....	24
E. Macam-macam Jual Beli.....	25
F. Pengertian Dan Dasar Hukum <i>Gharar</i>	28

BAB III: JUAL BELI KONTEN PADA BISNIS *CONTENT PROVIDER* DI PT. TRIPLE ONE GLOBAL JAKARTA BARAT

A. <i>Content Provider</i>	33
a. Pengertian <i>Content Provider</i>	34
b. Landasan Hukum <i>Content Provider</i> Sebagai Penyedia Jasa Telekomunikasi.....	35
B. PT. Triple One Global.....	36
a. Sejarah Berdirinya PT. Triple One Global	36
b. Visi dan Misi PT. Triple One Global.....	37
c. Unit Bisnis PT. Triple One Global	38
d. Produk-Produk Layanan <i>Content Provider</i> di PT. Triple One Global.....	40
C. Jual beli Konten di PT. Triple One Global Jakarta Barat	41
a. SMS	42
b. UMB Level 1.....	49
c. Website/WAP.....	51
d. Pop Up.....	52
D. Telekomunikasi	54

BAB IV: ANALISIS AKAD JUAL BELI KONTEN PADA BISNIS

***CONTENT PROVIDER* (STUDI KASUS DI PT. TRIPLE ONE GLOBAL JAKARTA BARAT)**

A. Analisis Implementasi Jual Beli Konten Pada Bisnis <i>Content Provider</i>	56
B. Analisis Hukum Islam Terhadap Akad Jual Beli Konten Pada Bisnis <i>Content Provider</i> di PT. Triple One Global Jakarta Barat.....	62

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran-saran	69
C. Penutup.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP *BISNIS CONTENT*
PROVIDER
(Studi Kasus Pada Pt. Triple One Global Jakarta Barat)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1**



Disusun oleh:

Nur Fajriyah

1702036150

**HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UIN WALISONGO SEMARANG**

2021

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan pertumbuhan teknologi dewasa ini menemukan masa kemajuan yang cukup pesat. Semua generasi mengalami masa-masa digitalisasi, yang mana segala bentuk aktivitas manusia tidak lepas dari peran teknologi yang senantiasa mengiringi pekerjaan sehari-hari. Tanpa kita sadari, hampir dari kita mulai ketergantungan oleh teknologi dan alat komunikasi digital yang konon katanya memiliki dua dampak, yaitu baik dan buruk untuk penggunaannya, dan dapat digunakan untuk berkomunikasi dan mengetahui kabar dari seseorang yang jauh disana.

Sebagai salah satu Alat komunikasi, telepon genggam merupakan alat komunikasi yang mengalami perkembangan yang cukup cepat, dimana sejak kemunculannya menggantikan eksistensi telepon kabel sampai saat ini sudah banyak fitur atau layanan yang tersedia dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi. Salah satu layanan yang senantiasa masih eksis digunakan adalah layanan pesan singkat atau SMS, yang mana SMS ini memiliki fungsi untuk bisa berkomunikasi melalui tulisan digital dengan mengirimkannya kepada nomor pelanggan dari seseorang. Bahkan dalam kemajuannya, alat komunikasi sekarang ini bisa sekaligus menjadimedia untuk mendapatkan keuntungan secara komersial.

Menurut pernyataan Annisa Imanda alumni Universitas Indonesia mengatakan ada 4 gelombang perekonomian, yaitu yang *pertama* adalah era pertanian (*Agriculture Age*), *kedua* adalah era ekonomi industri, yang *ketiga* adalah industri informasi dan yang *keempat* adalah ekonomi kreatif.¹ Lalu era yang tepat untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia saat ini adalah dimana kita semua telah memasuki era industri informasi yang sudah merata dan menginjak ke era ekonomi kreatif, era ini ditandai dengan banyak munculnya kesempatan bisnis dengan mengembangkan telekomunikasi sebagai ladang mencari keuntungan dan juga akses internet sebagai pasar baru dari bisnis di era ekonomi kreatif.

Diera ekonomim kreatif ini mengajak kita untuk mampu berfikir kreatif dalam menghadapi pertumbuhan ekonomi yang sudah semakin maju dengan pemanfaatan kemajuan

¹ Annisa Imanda, "Perlakuan Pajak Pertambahan Nilai Pada Bisnis *Content Provider*", *Skripsi S1 Universitas Indonesia* (Depok: .2008) 40 tidak dipublikasikan.

digitalisasi. Salah satu bisnis yang memanfaatkan kemajuan digitalisasi ini adalah bisnis, dimana *Content provider* sendiri adalah bisnis yang memiliki ranah dipenyediaan jasa layanan pengisian konten, yang mana konten yang dimiliki diperjual belikan melalui SMS, UMB, WEB atau POP UP sebagai sistem pengiriman kontennya.

Kemunculan dari bisnis *content provider* ini sebenarnya sudah ada pada tahun 2000an dengan akses yang pertaman digunakan adalah SMS dan UMB, lalu di era ekonomi kreatif ini ada tambahan akses untuk menikmati konten atau layanan yang dibuat oleh *content provider* yaitu berupa internet sebagai media yang relevan digunakan karena banyaknya layanan yang sudah dengan mudah diakses menggunakan internet, seperti contohnya layanan lowongan kerja dan juga modeling. Kedua konten yang tersedia itu dahulunya hanya berbentuk teks dan pemanfaatannya pun hanya sebatas info yang dibeli, namun seiring kemajuan sarana prasarana dalam mengaksesnya, bentuk video dan juga gambar sudah dapat dinikmati sekaligus dengan mudah dinikmati secara offline yang mana dengan cara mendownloadnya.

Bermodal kemampuan dalam dunia IT dan keahlian dalam mengelolah informasi, menjadibekal utama untuk mampu mendirikan bisnis *content provider*. Bahkan walaupun dizaman yang sudah serbah berbasis internet pun, bisnis *content provider* ini masih eksis memasarkan produknya melalui SMS yang mana ternyata tidak semua masyarakat Indonesia terbiasa dengan penggunaan internet.

Dengan melakukan kerja sama untuk pemasaran produk konten, provider berperan sebagai *market* dalam pemasarannya, karena providerlah yang memiliki nomor dari user atau pengguna kartu serta sistem baik berupa SMS premium dan Blash, WAP, UMB level 1, SMS PopUp, sehingga dengan mudahnya bisnis *content provider* berkembang dan memiliki keuntungan yang sangat besar. Sebagai gambaran jual beli yang terjaadidibisnis *content provider* ini, dalam artikel yang ditulis oleh akun An IT Summary mengajak kita semua membayangkan jika dalam satu ajang pencarian bakat, *content provider* menjual kontennya kepada pihak penyelenggara acara yang membutuhkan konten untuk kuiz dalam ajang pencarian bakat dan konten yang dibuat ini tidak memiliki masa atau waktu untuk masalah pemanfaatannya, melalui sisitem SMS Premium yang berlaku user diajak untuk mengikuti kuiz tersebut dengan iming iming berupa hadiah mobil, maka dapat dipastikan banyak orang melakukan registrasi, namun masalah pembayaran disini pihak penyelenggara acara tidak membebaskan biayannya pada perusahaan yang menyelenggarakan acara, akan tetapi

dibebankan kepada user yang melakukan registrasi. Apabila dalam mematok harga sms 2200/SMS, kemudian dalam satu hari ada sekitar 500 ribu orang melakukan registrasi, sudah dapat dilihat berapa keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan *content provider* tersebut dan juga menguntungkan bagi provider yang melakukan Kerjasama dengan *content provider*. Adapun keuntungan bagi penyelenggara adalah tercapainya *reating* acara yang diselenggarakan, karena banyak yang mengunjungi cahannel dan menonton acara yang diselenggarakan.

Dari artikel itu dapat diketahui bahwa bisnis *content provider* memiliki kesamaan dengan jual beli pada umumnya, yang mana sebagai produsen perusahaan membuat konten untuk diperjualkan dan sebagai mitra kerjasamanya adalah provider dan juga pihak yang memiliki acara, dan tentunya melalui kesepakatan untuk pembagian keuntungannya, disetiap proses pemasaran konten ini keuntungan yang didapatkan cukup beragam tergantung perjanjian dengan pihak yang terkait.

Selain konten yang berisikan kuiz adapula konten yang berisikan informasi, video, gambar atau apapun yang berkaitan dengan duani modeling, dengan banyaknya trande fashion yang semakin hari kian beragam, banyak orang yang tertarik mempelajari trande yang sedang boming dikalangan model, oleh karena itu konten yang berisi dunai modeling cukup banyak orang sukai. Namun belakangan ini beberapa user yang telah melakukan registrasi untuk bisa mendapatkan layanan model ini merasa dikecewakan karena ternyata isi konten tidak sesuai dengan user registrasi, dimana yang mereka terima bukan informasi seputar model malah hanya layanan musik, padahal pulsa yang dimiliki sudah dipotong oleh pihak provider. Oleh karena itu tidak jarang banyak masyarakat merasa dirugihkan dan banyak timbulnya keresahan tidak rela dari pihak user. Dalam hukum Islam sendiri rukum sahnya jual beli adalah adanya kerelaan kedua belah pila, penjual dan pembeli. Jual beli tidak sah dengan ketidakrelaan salah satu dari dua pihak, sehingga akad jual beli tersebut menimbulkan *kebhatilan* dan dimana pernyataan ini tertera dalam hadis yang diriwayatkan oleh sahabat Al-Abbas bin Al-Walid yang berbunyi demikian:

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدِّمَشْقِيُّ حَدَّثَنَا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدِينِيِّ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ.²

Telah menceritakan kepada kami Al Abbas bin Al Walid Ad Dimasyqi berkata, telah menceritakan kepada kami Marwan bin Muhammad berkata, telah menceritakan kepada kami Abdul Aziz bin Muhammad dari Dawud bin Shalih Al Madini dari Bapaknya berkata; aku mendengar Abu Sa'id ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Hanyasanya jual beli berlaku dengan saling ridla". (Hadits no. 2185)

Selain persoalan ke tidak relaan dari salah satu pihak, adanya ke tidak jelasan dari segi objek yang diperjual belikan dan tarif yang di bebankan dan akad yang di gunakan pada sistem Pop Up. Akad ijab qabul dalam rukun jual beli secara Islam harus jelas dan memenuhi rukun dan syarat sahnya, dan diketahui ada beberapa jenis akad atau ijab qabul diantaranya, dengan melalui lisan yang terjadipada transaksi jual beli secara langsung pada umumnya, ada yang secara tulisan, yang mana ini terdapat ditoko atau swalayan yang mencantumkan harga produknya dirak produk atau dengan menggunakan isyarat untuk mereka yang memiliki keterbatasan berbicara. Walaupun pelanggan provider tidak semua orang muslim, akan tetapi sebagai Negara yang memiliki penduduk mayoritas muslim, alangkah baiknya untuk transaksi seperti ini diberikan kejelasan yang jelas dalam proses akadnya.

Untuk dapat mengetahui ke tidak relaan (*taradhlin*) dari konsumen atau user akibat adanya pemotongan pulsa sepihak, kita dapat mengetahuinya dari beberapa media yang memiliki layanan konsumen seperti twitter dari masing masing provider dan kaskus. Selain dalam hukum Islam itu sendiri, kasus seperti ini bisa termasuk dalam pelanggaran terhadap perlindungan konsumen. Berdasarkan pasal 4 Nomor 1 Undang- Undang Perlindungan Konsumen Tahun 1999 yang berisi tentang hak dan kewajiban konsumen, dalam kasus ini jelas ada hak-hak konsumen yang diabaikan. Seperti hak atas kenyamanan dan keamanan dalam mengkonsumsi konten. pada pasal 4 ayat 3, yang mana hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai konten yang dibuat dan menjadiproduk dalam bisnis *Content Provider*.

² Abu Abdullah Muhammad bin Yazid Al-Qazwainy, *Sunan Ibnu Majah*, (Riyadh: Dar Al-Hadharah Lil Nasyr wa Tauzi', 2015), 331.

Dari pemaparan diatas, penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti dan lebih focus pada penelitian yang ditinjau dari segi hukum Islam terhadap akad atau sighat ijab qobul yang digunakan dalam transaksi jual beli pada bisnis *Content provider*. Dengan menganalisis data – data yang diperoleh oleh penulis dari beberapa sumber, diharapkan mampu menjadikanya ilmiah yang dapat menjadirujukan.

A. Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses jual beli pada bisnis *content provider* pada PT. Triple One Global Jakarta Barat.
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap akad jual beli pada bisnis *content provider*

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yan ingin dicapai penulis dalam melakukan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui tentang proses akad jual beli pada bisnis *content provider*
2. Untuk mengetahui apakah sistem yang diterapkan oleh perusahaan yang berkecimpung di bisnis konten ini sudah sesuai dengan hukum Islam atau belum.

C. Manfaat penelitian

1. Secara teoritis, penelitian ini akan menambah Khazanah keilmuan yaitu memperkaya perbendaharaan ilmu dibidang teknologi dan IT, dalam hal penelitian kali ini adalah proses jual beli *content* pada bisnis *content provider*.
2. Dan masi secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dibidang hukum perlindungan konsumen dan jual beli dalam islam. Mengingat penggunaan jasa seluler sudah mandarah daging dikehidupan masyarakat Indonesia pada umumnya.
3. Secara praktik, penelitian ini diharapkan dapat menamba wacana bagi masyarakat agar bisa mengetahui proses dari jual beli *content* yang dibuat oleh perusahaan *content provider*.

4. Dalam aspek teologi, penelitian ini diharapkan dapat menambah keteguhan kekuatan ilmu kita sebagai Mu'min dalam hal mengetahui hukum Islam pada proses jual beli.

D. Telaah Pustaka.

Sebuah karya merupakan kesinambungan pemikiran dari generasi sebelumnya dan kemudian dilakukan penyempurnaan yang signifikan. Penulisan skripsi ini pun sebelumnya merupakan mata rantai dari karya-karya ilmiah yang telah lahir, sehingga untuk menghindari pengulangan dalam skripsi ini, maka penulis perlu menjelaskan adanya topik skripsi yang akan diajukan, dimana adanya beberapa penulisan yang berkaitan dengan jual beli maupun buku-buku referensi tentang jual beli yang merupakan data penting untuk menunjangnya. Dalam hal ini, penulis sampaikan telaah pustaka yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas. Diantaranya sebagai berikut:

Pertama Skripsi dari mahasiswa Universitas Jendral Soedirman yang bernama Rahman Bagus Ramadhani yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Jasa *Content Provider* Sebagai konsumen Atas Promo Yang Dikeluarkan Oleh Pelaku Usaha Oleh Media Iklan Di PT. Indonesia Satelit”, penelitian yang ditulis guna mendapatkan gelar sarjana S1 ini memiliki kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dalam menjalankan usahanya pelaku usaha tidak dibenarkan memasang iklan yang tidak sesuai dengan barang yang dipasarkan. Dalam memproduksi iklan, pelaku usaha pun dilarang mengelabui serta menyasarkan konsumen atas barang atau jasa dalam hal kualitan, kuantitas, kegunaan dan tarif yang harus dibayar.³ Sedangkan secara hukum fiqh sendiri dalam akad jual beli harus ada kerelaan yang timbul antara dua belah pihak yang dalam ini perusahaan dan konsumen, dan sifat

³Rahman Bagus Ramadhan, “Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Jasa Content Provider Sebagai konsumen Atas Promo Yang Dikeluarkan Oleh Pelaku Usaha Oleh Media Iklan di PT. Indonesia Satelit”, *skripsi* S1 Universitas Djendral Soedirman (Purwokerto: 2010), tidak dipublikasikan.

kejelasan harga, barang dan juga kegunaan pun merupakan pedoman dasar terjadinya kesahan akad jual beli.

- b. Lalu dalam hal pemotongan pulsa yang sepihak pun dibiarkan begitu saja, bukan karena masyarakat tidak resah, melainkan karena ketidak fahaman dan juga nominal yang hanya kisaran 2000-2200rupiah hanya bisa mengaduhkan melalui media media online saja. Karena pada kenyataannya jika dikakuliasikan keuntungan yang didapat dari pemotongan pulsa secara sepihak tersebut bisa menyentuh angka milyaran rupiah. Hukum Islam pun melarang dalam hal akad jual beli adanya kedzoliman terjadi, karena hal demikian hanya akan menimbulkan malah masalah yang besar.

Kedua Skripsi dari mahasiswa Universitas Indonesia yang bernama Annisa Imanda Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik program studi Ilmu Administrasi Fisikal dengan judul skripsi “Perlakuan Pajak Pertambahan Nilai Atas Transaksi Yang Dilakukan Oleh *Content Provider*” yang mana penulis menyimpulkannya sebagai berikut:

- a. Bahwasanya dalam pengoprasionalan usaha, pelaku usaha didalam pemasarannya harus memperhatikan secara teliti bagaimana prosedur yang harus dipenuhi agar tidak menimbulkan kerugian, baik pada konsumen, pemerintah atau pun masyarakat luas. Dalam penyampaian iklan pun hendaknya menyampaikan yang sesuai dengan produk yang ada dipasaran. Dalam penelitiannya penulis ini menganalisis berbagai bentuk transaksi diantaranya adalah: pemasaran iklan, bisnis konten, dan berbagai permasalahan tentang akad akad dalam *E-Commeres*.

Ketiga Artikel yang ditulis oleh Andrian Dumitru Conduneanu (US 2010/0306048 A1) yang berjudul *Matching Content Provider And Intersted Content Users*. Yang mana artikel ini berisi tentang tahapan atau proses yang harus dilalu untuk mendapatkan layanan konten yang sesuai.⁴ Dan pada artikel ini pun dikatakan bahwa sebagai pihak yang menyediakan konten, pelaku usaha ini memiliki data data dari user atau

⁴ Andrian Dumitru Conduneanu, “Matching Content Providers And Interested Content Users” *Jurnal Of Patet Application Publication*, vol. 1 no. 5 US 2010/0306048 A, 1 Dec.2009.

konsumen akhir, untuk selanjutnya menjadisasaran dalam pemasaran konten yang nantinya akan digunakan untuk memasarkan konten konten yang dibuat.

Keempat Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam yang ditulis oleh Shobirin (Bisnis, vol.3, No. 2, Desember 2015) yang berjudul *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*. Dalam jurnal Bisnis dan Manajemen ini, penulis menyimpulkan bahwa bagi umat Islam yang melakukan bisnis dan selalu berpegang teguh pada pedoman norma-norma hukum Islam, akan mendapat beberapa hikma jika menerapkan hukum Islam dalam proses jual beli yang dilakukan.⁵ Selain dalam bentuk sosial atau tolong menolong terhadap sesama, dengan mengmalkan hukum Islam kita sekaligus akan mendapatkan pahala. Menurut Shobirin juga dalam jurnal yang ditulisnya pun mengatakan bahwa bisnis yang dilandari dengan hukum Islam, akan menjaga kebersihan dan halalnya barang atau jasa yang diperjual belikan. Dengan selalu menerapkan nilai nilai kejujuran dan memberikan pelayanan yang baik untuk konsumen, hal tersebut merupakan hal yang selalu diprioritaskan dalam Hukum jual beli dalam Islam.

Kelima Jurnal ilmiah yang ditulis oleh Ari Cahyo Nugroho (masyarakat telematika dan informatika. Vol. 3, No. 1, 2012) yang berjudul *Konstruksi Media Online Tentang Realitas Penyedotan Pulsa (Analisis Framming Terhadap Berita Dalam Tribunnews.com)*. dalam jurnal yang ditulis ari ini menitik beratkan pada pemberitaan tentang penyedotan pulsa yang dilakukan provider melalui *short code* yang biasa diterima oleh pengguna seluler. Bahkan kasus yang diketahui melalui media Tribunnews.com, pada tahun 2012 berjumlah 9.638 kasus penyedotan pulsa yang dilakukan *content provider* melalui *short code* sejak akhir juli sampai Oktober 2011⁶. Sedangkan perusahaan *content provider* sendiri, sampai sekarang masi eksis diIndonesia.

⁵Sobirin “Jual Beli Dalam Pandangan Islam” *Jurnal of Bisnis*, vol.3, No. 2, Desember 2015.

⁶Ari Cahyo Nugroho, “Masyarakat Telematik Dan Informatika “ *Jurnal of Bisnis*, Vol. 3, No. 1, 2012.

E. Metode Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses dari kegiatan mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menganalisis suatu data dalam sebuah peristiwa. Untuk memperoleh suatu hasil kajian yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, maka metode yang digunakan dalam penyusunan ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian.

Dalam penelitian kali ini, penulis menggunakan jenis penelitian hukum normatif empiris. Penelitian hukum normatif empiris merupakan jenis penelitian yang menggunakan studikases hukum normatif empiris berupa produk perilaku hukum, dengan pokok kajian adalah pelaksanaan atau implementasi ketentuan hukum positif dan kontrak secara factual pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadidalam masyarakat guna mencapai tujuan yang telah ditentukan.⁷ Dimana dalam kasus ini penulis mengamati setiap pelaksanaan yang terjadidalam transaksi jual beli konten pada bisnis *content provider* di PT. Triple One Global.

Penelitian ini termasukdalam jenis penelitian kualitatif, yaitu dengan menganalisis proses berpikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang ada dengan yang diamati menggunakan logika ilmiah.⁸

2. Sumber data.

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh⁹. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer yaitu data yang berasal dari sumber asli atau sumber pertama yang secara umum kita sebut sebagai narasumber.¹⁰ Data primer

⁷Suteki, Galang Taufani, *metodologi penelitian hukum* (Depok: Rajawali Press, 2018), cet.1, 175.

⁸Mardalis, *Metode Penelitian; Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1999), cet.1, 28.

⁹Kasiram, *Metode Penelitian*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), Cet. Ke-1, 113.

¹⁰Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi* (Jakarta: Elex Media, 2012), cet.1. 37.

ini penulis dapatkan melalui wawancara langsung dengan menejer PT. Triple One Global Jakarta Barat ibu siti syaroh dan bapak Yusuf selaku bagian IT di PT. Triple One Global Jakarta Barat .

b. Data sekunder.

Data sekunder yaitu data yang sudah diproses oleh pihak tertentu sehingga data tersebut sudah tersedia saat kita memerlukan.¹¹ Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah dokumen, arsip dan data-data lain yang berkaitan dengan judul penelitian.

3. Teknik pengumpulan data.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yang digunakan oleh penulis diantaranya adalah dengan wawancara, dan dokumentasi, agar mampu mendapatkan informasi yang tepat antara teori yang didapat dengan praktek yang ada di lapangan.

a. *Interview* atau wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode dalam pengumpulan data dengan berkomunikasi, yakni melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data (informan).¹²

Menurut pendapat Lexy J. Moleong, wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹³

Dalam hal ini penulis melakukan wawancara yang bersifat struktural yaitu, sebelumnya penulis telah menyiapkan daftar pertanyaan spesifik yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas sehingga terfokus pada pokok permasalahan.

Dalam teknik wawancara ini penulis melakukan wawancara

¹¹Mardalis, *Metode Penelitian*; ..., 33.

¹²Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2012), cet.1. 317.

¹³Ibid., 318.

dengan masyarakat yang melakukan registrasi konten di PT. Triple One Global, diantaranya adalah Bapak Dedy Suryadi (Jakarta Utara), Ibu yuyun (Semarang), Ibu Titim (Indramayu), Ira Yuliantika (Brebes), M. Arif (Kediri), Lili Nur Aizzah (Indramayu), M. Fuadi (Yogyakarta), Ratna wijayanti (Jakarta Barat), Aryani Wijastuti (Jakarta Barat), Salwa dwi (Rembang), dan juga masyarakat yang tidak berlangganan konten namun merasa dirugikan yaitu Lilis (Bekasi), Sinta (Grobogan), yusuf.

b. Dokumentasi

Untuk metode ini sumber datanya berupa catatan media masa, atau dokumen-dokumen yang tersedia dan berkaitan dengan objek penelitian.¹⁴ Seperti gambaran proses transaksi jual beli isi konten di PT. Triple One Global, foto dan data-data lain yang mendukung dalam penelitian ini.

4. Analisis Data.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil *interview*, catatan lapangan, observasi, dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan dan membuat kesimpulan yang dapat dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁵

Setelah data terkumpul, kemudian data diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif sosiologis, yaitu sebuah metode analisis yang menekankan pada pemberian sebuah gambaran baru terhadap data yang telah terkumpul.¹⁶ Tujuan dari metode tersebut yaitu untuk memberi deskripsi terhadap obyek yang diteliti.¹⁷ Dalam penelitian ini penulis menggambarkan pelaksanaan jual beli konten dengan sistem SMS Premium dan pandangan hukum Islam terhadap pelaksanaan jual beli konten dengan sistem SMS Premium di PT Triple One Global Jakarta Barat.

¹⁴Sanapia Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial* (Jakarta: Raja Grafindo, 2005), cet.1, 25.

¹⁵Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2012), cet.1, 89.

¹⁶S. Margono, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 165.

¹⁷Robert Bohdan dan Steven J. Taylor, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif: Suatu Pendekatan Fenomologis Terhadap Ilmu-Ilmu sosial* (Surabaya: Usaha Offset Printing, 1992), 22.

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan jauh sebelum memasuki proses observasi di lapangan, yaitu terhadap data hasil studi pendahuluan yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian yang masih bersifat sementara. Selama di lapangan, langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data yaitu data *reduction* (reduksi data), data *display* (penyajian data), dan *conclusion* (penarikan kesimpulan). Setelah selesai di lapangan.¹⁸

F. Sistematis Penulisan

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, signifikansi penelitian serta sistematis penelitian.

BAB II

JUAL BELI

Bab ini memberikan konsep-konsep dan teori yang terkait dengan penelitian yang dilakukan sehubungan dengan penulisan skripsi ini, yaitu teori-teori mengenai akad jual beli yang sesuai dengan Al Qur'an, hadits dan juga hukum fiqh yang digunakan dalam penelitian.

BAB III

BISNIS KONTEN PADA *CONTENT PROVIDER* DI PT. TRIPLE ONE GLOBAL JAKARTA BARAT

Bab ini menjelaskan pengertian, atribut, karakteristik, tipe, dan infrastruktur *content provider*, dan dalam bab ini pun akan dijelaskan mengenai bentuk kerjasama antara perusahaan *content provider* dengan provider, SMS premium serta domain yang menghubungkan dengan *content provider*.

¹⁸Sugiyono, *Metode...*, 336-345.

BAB IV**ANALISIS AKAD JUAL BELI KONTEN PADA
BISNIN *CONTENT PROVIDER* DI PT. TRIPLE ONE
GLOBAL JAKARTA BARAT.**

Bab ini akan meninjau bagaimana suatu transaksi yang terjadi pada akad jual beli konten dalam bisnis *content provider* dianalisis dengan pendekatan sosial dan juga sebagai objek dalam tinjauan hukum Islam. Kemudian implementasi terhadap bisnis *content provider* yang usahanya berkecimpung didunia penyediaan konten sebagai media pemasarannya melalui SMS premium dan internet. Dalam hal ini akan dianalisis apakah sesuai dengan hukum Islam.

BAB V**SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini memaparkan simpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan terdapat saran-saran atas simpulan yang ada.

BAB II

JUAL BELI

Jual Beli Dalam Hukum Islam

A. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqh biasa disebut dengan kata *al-bai'* yang mana diambil dari kata bahasa Arab yang artinya menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.¹⁹lalu kata *al-bai'* juga dapat diartikan untuk lawannya, yaitu kata *asy-syira'* atau dalam Bahasa Indonesia dikenal dengan kata beli.

Wahbah Zuhaily menjelaskan bahwa kata *bai'* sendiri merupakan kata yang dapat bermakna ganda dan saling berlawanan seperti kata “jual” dan kata “beli”, sedangkan kata *bai'* dapat diartikan dengan kata menjual dan juga dapat diartikan dengan kata membeli.²⁰

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

1. Pemilikan harta benda dengan jalan tukar menukar yang sesuai dengan aturan syara'.
2. Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.
3. Melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.
4. Penukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibolehkan.
5. Saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola dengan ijab dan qabul, dengan cara yang sesuai dengan syara'.
6. Aqad yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta, maka jadilah

¹⁹Harun, *Fiqh Muamalah* (Surakarta: Muhamadiya University Press, 2017), cet.2, 66.

²⁰M. Pudjihardjo, Nur Faizin Muhith, *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah* (Malang: UB Press2015), cet.1, 22.

penukaran hak milik secara tetap.²¹

Menurut pendapat ulama Hanafiah sebagaimana dikemukakan oleh Ali Fikri, dimana beliau menyatakan bahwa jual beli memiliki dua arti yaitu arti khusus dan arti umum.

Arti khusus yaitu:

وَهُوَ بَيْعُ الْعَيْنِ بِالنَّقْدَيْنِ (الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ) وَنَحْوِهِمَا أَوْ مَبَادَلَةَ السَّلْعَةِ
عَلَى نَحْوِهِ وَجْهٍ مَخْصُوصٍ

Artinya: *Jual beli adalah menukar benda dengan dua mata uang (emas dan perak) dan semacamnya, atau tukar-menukar barang dengan uang atau semacam menurut cara yang khusus.*²²

Sedangkan dari segi arti umum yaitu:

وَهُوَ مَبَادَلَةُ الْمَالِ بِالْمَالِ عَلَى وَجْهِ مَخْصُوصٍ فَالْمَالُ يَشْمَلُ مَا كَانَ ذَاتًا أَوْ تَقْدًا

Artinya: *Jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta menurut cara yang khusus, harta mencakup zat (barang) atau uang.*²³

Menurut ulama syafi'iyah memberikan definisi jual beli sebagai berikut :

وَشَرْعًا عَقْدٌ يَتَضَمَّنُ مُقَابَلَةَ مَالٍ بِمَالٍ بِشَرْطِهِ الْآتِي لِإِسْتِفَادَةِ مِلْكٍ عَيْنٍ أَوْ مَنْفَعَةٍ مُؤَبَّدَةٍ

Artinya: *Jual beli menurut syara' adalah suatu aqad yang mengandung tukar menukar harta dengan harta dengan syarat yang akan diuraikan nanti untuk memperoleh kepemilikan atas benda atau manfaat untuk waktu selamanya.*²⁴

Menurut Hanabilah memberikan definisi jual beli sebagai berikut.

مَعْنَى الْبَيْعِ فِي الشَّرْعِ مَبَادَلَةُ مَالٍ بِمَالٍ أَوْ مَبَادَلَةُ مَنْفَعَةٍ بِمَنْفَعَةٍ مُؤَبَّدَةٍ
عَلَيْهِمَا تَأْخِيرٌ أَوْ قَرْضٌ

Artinya: *Pengertian jual beli menurut syara' adalah tukar-menukar harta dengan harta tukar menukar manfaat yang mubah dengan manfaat yang mubah untuk waktu selamanya, bukan riba dan bukan hutang.*

²¹Syekh Abdurrahmas as-Sa'di, et al. *Fiqh Jual Beli: Panduan Praktis Bisnis Syari'ah*, (Jakarta: Senayan Publishing, 2008), 143.

²² Ahmad Wardi Muslich, *Fikih Muamalah*, (Jakarta: Amzah, 2010) Cet.1, 173.

²³ Ibid., 175.

²⁴ Ibid., 176.

Dari beberapa pendapat yang telah disampaikan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya, jual beli adalah merupakan proses tukar menukar barang dengan harta yang dimiliki atau manfaat dari produk yang dibuat dan bernilai, yang mana barang merupakan milik sendiri atau milik pihak lain yang sudah diberikan amana oleh pemiliknya untuk dikelola, dan barang yang diperjual belikan dapat diserahkan terimakan sehingga kedua belah pihak saling merelakannya.

B. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai sarana tolong-menolong antara sesama umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.²⁵ Dasar hukum jual beli menjadi regulasi yang sangat penting dan mendasar dalam melakukan transaksi jual beli. Yang mana regulasi ini tercatat dalam dalil-dalil baik dalam Al Qur'an dan sunah. Adapun pembahasannya adalah sebagai berikut:

1. Al Qur'an

Firman Allah dalam Surat An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. 4 [An Nisa]: 29)²⁶

²⁵ Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), cet. 1, 66.

²⁶ Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 1990), 83.

Ayat ini mengidentifikasi bahwa Allah SWT melarang kaum muslimin memakan harta orang lain secara bathil seperti halnya melakukan transaksi berbasis bunga (riba), transaksi yang bersifat spekulatif judi(maisir).²⁷

Dari ayat ini Allah memberi peringatan kepada umat manusia untuk senantiasa bertaqwa dan menjalankan syariat agama, dan jangan sekali-kali kalian semua memakan, memperoleh harta yang merupakan sarana kehidupan kamu, dengan jalan yang *batil*, tetapi hendaklah kamu memperoleh harta itu, dengan jalan perniagaan yang berdasarkan kerelaan diantara kamu, kerelaan yang tidak melanggar ketentuan agama.

Terdapat dua kata yang menjadi penekanan ayat tersebut, yaitu adanya kata “makan“ yang identik dengan kebutuhan pokok dan batil yang merupakan tindakan yang bersifat merugikan orang lai. Jika dalam ayat tersebut makan yang menjadi kebutuhan pokok atau yang paling mendasar saja tidak diperkenankan diperoleh dengan jalan yanag *bhatil* apalagi kebutuhan yang memiliki prioritas yang menjadi pelengkap, seperti halnya kebutuhan sekunder dan juga tersier.

Pada kalimat yang terakhir dalam ayat tersebut pun kita ketahui, bahwa jual beli itu harus didasarkan dengan adanya kerelaan atau suka sama suka, dengan ditandainya ada ijab dan qobul atau jenis serah terima yang berlaku di adat kebiasaan setempat, maka apabila jual beli yang memiliki unsur keterpaksaan atau ada salah satu pihak yang tidak menginginkannya, makan jual beli akan menimbulkan kebatilan. Hal yang berkaitan dengan kebatilan dalam jual beli dalam ayat tersebut sangat dilarang apalagi jika jual beli mengandung usur riba.

Sebagaimana firman Allah dalam surat Al Baqarag Ayat 275 yang berbunyi sebagai berikut:

²⁷ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), 70.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.....

Artinya: “*dan Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba* “ (Q.S. 2 [Al Baqarah Ayat]: 275)²⁸

Adanya Ayat yang menjelaskan tentang dihalalkannya jual beli dan larangnya memakan harta orang lain dengan jalan yang *batil*, sehingga akan menimbulkan riba dalam transaksi jual beli tersebut, adapun balasan bagi orang yang gemar memakan harta yang memiliki unsur riba akan dijanjikan nerakan untuknya.

2. Hadis

Hadis merupakan segala sesuatu yang disandarkan kepada Nabi Muhammad saw dan merupakan landasan umat Islam dalam menjalankan kehidupan baik dimasa sekarang ataupun yang akan datang. Adapun Hadis-hadis yang terkait dengan jual beli, yaitu sebagai berikut:

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدِّمَشْقِيُّ حَدَّثَنَا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ

عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدِينِيِّ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ

اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ.²⁹

Artinya:

Telah menceritakan kepada kami Al Abbas bin Al Walid Ad Dimasyqi berkata, telah menceritakan kepada kami Marwan bin Muhammad berkata, telah menceritakan kepada kami Abdul Aziz bin Muhammad dari Dawud bin Shalih Al Madini dari Bapakny berkata; aku mendengar Abu Sa'id ia

²⁸Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 1990), 48.

²⁹ Abu Abdullah Muhammad bin Yazid Al-Qazwainy, *Sunan Ibnu Majah*, (Riyadh: Dar Al-Hadharah Lil Nasyr wa Tauzi', 2015), 331.

berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Hanyasanya jual beli berlaku dengan saling ridla". (Hadits no. 2185)

Jual beli yang disertai dengan saling ridha akan mendapatkan hasil yang baik, karena tidak ada pihak yang merasa dirugikan, dan tentunya saat transaksi yang dilakukan sesuai dengan syariat agama dan peraturan yang berlaku, maka secara otomatis pula secara spriritual Allah akan ridha dan memberkahi transaksi tersebut.

Sebagaimana hadis yang diRiwayatkan Yazid tentang keberkahan dalam melakukan transaksi jual beli, yaitu sebagai berikut:

حَدَّثَنَا يَزِيدُ حَدَّثَنَا الْمَسْعُودِيُّ عَنْ وَائِلِ أَبِي بَكْرٍ عَنْ عَبَّيَةَ بْنِ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ
عَنْ جَدِّهِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ قَالَ قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ
بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ.³⁰

Artinya:

Telah menceritakan kepada kami Yazid telah menceritakan kepada kami Al Mas'udi dari Wa'il Abu Bakar dari Abayah bin Rifa'ah bin Rafi' bin Khadij dari kakeknya Rafi' bin Khadij dia berkata, "Dikatakan, "Wahai Rasulullah, mata pencaharian apakah yang paling baik?" beliau bersabda: "Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur." (Ahmad bin Hambal)

Sebagai manusia yang mempercayai segala bentuk ajaran dari Allah, maka sudah sepatutnya kita berbuat di dunia baik berinteraksi dengan sesama manusia dalam hal hubungan sosial antar sesama maupun antara manusia dan

³⁰ Ahmad bin Muhammad bin Hanbal, *Musnad Al-Imam Ahmad Bin Hanbal*, Juz 13 (Mesir: Dar Al-Hadits, 1995), 322.

tuhannya pasti mengharapkan diterima setiap ibdaah dan amalnya, oleh karena itu berdasarkan hadis diatas, kerjakan setiap urusan dunia kita dengan selalu mengikut sertakan keyakian agar setiap langkah yang kita tempu dapat diterima oleh Allah dan menjadi pahala untuk kita yang melakukannya.

C. Syarat Dan Rukun Jual Beli

Sebagai tansaksi yang tertulis dalam Al Quran dan Hadis, jual beli tentunya meiliki syarat dan juga rukun yang harus dipenuhi.

Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi dalam bukunya yang berjudul Ringkasan Fiqh Sunnah Sayyid Sabiq, yang mana buku yang ditulis beliau merupakan rangkuman dari pemikiran Sayyid Sabiq. Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa Rukun jual beli dapat diketahui dengan adanya ijab dan qabul. Ijab dan qabul tidak diwajibkan jika objek akad (barang) merupakan sesuatu yang kurang bernilai (haqir), tetapi cukup dengan mu'athah (saling memberi tanpa ijab qabul) sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dimasyarakat.³¹

Para ulama Fiqih mengatakan bahwa akad jual beli harus memenuhi syarat sebagai berikut:³²

1. Adanya pelaku atau orang yang berakad, dalam hal ini penjual dan juga pembeli.
2. Adanya barang barang/ jasa yang diperjual belikan
3. Adanya nilai tukar (harga barang)
4. Adanya akad/ transaksi

³¹ Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi, *Ringkasan Fiqh Sunnah Sayyid Sabiq* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2013), 750-751.

³² Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2019), 65-67.

Dapat dikatakan dengan syara jual beli apabila terdapat komitmen yang dijalin antara salah satu pihak dari beberapa pihak yang mengadakan transaksi dengan lainnya untuk mengambil manfaat dari barang tersebut.³³

Jumhur 'ulama berpendapat sebagaimana yang tertulis dalam kutipan buku andri soemitra yang berjudul "hukum ekonomi syaruaah dan fiqh muamalah" bahwa syarat jual beli dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Syarat Orang yang berakad

Subjek jual beli dapat disebut juga dengan istilah *aqid*. yang mana *aqid* ini harus memenuhi beberapa syarat untuk dapat melakukan akad jual beli, diantara adalah sebagai berikut:

1. *Baligh* (dewasa) dan berakal sehat. Untuk anak kecil yang belum berakal dan juga orang yang tidak memiliki akas sehat tidak diperbolehkan melakukan akad.

Sebagaiman *Jumhur ulama*" berpendapat bahwasannya orang yang melakukan akad jual beli itu harus sudah akil baligh dan berakal. Apabila orang yang berakad itu masih mumayyiz, maka akad jual beli itu tidak sah, sekalipun mendapat izin dari walinya.³⁴

2. Orang yang melakukan akad tersebut orang yang berbeda.

b. Syarat Barang/ jasa yang diperjual belikan

1. Ada saat transaksi, tidak sah jual beli yang belum nyata seperti Madhamin (bunga kurma yang belum menjadibuah) *malaqih* (janin hewan yang terdapat dalam induknya).³⁵
2. Barang yang diperjual belikan harus berupa harta (*mal*) atau yang bermanfaat atau memberi manfaat. ³⁶
3. Barang tersebut merupakan kepunyaan dari penjual

³³ Saleh al-Fauzan, *Al-Mulakhkhasul Fiqhi* (Jakarta: Gema Insani, 2006), 373.

³⁴ Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi, *Ringkasan Fiqh*,..., 750-751.

³⁵ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi*....., 66.

³⁶ M. Pudjihardjo, Nur Faizin Muhith, *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah* (Malang: UB Press, 2019), 26.

4. Barang tersebut dapat diserahkan terimakan
 5. Barang harus diketahui oleh penjual dan juga pembeli.³⁷
- c. Syarat untuk nilai tukar/ harga
1. Yang yang tertera merupakan harga yang disepakati oleh kedua belah pihak.
 2. Dapat diserahkan pada waktu akad, selagi transaksi menggunakan cek, kartu kredit ataupun jenis pembayaran lainnya, untuk jumlah nominal yang harus dibayarkan harus sudah jelas dan begitupula untuk waktunya jika menggunakan pembayaran diluar tunai.
 3. Harga perolehan wajib disampaikan oleh penjual hanya dalam jual beli amanah seperti jual beli murabahah, dan tidak wajib dalam selain jual beli murabahah.³⁸
- d. Syarat akad/ *ijab kabul*
1. Keadaan *ijab* dan *kabul* saling berhubungan antara yang dilafalkan oleh pembeli sebagai pihak yang memiliki barang dagangan dan juga pembeli menjawabnya dengan menyertakan kompensasi sebagai pengganti barang yang dijual.
 2. *Ijab kabul* dilakukan dalam satu majlis
 3. *Ijab kabul* tidak bersangkutan dengan hak orang lain
 4. Tidak berselang waktu yang mana tidak ada hal yang memisahkan antara kedua belah pihak
 5. *Sighat*, dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya dengan ucapan, perbuatan, tulisan dan surat menyurat atau isyarat.

Selain syarat pokok yang tertulis diatas, adapula syarat tambahan yang lainnya, yaitu terkait sahnya jual beli yang meliputi:

³⁷ M. Pudjihardjo, Nur Faizin Muhith, *Fikih Muamalah.....*, 27.

³⁸ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi.....*, 67.

- a. Jual beli yang terjadi terhindar dari cacat, seperti jual beli barang yang tidak jelas, baik jenis, kualitas maupun kuantitasnya, jumlah harga, jual beli itu mengandung unsur paksaan, unsur penipuan dan syarat syarat lainnya yang mengakibatkan akad jual beli tersebut rusak.³⁹
- b. Apabila barang yang diperjual belikan itu benda bergerak, maka barang itu langsung dikuasai pembeli dan harga dikuasi penjual. Sedangkan barang yang tidak bergerak dapat dikuasai pembeli setelah surat menyurat diselesaikan sesuai dengan kebiasaan setempat.⁴⁰

Berkaitan dengan kekuatan hukum jual beli, para Ulama Fiqh menyepakati bahwa suatu jual beli dapat dikatakan mengikat apabila jual beli tersebut terbebas dari *khiyar* dan apabila jual beli tersebut masi terdapat hak *khiyar* maka jual beli itu belum mengikat dan boleh dibatalkan.

D. *Khiyar* Dalam Jual Beli

Pengertian Al-Khiyar atau yang kita kenal dengan hak memilih adalah mencari kebaikan dari dua perkara, yang mana dapat kita terima atau membatalkan akad tersebut.⁴¹ Menurut agama Islam sendiri, akad jual beli diperkenankan untuk memilih, apakah akan meneruskan jual beli atau membatalkannya.

Khiyar dapat dibagi menjadi tiga macam, yaitu sebagai berikut:

- a. *Khiyar majlis*, yang mana jenis *khiyar* ini memberikan pilihan kepada penjual dan pembeli untuk transaksi jual beli apakah dapat dilanjutkan atau membatalkannya, dengan catatan kedua belah pihak masi dalam satu tempat (*majlis*).

³⁹Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi.....*, 68

⁴⁰ Ibid., 68.

⁴¹ Djuwaini, *Pengantar Fiqh....*, 82-85.

- b. *Khiyar Aibi*, yang mana merupakan hak dari dua pihak baik yang menjadi penjual atau pembeli untuk memutuskan apakah akan melanjutkan transaksi jual beli atau akan membatalkannya, apabila saat berlangsungnya transaksi terdapat cacat pada objek akad dimana salah satu pihak tidak memberitahukannya pada saat akad.⁴²
- c. *Khiyar Syarat*, merupakan transaksi jual beli yang mana didalamnya memiliki syarat baik berasal dari pihak pembeli ataupun penjual, seperti halnya seseorang yang menjual tas dengan berkata “saya jual tas ini dengan harga Rp. 1,000,000,00 dengan syarat *khiyar* selama 2 bulan “lalu kedua belah pihak yang mengadakan transaksi dengan mengajukan syarat tersebut dengan tempo yang sama-sama diketahui oleh keduanya.⁴³

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, *khiyar* dalam akad jual beli memang diperbolehkan. Banyak hal baik dengan adanya *khiyar* ini, salah satunya, meminimalisi terjadinya keterpaksaan dalam transaksi jual beli, karena setiap orang terlibat dalam transaksi jual beli diberi pilihan yang sama- sama diyakini tidak akan merugikan dan juga tentunya akan terhindar dari kemungkinan terjadinya kebohongan dalam jual beli.

E. Macam-Macam Jual Beli

Macam-macam jual beli dapat dilihat dari berbagai aspek, diantaranya adalah dilihat dari aspek hukumnya, jual beli terdiri dari dua hukum yaitu jual beli yang sah dan juga jual beli yang tidak sah, baik tidak sah dari segi penjual ataupun pembeli.

Muhammad Jawad Mughniyah menuliskan kutipan dalam bukunya yang berjudul “Fiqh Al-Iman Ja’far ash-Shadiq ‘Ardh wa Istidlal juz 3 dan 4 bahwa, jual beli terbagi menjadi beberapa macam, diantaranya ialah sebagai berikut:

1. Jual beli *fudhuli*, yaitu jual beli yang ijab atau qabulnya dilakukan oleh orang yang bukan berkepentingan langsung maupun wakilnya.
2. Jual beli *nasi’ah*, yaitu barang yang diperjual-belikan diserahkan saat itu juga, sedangkan harganya diserahkan belakangan.

⁴² Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 88.

⁴³ Saleh al-Fauzan, *Al-Mulakhkhasul Fiqhi* (Jakarta: Gema Insani, 2006), 378.

3. Jual beli salam, yaitu harganya diserahkan sat itu juga, sementara barangnya belakangan (kebalikanya jual beli nasi'ah).
4. Jual beli *ash-sharf*, yaitu khusus berkenaan dengan emas dan perak.
5. Jual beli *murabahah*, yaitu jual beli dengan keuntungan tertentu (sesuai kesepakatan kedua belah pihak).
6. Jual beli *muwadha'ah*, yaitu jual beli dengan kerugian tertentu.
7. Jual beli *tauliyah*, yaitu jual beli sesuai dengan modal.⁴⁴

Dari segi wujud benda, Imam Taqiyudin mengkategorikan objek jual beli menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

1. Jual beli benda yang kelihatan adalah pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperjualbelikan ada didepan penjual dan pembeli.
2. Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian adalah jual beli salam (pesanan).
3. Jual beli benda yang tidak ada serta tidak dapat dilihat ialah jual beli yang dilarang agama Islam karena barangnya tidak tentu atau masih gelap sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian.⁴⁵

Sedangkan jika dilihat dari segi akad, jual beli dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu: akad jual beli yang dapat dilakukan dengan lisan, akad jual beli yang membutuhkan prantara, seperti halnya jual beli online dan juga akad jual beli dengan perbuatan, yang mana jual beli ini dikenal dengan istilah *mu'athah* yaitu mengambil dan menyerahkan barang tanpa *ijab* dan *qabul*.⁴⁶

Dari uraian yang sudah disampaikan diatas, bahwa segala jenis transaksi jual beli diperbolehkan selagi memenuhi syarat dan juga rukun jual beli, dan apabila transaksi jual beli tersebut tidak memenuhi syarat dan rukun sah jual beli, maka transaksi jual beli dinyatakan dilarang dalam agama Islam.

⁴⁴ Muhammad Jawad Mughniyah, *Fiqh Al-Imam Ja'far ash-Shadiq 'Arh wa Istidlal* juz 3 dan 4 (Jakarta: Penerbit Lentera, 2009), 46.

⁴⁵ Sohari Sahrani, et al. *Fikih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia:2011), 71.

⁴⁶ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), 177.

Larangan melakukan transaksi jual beli sebenarnya, sudah dapat kita ketahui dari beberapa firman Allah yang menghalalkan jual beli kepada hambanya, selagi transaksi jual beli tersebut tidak menimbulkan ketidak sempurnaan amalan yang lebih bermanfaat dan lebih penting. Seperti halnya terganggunya ibadah fardhu yang menjadikewajiban umat Islam semua dan atau dapat menimbulkan kerugian kepada orang lain.

Sebagaimana firman Allah dalam Surat Al-Jumu'ah ayat 9:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ
ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila telah diseru untuk melaksanakan salat pada hari Jum'at, maka segeralah kamu mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui”⁴⁷ (Q.S. 62 [Al-Jumu'ah]: 9)

Jual beli yang dilarang menurut pendapat para ulama fiqh memiliki berbagai macam, antara lainnya adalah sebagai berikut:

1. *Ba'I Al-Ma'dum*

Merupakan Jual beli yang objeknya tidak ada saat transaksi berlangsung atau saat kontrak berlangsung.

2. *Ba'I Makjuz Al-Taslim*

Merupakan jual beli yang mana objek dari tansaksi jual beli tidak dapat diserahkan kepada pembeli.

3. *Ba'I Dain*

⁴⁷ Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 1990), 124.

Merupakan jual beli hutang, dan biasanya dilakukan oleh orang yang memiliki tanggungan hutang atau orang lain, baik dilakukan secara kontan maupun tempo. Yang menjadi poin dari transaksi ini adalah adanya kemungkinan mengandung riba dengan adanya penambahan waktu dan pembayaran, oleh karenanya transaksi ini dilarang.

4. *Ba'I Gharar*

Jual beli ini memiliki tingkat resiko terjadinya hal *batil* yang sangat tinggi walaupun ada beberapa orang yang mampu melakukan jual beli tanpa harus melihat barangnya terlebih dahulu, atau bisa menggunakan hitungan yang dilakukan oleh ahli, akan tetapi secara umum jual beli ini dilarang karena ada pihak yang merasa dirugiakan, adanya usur ketidak pastian dan juga kesamaran, baik objek jual beli atau ketidak jujuran dari salah satu pihak yang menyalahgunakan akad jual beli. Pernyataan ini pun selaras dengan pendapat Sayyid Sabiq dalam bukunya yang berjudul “fiqh sunnah” jilid 4, yang mengatakan jual beli yang mengandung unsur resiko dan akan menjadi beban salah satu pihak dan mendatangkan kerugian finansial itu dilarang.⁴⁸

Dari uraian yang sudah dijelaskan diatas, dapat kita simpulkan bahwa jual beli yang mengandung unsur *gharar* dilarang dalam agama Islam karena adanya objek yang tidak ada, objeknya tidak dapat diserahkan. Berkaitan dengan jual beli hutang dan juga jual beli yang mengandung unsur kerusakan syarat dan rukun akibat kebohongan pun dilarang.

F. Pengetian dan Dasar Hukum *Gharar*

Gharar dapat diartikan juga dengan jual beli yang mengandung ketidak jelasan atau kesamaran, baik pada lafal atau *sighat* maupun benda atau produk yang dihasilkan yang dijadikan objek jual beli, baik mengenai ada atau tidak ada objeknya akad, besar kecilnya jumlah maupun menyerahkan objek akad tersebut.⁴⁹

⁴⁸ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, jilid 4 (Jakarta: Pena PundiAksara, 2006), 158.

⁴⁹ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003),

Para ulama pun mengartikan *gharar* dengan berbagai pendapat, dalam artikel yang di tulis oleh Nadratuazzaman Hosen yang berjudul *Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi* menuliskan bahwa pengertian *gharar* menurut pendapat Imam al-Qarafi mengemukakan bahwa *gharar* adalah suatu akad yang tidak diketahui dengan tegas apakah efek akad terlaksana atau tidak. Begitu juga yang disampaikan Imam as-Sarakhsi serta Ibnu Taimiyah yang memandang *gharar* dari segi adanya ketidak pastian akibat yang timbul dari suatu akad. Sementara Ibnu Hazm melihat *gharar* dari segi ketidaktahuan salah satu pihak yang berakad tentang apa yang menjadi objek akad tersebut.⁵⁰ dari pendapat para ulama tentang definisi *gharar* dapat ditarik kesimpulan bahwasannya yang dinamakan *gharar* dalam akad jual beli adalah suatu akad jual beli yang di dalamnya terdapat unsur ketidak pastian, ketidak jelasan baik berkaitan dengan orang yang berakad, objek akad, waktu dan nilai tukar ataupun akibat yang timbul setelah transaksi terjadi.

Dilarangnya jual beli yang mengandung unsur *gharar* ini, dikarenakan adanya unsur memakan harta orang lain dengan cara yang *bhatil*, yang mana dengan mengelabui salah satu pihak maka pihak yang lainnya akan mendapatkan keuntungan yang banyak. Larangan ini pun jelas dengan adanya firman Allah dalam surat Al Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيضًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan janganlah kamu makan harta diantara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.” (Q.S. 2 [Al-Baqaraah]: 188).⁵¹

⁵⁰Nadratuazzaman Husen, Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi, *Jurnal of Al-Iqtishad*: Vol. I, No. 1, Januari 2009, 13.

⁵¹Tim Penerjemah, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 1990), 23.

Ayat diatas menjelaskan bahwa sangat dilarang untuk melakukan jual beli yang ditempuh dengan jalan yang *bhatil*, apalagi melakukan segala upaya untuk mendapatkan harta sebanyak banyaknya padahal kita ketahui bersama, bahwa hal demikian akan mendatangkan dosa kepada kita apabila kita menjadalkan transaksi jual beli *gharar*.

Adapun jenis-jenis transaksi jual beli *gharar* adalah sebagai berikut:

1. *Gharar* dalam *sighat akad*

Gharar pada *sighat* ialah apabila aqad terjadidengan adanya kriteria yang mengandung unsur *gharar*. *Gharar* jenis ini berkaitan langsung dengan aqad. Unsur *gharar* pada jenis ini dikarenakan kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli tidak mengetahui apakah hal yang disyariatkan terpenuhi atau tidak, sehingga tidak ada kepastian apakah jual beli ini dilanjutkan atau tidak, dan tidak jelas pula dari segi waktunya, kapan transaksi tersebut terjadi. Begitu pula dari segi suka atau tidak suka, terkadang pembeli pada saat itu ingin membeli, tetapi pada waktu yang lain sudah tidak suka dan tidak membutuhkannya lagi.

Adapun jual beli yang termasuk dalam *gharar sighat* adalah sebagai berikut:

- 1) Dua jual beli dalam satu jual beli
- 2) Jual beli urban
- 3) Jual beli munabazah
- 4) Jual beli hasah
- 5) Jual beli mulamasah
- 6) Akad yang digantungkan dan aqad yang disandarkan.⁵²

⁵² Ibnu Rusdy, *Terj. Bidayatul Al-Mujtahid Wa Nihayatul Muqtasid*, juz II (Semarang: Toha Putra 2011), 111.

2. *Gharar* dilihat dari segi benda yang berlaku pada akadnya

Gharar dengan jenis ini memiliki tingkat resiko yang sangat tinggi, mengingat tidak terdapat harga yang jelas, ketidakjelasan jenis dari objek jual beli, sifat dan juga ukuran dari objek jual beli. Maka apabila salah satunya saja terdapat dalam proses transaksi jual beli, maka sudah dapat dikatakan sebagai jual beli *gharar*. Selain empat hal yang sudah disebutkan, ketidakjelasan tempo yang ditetapkan sebagai penentu harga pun sudah dapat termasuk dari *gharar*, termasuk apabila tidak dapat melihat barang yang diperjual belikan atau tidak mempunya penjual menyerahkan barang yang diperjual belikan.

3. Tidak Diperbolehkannya *Gharar* dalam Proses Jual Beli

Menurut Ibn Jazi Al- Maliki dalam buku yang ditulis oleh Rachmat Syafe'I yang berjudul "Fiqh Muamalah,", *gharar* yang dilarang terdapat 10 kriteria yaitu:

- a) Tidak bisa diserahkan, semacam menjual anak hewan yang masih dalam kandungan induknya.
- b) Tidak jelas harga serta benda.
- c) Tidak diketahui sifat barang ataupun harga.
- d) Tidak diketahui dimensi benda ataupun harga.
- e) Tidak diketahui masa yang akan tiba, semacam aku jual kepadamu bila Zaed tiba.
- f) Memberi harga 2 kali dalam satu benda.
- g) Menjual benda yang diharapkan selamat.
- h) Jual beli mulasamah apabila mengusap pakaian ataupun kain, hingga wajib membelinya.
- i) Termasuk dalam transaksi *gharar* merupakan menyangkut kuantitas benda. Dalam transaksi disebutkan mutu benda yang berkualitas no satu,

sebaliknya dalam realisasinya mutu berbeda. Perihal ini bisa jadi dikenal 2 belah pihak (terdapat kerjasama) ataupun sepihak saja (pihak awal).⁵³

Dari uraian yang sudah dijelaskan, dapat ditarik kesimpulan bahwa, macam-macam *gharar* yang tidak diperbolehkan ada 10 jenis. Yang mana setiap macam-macam *gharar* tentu dengan kriteria sendiri-sendiri. Seperti contohnya unsur tidak diketahuinya sifat barang dan harga barang, maka hukum yang berlaku adalah *gharar*.

⁵³ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2004), 150.

BAB III

JUAL BELI KONTEN PADA BISNIS *CONTENT PROVIDER* DI PT. TRIPLE ONE GLOBAL JAKARTA BARAT

A. *Content Provider*

Perkembangan teknologi yang berkebang kian pesat ini, nampaknya suda seharusnya kita sadari sebagai masyarakat untuk bisa menyesuaikan. Segala bentuk aktivitas kehidupan sehari-hari tidak luput dengan adanya peranan teknologi, begitu pula dalam berkomunikasi. Komunikasi yang terjadi dahulu dan sekarang mengalami perubahan, dimana dengan menggunakan alat komunikasi, kita bisa melakukan komunikasi secara jarak jauh atau pun dekat kini sudah bisa dilakukan dengan mudah.

Dari setiap pemanfaatan teknologi yang ada, pemanfaatan teknologi dibidang komunikasi mengalami revolusi yang cukup maju, diaman kian hari kemajuan teknologi dalam berkomunikasi ini bukan hanya sebagai media untuk bisa berkomunikasi tegur sapa dan juga mencari kabar berita dari seseorang saja, melinkan cakupan pemanfaatan media kini sudah merambah kepada untuk mendapatkan keuntungan. Banyak aktivitas yang dapat dimanfaatkan dari adanya kemajuan teknologi dibidang komunikasi, salah satunya adalah pemanfaatan teknologi komunikasi untuk aktivitas perniagaan atau lebih akrab dengan istilah jual beli.

Jual beli dengan memanfaatkan media komunikasi memang sudah tidak asing dikalangan masyarakat luas, namun memang kebanyakan dari masyarakat tidak begitu menyadari keberadaannya. Salah satu jenis bisnis yang sering masyarakat temui namun tidak mengetahui secara jelas ataupun tidak menyadariny, bisnis tersebut merupakan bisnis konten yang dibuat oleh *content provider*. Untuk mengeetahui apa yang dinamakan dengan *content provider* berkut ini penjelasnya:

1. Pengertian *Content Provider*

Secara bahasa *Content Provider* berasal dari dua kata, yang mana arti kata konten itu sendiri menurut peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Pasal 1 No. 13 Tahun 2019, bahwasannya yang dinamakan Konten adalah pesan yang dapat berupa suara, tulisan, gambar, video, atau bentuk visual lainnya, sajian-sajian dalam bentuk program, atau gabungan sebagiannya, dan/atau keseluruhannya dalam bentuk digital, yang dapat diciptakan, diubah, disimpan, disajikan, dikomunikasikan, dan disebarluaskan secara elektronik,⁵⁴ atau menurut kamus besar Bahasa Indonesia mengatkan, pengertian konten dapat diartikan dengan informasi yang tersedia melalui media tau produk elektronik. Lalu arti kata provider diartikan dengan perusahaan yang memiliki keterkaitan dalam pembuatan website dan berkaitan dengan dunia *cyber*.

Berkaitan dengan pembahasan konten, ada dua jenis pemahaman mengenai pengertian konten itu sendiri. Ada yang memahaminya dengan konten aplikasi yang mana sifatnya aplikatif, seperti halnya *software*, dimana jenis konten ini memiliki nilai jual yang cukup tinggi karena berkaitan dengan induk dari suatu konten yang diperjual belikan. Pemahaman selanjutnya mengenai konten ini ada yang memahaminya dengan konten multimedia, dimana konten ini merupakan gabungan dari berbagai media seperti *voice*, *texts*, *image*, *animasi* dan lainnya.

Adapun yang dinamakan *content provider* sendiri adalah perusahaan yang membuat konten-konten untuk diperjual belikan ke masyarakat luas. Pernyataan ini sejalan dengan pernyataan manager PT. Triple One Global Ibu Siti Syarah yang mengatakan bahwa

⁵⁴ Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2019

“.. *Content Provider* itu perusahaan yang membuat konten konten yang nantinya dijual kepada user atau masyarakat. Dengan media yang digunakan berupa sms, yang mana prosesnya berkerjasama dengan provider sebagai penyedia jasa layanan telekomunikasi”⁵⁵

Disamping itu, pengertian *content provider* dapat juga diartikan dengan bisnis telekomunikasi yang berkaitan dengan industry kreatif, yang memanfaatkan layanan baik SMS maupun internet, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari proses mengembangkan informasi yang dibutuhkan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *content provider* merupakan perusahaan yang berkecimpung pada pembuatan konten, yang mana hal ini berkaitan dengan industry kreatif dengan focus pengembangan pada konten multimedia.

Dari pemaparan pengertian *content provider* yang sudah disebutkan di atas, bahwasannya *content provider* merupakan perusahaan yang bertugas membuat konten atau membuat isi dari konten yang nantinya diperjual belikan kepada user sebagai pengguna dan pihak yang memanfaatkan konten yang telah di buat oleh *content provider*. Konten yang di tawarkan dalam hal ini berupa konten multimedia yang dapat berupa teks, gambar, video atau lain sebagainya.

2. Landasan Hukum *Content Provider* Sebagai Penyedia Jasa Telekomunikasi

Sebagai perusahaan yang berkaitan dengan penyediaan jasa telekomunikasi, *content provider* merupakan bagian dari perusahaan jasa telekomunikasi yang memiliki landasan hukum yang berkaitan dengan telekomunikasi. Telekomunikasi sendiri adalah setiap pemancar, pengiriman, dan atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara, dan bunyi

⁵⁵ Siti Syaroh, *wawancara*, Jakarta, 1 september 2020.

melalui sistem kawat, optik, radio, atau system elektromagnetik lainnya.⁵⁶ Oleh karena itu landasan hukum yang digunakan adalah Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang telekomunikasi, sebagaimana yang tercantum dalam pasal 7 ayat 1 yang termasuk dalam penyelenggara telekomunikasi meliputi:⁵⁷ penyelenggara jaringan telekomunikasi, penyelenggara jasa telekomunikasi, penyelenggara telekomunikasi khusus.

Lalu pada pasal 8 ayat 1 menegaskan bahwa penyelenggara jaringan telekomunikasi dan atau penyelenggara jasa telekomunikasi sebagaimana yang dimaksud pasal 7 ayat 1 huruf (a) dan (b) dapat dilakukan oleh badan hukum yang didirikan untuk maksud tersebut berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yaitu:

- a) Badan Usaha Milik Negara (BUMN)
- b) Badan Usaha Milik Daerah (BUMD)
- c) Badan Usaha Milik Swasta, dan
- d) Koperasi.⁵⁸

B. PT. Triple One Global

1. Sejarah berdirinya PT. Triple One Global

Sebagai salah satu PT yang masih eksis berdiri di Indonesia, PT. Triple One Global tentunya memiliki asal usul dalam pendiriannya. yang mana asal usul itu merupakan bagian penting untuk kita ketahui bersama, mengingat dalam permasalahan kali ini PT. Triple One Global menjadi objek penelitian

“Triple One Global well known as Content provider in Indonesia and Singapore. The company established in 2011, as a content provider, PT

⁵⁶ Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang telekomunikasi, pasal 1

⁵⁷ Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang telekomunikasi, pasal 7 ayat 1 huruf a, b, c

⁵⁸ *Ibid*, ps. 8 ayat (1)

*Triple One Global is a quality company in the field of content providers, as for the services we have, you can see on this website*⁵⁹

PT. Triple One Global sendiri merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penyediaan jasa baik berupa *content provider* maupun layanan lainnya. Berdiri pada tahun 2011 di Indonesia dan juga singapura. Di Indonesia sendiri PT. Triple One Global lebih dikenal dengan perusahaan *content provider*, dan untuk PT. Triple One Global yang terdapat di Indonesia memiliki kantor yang beralamat di jalan Aren No. 29, RT 7/RW 3 Kel. Jati Pulo, Kec. Palmerah Tomang, Jakarta Barat, Indonesia.⁶⁰ Dengan sistem yang digunakan adalah kerjasama dengan provider dalam hal pemasaran konten dan juga pemilik sistem pemasaran konten kepada konsumen. Beberapa yang menjadi partner dari PT Triple One Global adalah Indosat, Telkomsel, Smartfren, XL, Three, dan yang menjadikiln adalah Agung Podomoro Grup, KFC, GRAB, BI, PSSI, Djarum dan masi banyak lagi perusahaan yang melakukan Kerjasama dengan PT. Triple One Global.

2. Visi dan Misi PT. Triple One Global

Visi dan misi adalah suatu komponen yang penting dalam menjalankan sebuah organisasi ataupun usaha, karena dua hal tersebut merupakan tujuan dan juga asas yang sangat fundamental untuk dimiliki oleh suatu perusahaan. Adapun visi dan misi yang dimiliki oleh PT. Triple One Global adalah sebagai berikut:

Visi PT. Triple One Global

Menjadi mitra pilihan untuk menyediakan konten terbaik (penyedia konten).
Kepuasan pengguna adalah tujuan utama kami.

Misi PT. Triple One Global

⁵⁹ Yusuf, *Sejarah Triple One Global*, www.Tripleoneglobal.com., Jakarta, 25 januari 2021

⁶⁰ Ibid., 1 januarai 2021

Menjadikan perusahaan yang mampu mengubah bisnis secara digital dengan berinovasi dan mengintegrasikan produk dan layanan teknologi komunikasi informasi terkini.

Memberikan tepat waktu, sesuai anggaran dan dengan standar kualitas tertinggi diindustri *content provider*.

Untuk memastikan kepuasan pelanggan terus tumbuh dan kemakmuran karyawan dan perusahaan dalam hal ini adalah PT. Triple One Global.⁶¹

3. Unit Bisnis PT. Triple One Global

Dalam oprasionalnya PT. Triple One Global ini memiliki unit atau layanan bisnis yang tersedia dan dapat menjadipilihan baik perusahaan swasta atau perusahaan yang berbasis pada naungan negara dan kementriannya untuk melakukan kerjasama bisnis, diantara unit tersebut adalah sebagai berikut:

a) *Content Provider*

Content provider menurut situs developer android adalah “*Content providers are the standard interface that connects data in one process with code running in another process,*⁶² atau dapat diartikan bahwasanya *content provider* adalah Pembuat konten, yang mana tugasnya membuat konten yang diinginkan baik dari pihak klin sebagai *partner* ataupun user sebagai pelanggan suatu provider, yang mana konten yang telah dibuat dijual dan diambil manfaatnya. Lebih singkatnya *content provider* ini adalah pembuat konten atau layanan yang berfariatif isi didalamnya, dan isi konten tersebut dapat disesuaikan dengan pesanan atau pun sudah dibuat dan sengaja dijual belikan kepada user.

b) Human Resources.

Dalam dunia ekonomi, kita ketahui bersama bahwasannya persaingan semakin ketat dan juga tantangan yang dihadapi tentunya semakin sulit. PT. Triple One Global memiliki penawaran menarik untuk bisa membantu

⁶¹ Yusuf, *visi misi PT. Triple One Global*, www.tripleoneglobal.com, Jakarta, 3 Januari 2021

⁶² Marisa, *Guide Topics Providers Content Providers*, www.developer.android.com, 25 Januari 2021

para pelaku usaha atau pelaku ekonomi mengembangkan usaha yang dimilikinya. PT. Triple One Global Indonesia bertujuan untuk memberikan solusi yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk bersaing dalam ekonomi digital, dimana seperti saat ini sangat diperlukan untuk mereview dan merevisi proses bisnis suatu perusahaan. Dalam menghadapi tantangan global, PT. Triple One Global siap membantu pelaku usaha atau pelaku ekonomi melakukan perubahan yang lebih baik lagi.

Sebagai kelompok perusahaan, Triple One Global Indonesia telah mendukung dan menyediakan solusi terdepan kelas dunia kepada pelanggannya. Memberikan solusi dan layanan yang membantu pelanggan mempercepat pertumbuhan bisnis mereka.

Adapun layanan yang terdapat pada Human Resolusion PT. Triple One Global adalah sebagai berikut:

- a) IT Professional Services
 - b) Managed services
 - c) Training dan Development Services
- c. Augmented Reality

Pengertian augmented reality menurut kementerian Pendidikan dan kebudayaan yang ditulis melalui web Kemdikbud.go.id adalah merupakan teknologi yang menggabungkan benda maya dua dimensi dan ataupun tiga dimensi ke dalam sebuah lingkungan nyata lalu memproyeksikan benda-benda maya tersebut secara realitas dalam waktu nyata. Realitas tertambah dapat diaplikasikan untuk semua indra, termasuk pendengaran, sentuhan, dan penciuman. Selain digunakan dalam bidang-bidang seperti kesehatan, militer, industri manufaktur maupun dunia pendidikan. Teknologi AR ini dapat menyisipkan suatu informasi tertentu ke dalam dunia maya dan menampilkannya didunia nyata dengan bantuan perlengkapan seperti webcam, komputer, HP Android, maupun kacamata khusus.

PT. Triple One Global memiliki layanan untuk memenuhi kebutuhan periklanan dan branding. Dengan wawasan tingkat dasar yang dimiliki, memungkinkan untuk menyediakan Augmented Reality, Virtual Reality, Interactive Software, dan layanan teknologi lainnya. Dengan layanan yang dapat melayani merek multinasional, usaha kecil dan menengah, dan perusahaan rintisan hingga instansi pemerintah.⁶³

4. Produk-Produk Layanan *Content Provider* di PT. Triple One Global

a) Triple One Global Loker (Lowongan kerjaan).

Layanan ini merupakan layanan unggulan yang dimiliki oleh PT. Triple One Global dalam mendapatkan keuntungan melalui beberapa sistem pemasaran yang disediakan oleh pihak provider untuk mendistribusikan konten yang dibuat. Menggunakan sistem SMS Premium sebagai sistem utama yang digunakan, proses mendapatkan konten lowongan kerja ini cukup mudah dan terbilang sangat cepat. Pelanggan cukup mengetik Reg Loker pada board chatt yang ada diaplikasi SMS lalu mengirimnya ke *short code* yang berlaku dimasing masing provider.

Contohnya :

Saat user ingin membeli lowongan kerja maka user cukup mengetik

REG LOKER kirim ke 9993 untuk pelanggan Indosat.

b) Triple One Global Penyedia Protokol Suara Internet

Triple One Global terhubung dengan PT TELINDO NUSANTARA yang telah memiliki Govn't Licence (ITKP) dan Koneksi Langsung dengan Provider di Indonesia. Layanan yang ditawarkan di TOG Penyediaan Protokol Suara Internet ini adalah informasi selain Lowongan kerjaan.

⁶³Yusuf, *Unit PT. Triple One Global*, www.Tripleoneglobal.com. Jakarta, 25 Januari 2021

Layanan ini memiliki system yang multimedia, dimana bukan hanya SMS sebagai media pemasarannya, tetapi menggunakan internet sebagai media pendukung utama dalam memperkenalkan konten yang dibuat oleh PT. Triple One Global.

Adapun layanan yang tersedia adalah layanan Triple One Global Penyedia Protokol Suara Internet meliputi informasi seputar berita Olahraga, konten ramalan Zodiac, informasi seputar dunia Model, informasi seputar entertainmen dan juga layanan RBT.

5. Jual Beli Konten di PT. Triple One Global Jakarta Barat

Jual beli konten merupakan jual beli yang menitik beratkan pada bentuk isi konten yang terteta pada ponsel, dan jika di kiaskan jual beli konten ini mirip dengan jual beli diamon pada game online, keduanya tidak dapat diserahkan secara wujud yang dapat di rabah, namun dapat dimanfaatkan dan dikuasai setelah melakukan registrasi atau membelinya, yang mana alat tukar yang digunakan berupa pulsa atau kuota yang dimiliki oleh user.

Bisnis *content provider* ini menjual informasi sebagai produk yang dijual belikan yang mana yang menjadi penjual disini adalah PT. Triple One Global sebagai pihak yang membuat konten, konten tersebut kemudian dibeli oleh user atau pelanggan seluler dengan menggunakan alat tukar berupa pulsa yang dimiliki oleh user.

Dalam bisnis konten ini PT. Triple One Global sebagai *content provider* berkerjasama dengan provider sebagai pihak yang membuat sistem pengiriman dan sekaligus sebagai pihak yang memiliki nomor dari user, sistem pengiriman konten disini meliputi SMS, UMB, WEB dan juga POP UP. Hubungan kerjasama antara *content provider* dengan provider jika disamakan dengan jual beli online lainnya memiliki kesamaan dengan jual beli yang terjadi pada *marketplace* yang berbasis online, dimana mereka membutuhkan jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang yang telah dipesan dan dibeli oleh konsumen, dari pihak ekspedisi menyediakan beraga jenis prodak atau sistem pengiriman yang nantinya di pilih oleh pihak

konsumen. Jual beli konten pada PT. Triple One Global pun mengahami persamaan dimana bentuk kerjasama dengan pihak provider dalam hal pengirimannya, dimana Setiap sistem pengiriman konten memiliki karakteristik yang berbeda beda. Adapun penjelasan mengenai sistem yang digunakan untuk mengirimkan konten adalah sebagai berikut:

a. SMS

Short Message Service disingkat SMS adalah sebuah layanan yang dilaksanakan dengan sebuah telepon genggam untuk mengirim atau menerima pesan-pesan pendek. Metode promosi SMS merupakan metode yang sering digunakan *content provider* dalam mempromosikan layanan konten yang dibuat. Pada umumnya SMS yang berisikan konten ini dikirim melalui *short code* atau kode kode yang dibuat oleh *content provider* atau pihak provider, dan setiap provider memiliki *short* kode yang berbeda antara satu dengan yang lainnya.

Seperti contoh dari *short* kode yang digunakan oleh provider telkomsel untuk layanan loker yaitu 9553, layanan ini dapat digunakan saat kita sudah melakukan registrasi dengan mengirimkan pesan singkat atau SMS yang berisi kata “reg loker” lalu dikirim melalui *short* kode yang sudah tersedia.

Untuk jual beli konten menggunakan sistem SMS terdapat dua jenis SMS. Adapun dua jenis SMS tersebut adalah sebagai berikut:

SMS Premium

SMS Premium merupakan pesan singkat yang berbayar, dimana saat kita ingin mengakses sesuatu baik konten yang berkaitan dengan lowongan kerja, modeling, hiburan, ataupun berita seputar pemerintahan yang mana didapatkan secara eksklusif, maka SMS premium merupakan sistem yang bisa memberikannya dengan melakukan registras melalui *short code* dan membayarnya disetiap konten yang diterima, proses pembayaran dalam jual beli konten melalui SMS premium menggunakan pulsa yang dipotong.

Menurut Agus saputra dan feni agustin mengartikan SMS Premium dengan layanan Short Code Number (SCN) yang memiliki tujuan untuk berbagai macam program. Program disini dapat berupa quiz, polling, dan lain lain.⁶⁴ Biasanya jenis layanan ini ditandai dengan adanya nomor tujuan yang memiliki nomor singkat seperti 97333 untuk three lowongan kerja luar negeri (Triloker Luar Negeri) atau 93433 untuk indosat lowongan kerja (Isloker) dan 93111 untuk layanan model untuk pengguna provider XL.

Untuk tidakan yang dilakukan dalam SMS Premiun disini dapat kita ketahui ada dua, yaitu sebagai berikut:

Pertama, SMS Pull merupakan layanan SMS Premium berbasis request, bersifat permintaan dari pihak kiln yang melakukan Kerjasama atau dapat dikatakan sebagai pihak penyelenggara acara, lalu data dikirimkan via SMS kepada user. Layanan yang biasa memakai model semacam ini merupakan layanan kuis, polling, ataupun *information on demand*. Sebagai salah satu contohnya adalah kuiz yang ada ditelevisi, dimana dalam prakteknya jika user mau mengikuti kuiz yang diselenggarakan oleh pihak penyelenggara maka user disini harus mengirim pesan sesuai anjuran yang dicantumkan oleh penyleenggara yang biasa tertera dilayer televisi dan secara otomatis atau berkala dapat mengikuti kuiz tersebut.

Kedua, SMS Push adalah layanan berbasis langganan dengan metode registrasi terlebih dulu. Umumnya layanan ini didahulukan dengan mengirim SMS yang bertuliskan kata "Registrasi atau Reg" dan disertrai dengan layanan apa yang ingin didapatkan. Berikutnya secara berkala penyelenggara konten akan mengirimkan SMS secara teratur ke user, dan apabila akan atau ingin mengahiri layanan content

tersebut, user hanya cukup mengirim SMS bertuliskan UNREG lalu dikirim ke *short code* yang tersedia.

Adapun mekanisme dari jual beli konten melalui sistem SMS ini dapat dikatehui dari table di bawah ini:

Description	Format Keyword	Reply Message	Charging	
			MO	MT
User/ Member Registration (93111)	MODEL	Anda akan berlangganan layanan MODEL dengan tarif Rp2200/sms, 3 sms/minggu, selama 60 hari. Balas YA jika ingin melanjutkan. CS: 02156963403	Rp.0,-	Rp.0,-
Confirmation	YA	Terima kasih Anda sudah berlangganan layanan MODEL dengan tarif Rp 2200/sms, 3sms/minggu selama 60 hari. Stop: MODELOFF. CS: 02156963403	Rp.0,-	Rp.0,-
PUSH 1 (service yang diterima)		Dengan balutan baju casual warna hitam, Sandra tampil mempesona divideo ini. Download videomu: url (tariff data berlaku) CS: 02156963403	Rp.0,-	Rp.2200,-

PUSH 2 (service yang diterima)		Menang dalam ajang cover majalah remaja, model ini kebanjiran job. Download videomu: url (tariff data berlaku) CS: 02156963403	Rp.0,-	Rp.2200,-
REMINDER H-1		Masa berlangganan layanan MODEL Anda akan berakhir besok. Tarif Rp 2200/sms, 3 sms/minggu selama 60 hari. Balas YA jika ingin berlangganan kembali. CS: 02156963403	Rp.0,-	Rp.0,-
Jika pelanggan tidak membalas YA, maka pelanggan akan ter-UNREG otomatis dari layanan ini				
	YA	Terima kasih Layanan MODEL Anda telah berhasil diperpanjang. Tarif Rp 2200/sms, 3 sms/ minggu selama 60 hari. Utk berhenti MODELOFF ke 93111 CS: 02156963403	Rp.0,-	Rp.0,-
Jika pelanggan tidak jawab konfirmasi perpanjangan ketika subscription sudah 180 hari		Kamu sudah berhenti dari layanan MODEL. Ada video baru dr Chacy, Ayo ketik MODEL ke 93111 ,Rp2200/sms, 3 sms/minggu slm 60hr atau * CS: 02156963403		

PUSH 1 (service yang diterima)		Tampil mempesona dlm Jakarta fashion week, model pendatang baru ini menarik perhatian designer ternama ibukota. Download videomu: url (tariff data berlaku) CS: 02156963403	Rp.0,-	Rp.2200,-
UNREG	MODELOFF	Terimakasih Anda telah berhenti layanan MODEL. SMS tidak akan dikirimkan lagi. CS: 02156963403	Rp.0,-	Rp.0,-
Error Keyword	MODEK	Maaf, keyword yang anda masukkan salah CS: 02156963403	Rp.0,-	Rp.0,-
Insufient Balance	MODEL	Maaf pulsa anda tidak mencukupi. Silahkan isi ulang terlebih dahulu dan silahkan coba lagi dengan ketik MODEL kirim ke 93111.CS: 02156963403	Rp.0,-	Rp.0,-
Re-Registration	MODEL	Maaf anda masih berlangganan layanan MODEL. CS: 02156963403	Rp.0,-	Rp.0,-
Renewal Tidak Cukup Pulsa		Pulsa tidak mencukupi untuk perpanjangan layanan MODEL. Isi ulang pulsa mu & permintaan layanan akan diproses kembali. Berhenti: MODELOFF ke 93111. CS: 02156963403		

Pull Service (93111)	MODELVID	Anda akan membeli content VIDEO MODEL seharga RP 2200/SMS. Balas dengan “Ya” ke 93111. CS: 02156963403	Rp.0,-	Rp.0,-
Confirmation (93111)	YA	Dengarkan kesan2 Riri dalam menekuni dunia model divideo ini Download videomu: url (tariff gprs berlaku) CS: 02156963403	Rp.0,-	Rp.3300,-
Insufient Balance	MODELVID	Maaf pulsa anda tidak mencukupi. Silahkan isi ulang terlebih dahulu dan silahkan coba lagi dengan ketik MODEL VIDEO kirim ke 93111 . CS : 02156963403	Rp.0,-	Rp.0,-

Tabel 3.1 Proses Jual Beli Konten dengan menggunakan sistem SMS Premium

SMS Blash/ Blasing

SMS Blasing dapat kita kenal dengan SMS yang memiliki sistem pengiriman pesan secara masal oleh pihak provider dan disetujui oleh pihak *content provider* yang membuat konten, lalu selanjutnya dikirimkan ke user. Berkaitan dengan pengiriman konten dengan menggunakan sistem SMS Blash ini pihak *content provider* memiliki klin yang telah membayar jasa dan sekaligus membeli konten yang di kirimkan secara masal itu kepada user. Bentuk kerjasama antar *content provider* dan klin di sini merupakan hubungan antar penjual dan pembeli, dimana konten yang dibuat sesuai dengan instruksi dari klin dan juga proses pengirimannya pun disesuaikan dengan

kehendak dari klin tersebut, Adapun contoh dari SMS Blash ini seperti berikut:



Gambar 3.1 bentuk SMS Blash

Dalam SMS Blash kali ini yang menjadi klin adalah TimeZone dan pihak Time Zone lah yang membayar sega beiaya yang harus dibayarkan.

Dalam pengirimannya, SMS Blasing ini memiliki radius atau jangkawan pengiriman yang mana apabila seseorang melintasi suatu tempat hiburan atau tempat yang memiliki kerjasama dengan PT. Triple One Global untuk memasarkan produknya atau menginformasikan sesuatu, maka secara kita inginkan atau tidak SMS tersebut akan diterima oleh pengguna seluler.

Sebagai contoh dari SMS Blash yang menggunakan radius adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2 SMS Blash yang menggunakan radius untuk menentukan kapan dikirim konten tersebut.

b. UMB Level 1

UMB (*Ussd Menu Browser*) UMB Tersebut bisa pula dimaksud suatu metode yang disediakan Provider, berfungsi untuk bertransaksi maupun memperoleh data yang bisa dimanfaatkan oleh Pelanggan setia provider tersebut.

Metode ini biasanya menggunakan simbol-simbol yang digunakan untuk mendapatkan informasi secara cepat, dan simbol yang digunakan biasanya diawali dengan * (tanda bintang) dan diakhiri dengan # (tanda pagar).

Contoh:

	Level 1	Level 2	Level 3	Level 4
*123*80#				
	1. kuliah pertanian			
	2. ular cobra	Status sekarang :kalo ketemu ular cobra jangan langsung dibunuh, kasi aja kerjaan, karena uler cobra banyak bisanya. 1 RBT Gratis lain	Hari manis, pasang RBT GRATIS 1 Mau 0 Kembali	

		2 info hadia 0 kembali		
	3. Datingnya cinta			
	4. Jadicinta			
	5. Berbuka sayang			
	6. Cari perhatian			
	7. Belajar			
	97 Next			
	86 quit			
Push 1		Kamu sudah langganan statusRBT &GRATIS ganti di*123*1819# atau telpon 1819 diperpanjang tanggal 01/03/2021 biaya sesuai pulsa. Berhenti ktk UNSUB ke 1819 Info: 817		
Push 2	Hari manis, pasang RBT GRATIS 1 Mau 0 Kembali	StatusRBT sdh GRATIS ganti jadibanyak bisanya. Buar RBT dengan suaramu telpon ke 1819 atau cari di*123*1819# ambil RBT ikatan cinta GRATIS di*123*555*10*11#		
UNSUB	Kenapa kok berhanti? Kamu ga bisa update status lewat			UNSUB ke 1819

	RBT lagi deh. Atau mau RBT GRATIS? Ambil aja di*123*184# yah			
STOP		Kamu sudah tidak berlangganan layanan statusRBT &GRATIS lagi Info:817		

Tabel 3.2 Sistem pengiriman Konten dengan UMB Level 1

c. Website/ WAP

Website merupakan sekumpulan halaman web yang saling berhubungan dan biasanya terletak pada media yang sama, berisikan kumpulan data yang disediakan secara perorangan, kelompok, ataupun organisasi.⁶⁵ Website umumnya ditempatkan paling tidak pada suatu server website yang bisa diakses lewat jaringan semacam Internet, maupun jaringan zona local (LAN) lewat alamat Internet yang dikenali dengan URL.

Contoh dari media promosi ini adalah saat kita sedang melakukan aktivitas diinternet, kemudian ada iklan yang tiba tiba muncul, secara diinginkan atau tidak terkadang kita membuka situs tersebut begitu saja tanpa kita sadari. Maka secara otomatis kita akan berlangganan konten tersebut.

d. Pop Up

Media promosi ini merupakan kelanjutan dari media promosi menggunakan websaite/ web. Setelah kita sering mendapatkan iklan saat kita melakukan aktivitas diinternet, maka selanjutnya media promosi Pop Up akan muncul dihalaman ponsel kita secara tiba-tiba. Tujuan dari media ini selain

⁶⁵Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Pengertina Situs dan Webset*, KBBI.Kemendikbud, Jakarta, 1 februari 2021.

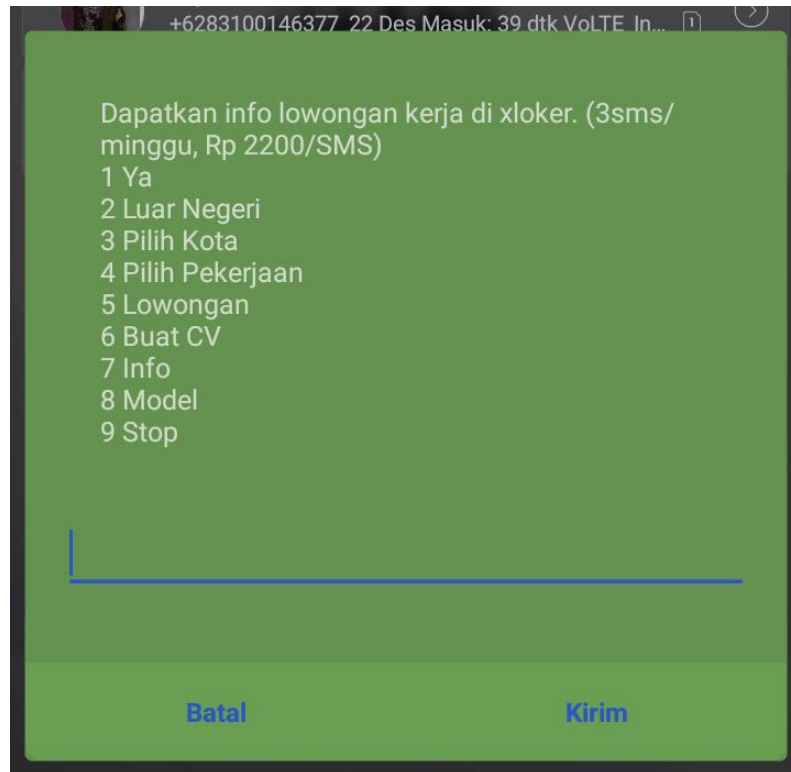
untuk promosi, juga dapat menyampaikan informasi seputar hiburan. Menurut pengakuan manager PT. Triple One Global Ibu Siti Syaroh mengatakan bahwasannya *Pop Up sendiri untuk sms biasa dengan sms premium berbeda. Jika sms Pop Up biasa: tanpa berbayar. Jenis Pop Up ini kita bisa setting dipengaturan HP. Jika sms popup premium: yang berbayar (istilahnya adalah autoreg). Untuk mekanisme atau teknis berjalannya sms popup premium tentu berbeda dengan sms popup biasa yang bisa kita setting.*

*Sms popup premium, menggunakan mesin, mesinnya bisa bermacam-macam, sesuai dengan kepunyaan perusahaan telkomunikasi. Untuk settingannya pasti ada. dimana settingan tsb menggiring user/konsumen agar begitu memencet notifikasi sms yg berupa Pop Up secara otomatis dia akan berlangganan.*⁶⁶

Tata cara pentarifan yang digunakan pada layanan ini terdapat 2 jenis, yaitu MO (Mobile Originating) serta MT (Mobile Terminating). MO berarti tarif secara otomatis langsung dikenakan begitu pelanggan mengirimkan SMS atau mengakses website. Sebaliknya pada MT, tarif akan dikenakan begitu pelanggan memperoleh kontennya ataupun begitu SMS balasannya diterima.

Sebagai contoh dari SMS Pop Up Mobile Originating adalah sebagai berikut:

⁶⁶ Siti Syaroh, *Wawancara*. Jakarta, 20 Februari 2021



Gambar 3.3 bentuk SMS Pop Up yang menggunakan model MO

Tentang pelaksanaan tarif serta berapa hasil yang didapatkan oleh *content provider* bergantung dari ketentuan serta kesepakatan yang disetujui dengan pihak operator. Namun yang jelas, untuk layanan SMS ini, operator akan menyisihkan ataupun menetapkan bayaran *bearer* saat sebelum jumlah yang disepakati ditetapkan. Sebagai contoh misalnya tarif layanannya sebesar Rp. 2000,-, yang akan didapatkan oleh *content provider* adalah Rp. 2000,- dikurang bayaran *bearer*(SMS) disesuaikan dengan syarat yang disepakati yaitu Rp. 350,- sisanya merupakan Rp. 1650,- lalu dibagi sesuai dengan perjanjian pembagian hasilnya. jika yang digunakan adalah kesepakatan fifty-fifty maka baik penyedia layanan ataupun operator akan memperoleh Rp. 825,- per SMS.

Jenis layanan SMS Premium memiliki masa aktif yang sudah tersistem dan sudah menjadiketentuan setiap perusahaan, untuk masa aktif yang lumrah

diterapkan disetiap *content provider* sendiri rata rata 3 bulan sejak masa pengaktifan layanan, dan jika tidak ada repon lanjut maka secara otomatis layanan akan non aktif.

Dari penjelasan diatas dapat tegaskan lagi bahwasannya akad yang terjadidalam bisnis konten ini adalah akad jual beli, karena terdapat harga atau tarif yang harus dibayar oleh pelanggan, dan barang atau benda yang menjadiobjek akad adalah isi pesan yang berupa info lowongan kerja atau model, menyesuaikan dengan konten yang dibuat oleh *content provider*.

6. Telekomunikasi

Sebagai salah satu mitra yang melakukan Kerjasama dengan *content provider*, telekomunikasi memiliki peran penting dalam proses jual beli konten, sebagai pemilik nomor dari user, telekomunikasi tentunya sangat mudah untuk bisa melakukan pengiriman konten melalui SMS ataupun media yang tersedia lainnya. Adapaun pengertian telekomunikasi sendiri dapat kita ketahui dalam Undang-Undang No. 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi, yang mana telekomunikasi sendiri memiliki pengertian sebagai berikut, yaitu: setiap pemancar, pengirim, dan atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara dan bunyi melalui system kawat, optik, radio atau sistem elektronik lainnya.⁶⁷

Dalam oprasionalnya yang dapat melakukan aktivitas telekomunikasi berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2019 adalah badan usaha milik negara, badan usaha milik daerah, badan usaha swasta, atau koperasi yang memperoleh Izin Penyelenggaraan Jaringan Telekomunikasi.⁶⁸

Adapun produk Telekomunikasi yang terdapat diIndonesia adalah sebagai berikut:

a. Telepon Analog (PSTN)

⁶⁷ Undang-undang No. 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi BAB 1 Pasal 1

⁶⁸ Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia Pasal 1 Nomor 13 Tahun 2019

- b. GSM
- c. GSM 3G/3,5G
- d. 4G LTE

Adapun provider yang ada diIndonesia adalah sebagai berikut:

- a. Telkomsel
- b. Indosat Ooredoo
- c. Smartfreen
- d. XL Axiata
- e. AXIS
- f. 3 Indonesia
- g. Hinet
- h. Net1 Indonesia

BAB IV

ANALISIS AKAD JUAL BELI KONTEN PADA BISNIN *CONTENT PROVIDER*

(Studi Kasus Di Pt. Triple One Global Jakarta Barat)

A. Analisis Implementasi Jual Beli Konten Pada Bisnis *Content Provider*

Telekomunikasi merupakan salah satu bidang jasa yang memiliki pengaruh besar terhadap kehidupan masyarakat. Selaku pengguna jasa layanan yang disediakan oleh operator, posisi masyarakat untuk tawar menawar menjadi lebih rendah, sebab operator sebagai pelaku usaha mempunyai kekuasaan penuh mengatur pasar dan kepedulian provider terhadap proteksi keamanan user/pelanggan pun sangat rendah. Kerugian-kerugian yang dirasakan user/pelanggan tersebut bisa mencuat akibat dari terdapatnya ikatan hukum perjanjian antara user/pelanggan dan produsen, yang mana tidak semua perjanjian disepakati oleh user/pelanggan, ataupun dari perbuatan provider tersebut mengakibatkan terdapatnya perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh produsen atau *content provider*.

Metode pemasaran konten yang dimiliki oleh Provider seperti SMS Premium, SMS Blash, UMB, WEB yang mana metode ini pun disepakati oleh PT. Triple One Global sebagai *content provider* dalam menjual konten yang dibuatnya, pada prakteknya memiliki beberapa permasalahan baik ketidaksesuaian layanan yang tertera dalam pesan yang dikirim ke masing-masing user atau pemotongan pulsa yang belum disepakati jumlah yang dipotongnya.

Dari 100 pengguna kartu provider yang memeluk agama Islam yang ada di Indonesia, ada 10 informan yang bersedia dimintai keterangan mengenai jual beli konten yang ada di PT. Triple One Global ini, dimana dari mereka merasa resah dengan jual beli konten yang terkadang tidak sesuai dengan keinginan atau yang telah diregistrasinya. Seperti contohnya kesaksian ibu Titin yang menginginkan konten model namun yang dikirimkannya malah informasi musik terbaru, ibu Titin pun sering dibuat resah dan kecewa, pasalnya pulsa yang dimiliki sudah terpotong namun konten yang diinginkan malah berbeda.

Akad Jual beli sendiri merupakan akad yang memiliki landasan hukum baik berdasarkan hukum fikih maupun hukum perlindungan konsumen. Di mana kedua landasan hukum itu sepakat untuk menegakkan hak dari para pihak yang melakukan akad jual beli, dan jika terjadi kecurangan atau manipulasi maka hukum jual beli yang berlaku adalah tidak sah.

Seperti halnya kasus yang dialami oleh user dari pelanggan salah satu provider yang mendapatkan pesan dari *short code* 99000 dan 96969 berupa informasi dirinya mendapatkan tambahan pulsa dan juga kuota, dimana pelanggan di ajak untuk membalas pesan untuk mendapatkan pulsa dan tambahan kuota. Lalu pada saat pelanggan sudah membalasnya dengan mengirimkan kode yang diberikan, pelanggan di sini tidak mendapatkan pulsa dan juga kuota yang dijanjikan dalam pesan yang berisi informasi telah mendapatkan pulsa dan kuota secara gratis, malah pelanggan mendapatkan pulsa yang di milikinya berkurang dan banyaknya pesan atau konten yang diterima berupa hal hal yang tidak di inginkan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bagian pertama ayat 3 mangatkana nahwasannya konsumen maupun produsen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasanya. Oleh karena itu jika di kaitkan denga kasus yang telah di sebutkan tadi sangat jelas bahwasannya pihak produsen tedak memenuhi hak dari konsumen yang berupa informasi yang benar, jujur dan tidak menyesatkan, jika hal itu terjadi maka pihak produsen telah melanggar Undang- Undang Perlindungan Konsumen.

Keadaan user/pelanggan yang memiliki keterbatasan dalam mengambil keputusan dan juga dalam perihal mendapatkan proteksi yang kurang adanya perhatian dari pihak produsen, sehingga perlu ditingkatkan hak- hak user/ pelanggan yang sudah semestinya dipenuhi. Selain itu kasus kasus yang berasal dari informasi-informasi atau konten yang menyesatkan pelanggan itu membuat kerugian dan keresahan, sebagai pihak yang sudah di potong pulsananya tentunya mengalami kerugian dan juga timbul rasa was-was yang dialami user, tetapi, perlu di ingat pula dalam memberikan proteksi terhadap user/ pelanggan tidak serta merta mematikan posisi pelakun usaha. Harus adanya keseimbangan antara dua belah pihak, sehingga anatara produsen dan user/

pelanggan tidak ada yang dirugikan.

Dalam menjalankan usahanya pelaku usaha memiliki tujuan, yang mana tujuan dari produksi sebenarnya adalah untuk memuaskan kebutuhan dari user/ pelanggan dengan nilai-nilai tertentu,⁶⁹ dengan begitu kepuasan yang di rasakan oleh user/ pelanggan akan tercapai. Oleh karenanya *content provider* selaku pembuat konten dan provider selaku pemilik sistem pengiriman harus memperhatikan kepuasan user/ pelanggan.

Kepuasan ini akan tercipta apabila terjadi interaksi sosial, dimana interaksi sosial memiliki dua syarat yaitu kontak dan juga komunikasi, kontak dan komunikasi terjadi tidak hanya dipengaruhi oleh tindakan yang dilakukan melainkan ada respons atau tanggapan yang dilakukan oleh seseorang dalam melakukan aktivitas hidupnya.⁷⁰ Oleh karenanya jika hanya satu pihak saja yang melakukan tindakan maka pendekatan secara sosial tidak dipenuhi oleh produsen.

Berdasarkan Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bagian pertama ayat 3 mangatkan bahwa nasnasnya konsumen maupun produsen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasanya. Oleh karena itu jika di kaitkan dengan kasus yang telah di sebutkan tadi sangat jelas bahwasannya pihak produsen tidak memenuhi hak dari konsumen yang berupa informasi atau konten yang benar, jujur dan tidak menyesatkan, jika hal itu terjadi maka pihak produsen telah melanggar Undang- Undang Perlindungan Konsumen.

Selain adanya informasi yang menyesatkan pelanggan seluler melalui SMS, ada beberapa metode atau sistem yang sering menimbulkan keresahan dikalangan pelanggan seluler terkait pemotongan pulsa, adanya sistem POP UP yang tidak disukai oleh masyarakat karena karakteristiknya yang tiba-tiba di beranda atau layar utama secara tiba-tiba, sehingga mengganggu mobilitas pengguna seluler dalam menggunakan telepon genggamnya, dan tak jarang beberapa provider memasang tarif pada sistem POP Up ini padahal jika di amati lagi, sistem ini tidak memenuhi syarat jual beli

⁶⁹ Didin Fatihudin, M. Anang Firmansyah *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, Tahun 2019), 210.

⁷⁰ Indraddin, irwan *strategi dan perubahan sosial* (Yogyakarta: Budi Utama, tahun 2016), 15.

karena tidak ada akad yang menunjukkan keduanya saling rela atau *antaradhin*.

Sebagai partner dari PT. Triple One Global, provider bertugas untuk mengirimkan konten dan sekaligus sebagai pihak pemilik sistem UMB, SMS, WAP dan POP UP. Berkaitan dengan pendistribusian konten menurut penuturan dari manager PT. Triple One Global ibu Siti Syaroh mengatakan bahwa ada beberapa sistem yang mereka (provider) gunakan yang tidak tercantum di perjanjian yang mereka sepakati, namun untuk masalah pengaduan masyarakat yang merasa dirugikan terhadap sistem pemotongan pulsa secara sepihak itu yang menghadapi pengaduan itu adalah pihak *content provider*. Dari sini mengapa penulis memberikan pernyataan bahwasannya bukan hanya user/ pelanggan yang harus diperhatikan proteksinya tapi *content provider* selaku penyedia konten pun harus diberikan keamanan.

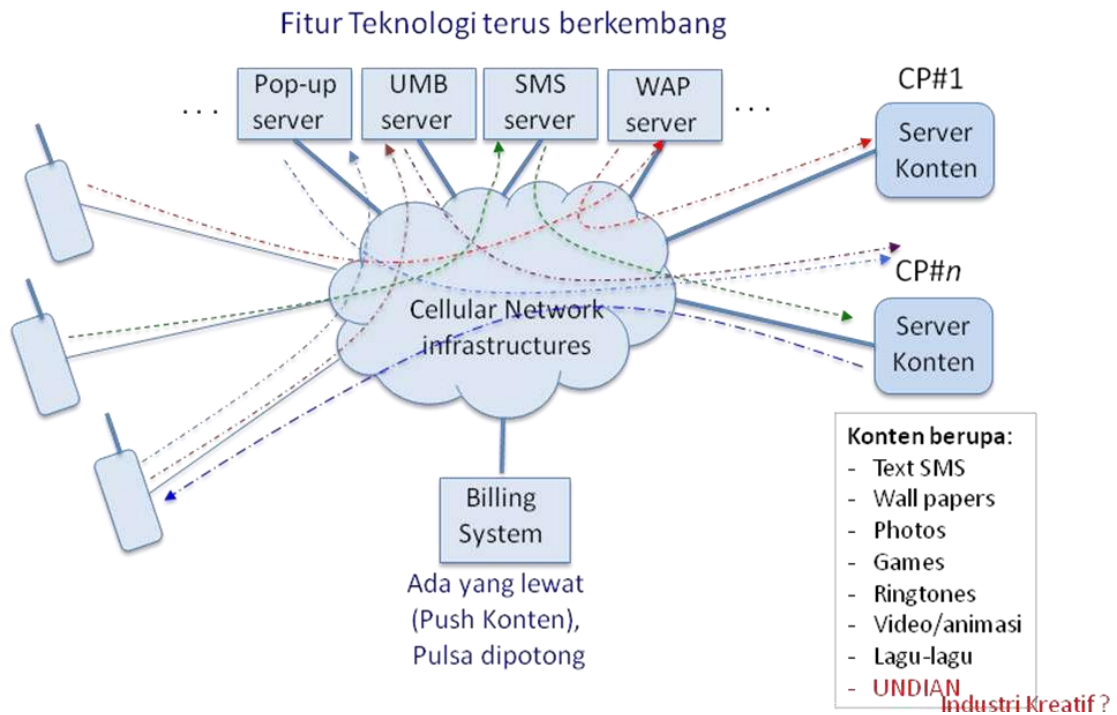
Peringatan mengenai larangan bisnis *content provider* yang merugikan masyarakat pada tahun 2011 pun sudah ditegaskan oleh kominfo bahwasannya bisnis konten ini sebenarnya sudah dengan tegas dilarang, dimana pada masa kepemimpinan bapak Tifatul Sembiring meminta untuk semua stakeholder telekomunikasi untuk memberi perhatian khusus terhadap penyedotan pulsa yang merugikan banyak pelanggan karena mengingat masalah ini merupakan masalah publik yang harus segera diselesaikan.⁷¹ Akan tetapi pada kenyataannya bisnis *content provider* dengan menggunakan sistem yang merugikan pihak user/ pelanggan ternyata masih eksis beroperasi.

Untuk informasi pengaduan penyedotan pulsa ini dapat diketahui melalui sosial media yang digunakan oleh masyarakat. Di era digital yang semakin maju ini bantuan dari pengaduan masyarakat yang biasanya melalui telepon atau SMS sekarang sudah beranjak menggunakan media sosial untuk mampu memaksimalkan power user/ pelanggan yang merasa dirugikan dengan adanya penyedotan pulsa ini, dan tentunya kita dengan mudah bisa mengetahui adanya pengaduan- pengaduan dari masyarakat melalui media sosial, seperti contohnya twitter, kaskus, Instagram dan masih banyak lagi.

Berdasarkan informasi yang didapatkan penulis melalui wawancara dengan

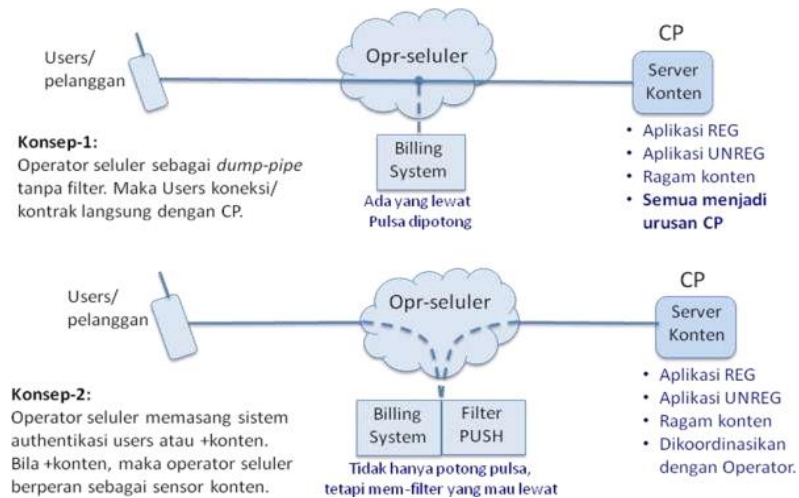
⁷¹ Sekertaris kominfo, *Fenomena Pemotongan Pulsa*, www.kominfo.go.id, Jakarta, 4 April 2021

pihak PT. Triple One Global, hubungan antara *content provide*, provider dan juga user/ pelanggan dapat dilihat di bawah ini:



Jadi pada gambar di atas dapat kita ketahui bersama bahwasanya provider dan juga *content provider* melakukan Kerjasama dalam bisnin konten ini, dengan produk yang masing masing pihak miliki. Sebagai pemilik sistem, provider menentukan metode pembayaran menggunakan pemotongan pulsa atau biasa disebut dengan billing system, dan jika mendapatkan kiln biasanya metode pembayaran dibebankan kepada kiln. *Content Provider* sebagai pihak yang menyediakan konten, dimana konten yang pasti di buat adalah konten yang tersedia dan dikenakan biaya setiap mendapatkan SMS, sedangkan konten tambahan bersifat fleksibel menyesuaikan pesanan dari kiln dan bebas biaya. Sebagai contohnya: apabila CP mendapatkan pesanan untuk membuat konten promo makanan untuk GRAB maka pihak CP membuat konten tersebut tanpa harus memungut biaya kepada user/ pelanggan, yang mana saat user/ pelanggan mendapatkan SMS tersebut user/ pelanggan tidak dikenakan biaya SMS, UMB, WAP dan POP UP. Namum jika konten yang di buat secara regular oleh *contet provider* maka user/ pelanggan harus melakukan registrasi terlebih dahulu, dan yang perlu diketahui Bersama bahwasanya sistem yang digunakan terjadi permainan sistem,

dimana baik dilakukan oleh pihak Provider maupun *content provider* yang mana memiliki pengalihan tanggungjawab orpasional. Adapun proses dari sistem konten regular ini dapat di lihat dibawa ini:



Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa ketika operator menggunakan konsep satu , operator hanya berfungsi sebagai penyedia jasa telekomunikasi yang mana tidak mengetahui mengenai konten apa yang ditawarkan oleh pihak konten provider, sehingga dalam hal ini pihak operator tidak dapat dipersalahkan secara langsung harus bertanggung jawab. Namun, jika yang digunakan adalah konsep kedua, dimana selain operator mengatur sistem pembayaran juga menerapkan sistem filter push, oleh karena itu apabila terjadi eror dan kesalahan dalam hal pemotongan pulsa maka operator ikut bertanggung jawab. Dan berkaitan dengan Sejauh apa pertanggungjawaban pihak operator dan sejauh apa tanggung jawab konten provider dilihat dari perjanjian kerjasama kedua belah pihak.berdasarkan penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa bisnin konten ini dilihat dari sudut pandang sosial terjadi kesenjangan sosial yang terjadi, karena tindakan yang lakukan tidak semuanya mendapat persetujuan dari pihak user/ pelanggan melalui respon tindakan yang seharusnya ada dalam transaksi jual beli yang sah.

B. Analisis Hukum Islam Terhadap Akad Jual Beli Konten Pada Bisnis *Content Provider* Di PT. Triple One Global Jakarta Barat

Sebagai landasan yang menjadi pedoman dasar manusia dalam menjalankan kehidupan sosial bernegara, hukum Islam memang menjadi pedoman yang baik, tak kecuali dalam hal jual beli, yang mana kegiatan jual beli ini berkaitan dengan kehidupan sosial bermasyarakat. Jual beli merupakan cabang dari fiqih muamalah yang mana erat kaitannya dengan peraturan dalam kehidupan bermasyarakat yang memiliki tujuan utamanya adalah untuk tercapainya kepentingan manusia.

Jual beli dapat di artikan dengan pertukaran harta dengan harta yang lain dengan sukarela (tanpa paksaan) atau perpindahan kepemilikan dengan ganti yang di setuju. ⁷² Menurut ulama syafi'iyah memberikan definisi jual beli sebagai berikut :

وَشَرَعًا عَقْدٌ يَتَضَمَّنُ مُقَابَلَةَ مَالٍ بِمَالٍ بِشَرْطِهِ الْآتِي لِاسْتِيفَا دَوِّ مِلْكٍ عَيْنٍ أَوْ مَنْفَعَةٍ مُؤَبَّدَةٍ

Artinya: *Jual beli menurut syara' adalah suatu aqad yang mengandung tukar menukar harta dengan harta dengan syarat yang akan diuraikan nanti untuk memperoleh kepemilikan atas benda atau manfaat untuk waktu selamanya.*⁷³

Menurut Hanabilah memberikan definisi jual beli sebagai berikut.

مَعْنَى الْبَيْعِ فِي الشَّرْعِ مَبَا دَلَّةُ مَالٍ بِمَالٍ أَوْ مَبَا دَلَّةُ مَنْفَعَةٍ مَبَا حَةٍ بِمَنْفَعَةٍ مَبَا حَةٍ
عَلَيَاتَاءٍ بِيَدِ غَيْرِ رَبِّهَا وَقَرْضٍ

Artinya: *Pengertian jual beli menurut syara' adalah tukar-menukar harta dengan harta tukar menukar manfaat yang mubah dengan manfaat yang mubah untuk waktu selamanya, bukan riba dan bukan hutang.*

Jual beli yang tidak terpenuhinya rukun dan syarat sah, maka jual beli tersebut dapat di kategorikan dengan jual beli yang tidak sah. Sebagaimana hadits yang di riwayatkan oleh sahabat Yazid, yaitu sebagai berikut:

⁷² Syaikh Sulaim Ahmadd Yahya Al-Faifi *Ringkasan Fikih Sunnah Said Sabiq* (Jakarta: Pustaka Al Kautsar, 2013), 757.

⁷³ *Ibid.*, 176.

حَدَّثَنَا يَزِيدُ حَدَّثَنَا الْمَسْعُودِيُّ عَنْ وَائِلِ أَبِي بَكْرٍ عَنْ عَبَّائَةَ بْنِ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعِ بْنِ حَدِيحٍ عَنْ جَدِّهِ رَافِعِ بْنِ حَدِيحٍ قَالَ قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ.⁷⁴

Telah menceritakan kepada kami Yazid telah menceritakan kepada kami Al Mas'udi dari Wa'il Abu Bakr dari Abayah bin Rifa'ah bin Rafi' bin Khadij dari kakeknya Rafi' bin Khadij dia berkata, "Dikatakan, "Wahai Rasulullah, mata pencaharian apakah yang paling baik?" beliau bersabda: "Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur." (Hadits no. 17198)

Hadis di atas dapat kita simpulkan bahwa dalam melakukan transaksi jual beli haruslah ditempu dengan jalan yang baik, jujur dan dapat di percaya, agar mampu mendapatkan berkah dan kenikmatan yang berlebih dari jual beli tersebut. Karena sebaik baiknya perbuatan adalah perbuatan yang di dasari ibadah dan dapat di terima segala upaya kita melakukannya oleh Allah, agar bukan hanya keuntungan dunia saja yang kita dapatkan namun keuntungan akhirat pun dapat kita raih.

Berkaitan dengan jual beli konten yang dilakukan oleh PT. Triple One Global yang dijadikan objek jual beli adalah isi dari konten yang dibuat, bukan databest yang dimiliki oleh PT. Triple One Global, karena jenis konten yang dijual belikan merupakan konten multimedia buka konten aplikasi, oleh karena itu harga yang dibebankan dalam setiap konten yang diterima pun tidak sampai melebihi nominal 2000 sampai 2500 per konten yang diakses. Kelayakan konten ini dijadikan sebagai objek jual beli pun mengacu pada definisi yang diutarakan oleh ulama syafi'i dan juga ulama hanafiah yang menyamakan benda dengan manfaat. Jika konten ini tidak bisa dibbilang benda, akan tetapi konten ini memiliki manfaat yang dapat digunakan dan juga dimiliki. *content provider* yang memiliki tugas membuat dan menerima pesanan pembuatan konten, baik berupa SMS Premium yang memasang tarif pada setiap SMS yang diterima oleh user atau pelanggan, maupun SMS

⁷⁴ Ahmad bin Muhammad bin Hanbal, *Musnad Al-Imam Ahmad Bin Hanbal*, Juz 13, (Mesir: Dar Al-Hadits, 1995), 322.

Blash yang tidak ada tarif yang dibebankan kepada user dalam setiap pengirimannya, karena jenis SMS ini memiliki Klin yang sudah membayar untuk konten yang dibuat oleh PT.

Triple One Global. PT. Triple One Global tidak sendiri dalam menjalankan bisnis konten ini, ada provider yang bekerja sama dengan PT. Triple One Global. Adapun Provider yang bekerjasama dengan PT. Triple One Global meliputi Telokmsel, Smartfreen, Tri, XL, Indosat. Provider juga memiliki produk yang ditawarkan kepada PT. Triple One Global. Produk yang dimiliki oleh provider adalah sistem pengiriman konten, yang mana sistem itu meliputi SMS, UMB, Web/ Wap, SMS Pop Up. Masing-masing sistem pengiriman memiliki karakteristik yang berbeda beda, yang mana untuk SMS dan UMB memiliki kemiripan proses pengaktifan konten yaitu menggunakan registrasi untuk user bisa menikmati konten yang disediakan.

Pada sistem SMS yang di gunakan oleh PT. Triple One Global untuk masalah memasarkan kontennya memiliki permasalahan yang di alami beberapa orang. permasalahan yang timbul dari sistem SMS untuk dapat menikmati layanan konten yang terjadi di masyarakat ini seperti contohnya yang terjadi pada salah satu user, yang mana user tersebut menginginkan konten yang berkaitan dengan dunia model dan dirinya telah mendaftarkan sesuai dengan prosedur yang ada, akan tetapi alih-alih yang di inginkan adalah konten yang berupa informasi seputar dunia model malah pihak *content provider* memberikan layanan konten lain yang bukan diharapkan oleh pihak user, padahal pihak user telah membayar, dengan memotong pulsa yang dimilikinya. Dengan demikian dapat di ketahui bahwa jual beli konten yang terjadi dalam kasus ini dapat di katakan dengan jual beli yang mengandung unsur *gharar* karena adanya spekulasi yang mengakibatkan kerugian dipihak user dan konten yang diharapkan pun tidak di berikan.

Untuk Web/ Wap menggunakan sistem pemanfaatan jaringan internet untuk mengenalkan dan menjaring user untuk berlangganan atau sekedar membuka situs yang di miliki oleh masing masing provider. Sistem Web/ Wap ini biasa sering kita temukan pada saat kita mengakses situs di internet yang mana sistem ini jika kita mengklik baik di sengaja atau tidak maka konten yang kita klik tersebut akan terus menerus muncul di branda HP kita, atau link Web tersedia menyertai SMS Blash maupun SMS Premium.

Berkaitan dengan sistem yang terakhir yang di tawarka oleh provider yaitu adalah sistem SMS Pop Up, yang mana karakteristik dari SMS ini muncul secara tiba tiba di beranda HP kita, padahal kita tidak mengakses apapun atau tidak meregistrasi apapun dan yang menjadi permasalahan adalah saat kita menerima SMS Pop Up ini secara otomatis pulsa yang kita miliki berkurang. Sebagai masyarakat awam banyak di antara kita yang menerima SMS Pop Up ini tidak mengetahui kebijakan SMS tersebut dan konten atau informasi yang diberikan pun tidak dibutuhkan. User disini tidak memiliki kesempatan untuk membatalkan atau menolak SMS tersebut, karena SMS PopUp sudah di atur secara otomatis oleh pihak provider, makah dapat dipastikan ada unsur ketidak relaan dari pihak user. Sebagaimaka hadis yang diriwayatkan oleh sahabat abbas, yaitu sebagai berikut:

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدِّمَشْقِيُّ حَدَّثَنَا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدِينِيِّ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ.⁷⁵

Telah menceritakan kepada kami Al Abbas bin Al Walid Ad Dimasyqi berkata, telah menceritakan kepada kami Marwan bin Muhammad berkata, telah menceritakan kepada kami Abdul Aziz bin Muhammad dari Dawud bin Shalih Al Madini dari Bapaknya berkata; aku mendengar Abu Sa'id ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Hanyasanya jual beli berlaku dengan saling ridla". (Hadits no. 2185)

Dari hadis di atas dapat kita ketahui, permasalahan *keridhan* dari akad jual beli sangat penting sekali untuk di perhatikan mengingat erat kaitannya dengan hak seseorang, oleh karenanya jika melihat prosedur jual beli konten dengan sistem SMS Pop Up ini tidak sah secara hukum, karena ada pihak yang tidak *ridha* pulsa yang di miliknya harus di potong secara sepihak. Minimnya pengetahuan pelanggan dalam hal yang berkaitan baik

⁷⁵ Abu Abdullah Muhammad bin Yazid Al-Qazwainy, *Sunan Ibnu Majah* (Riyadh: Dar Al-Hadharah Lil Nasyr wa Tauzi', 2015), 331.

waktu atau priode berlangganan dan juga nominal yang ditentukan pun tidak di jelaskan atau di informasikan terlebih dahulu, karena menginformasikan merupakan salah satu bentuk konfirmasi dan permintaan persetujuan kepada pihak pelanggan. Maka jika di lihat dari praktek yang ada di PT. Triple One Global berkaitan dengan bisnis *content provider*, sudah di pastikan ada pihak yang dirugikan.

Jika melihat dari kasus jual beli dengan sistem registrasi untuk mendapatkan konten model di atas dengan sistem POP Up dapat di katakana dengan jual beli yang mengandung *gharar*. jual beli *gharar* sendiri adalah setiap aktivitas jual beli yang mengandung unsur ketidakjelasan, spekulasi, atau perjudian.⁷⁶ Dalam macam- macam jenis jual beli yang di larang pun, jual beli *gharar* ini tidak di perbolehkan dengan alasan apapun.

Jika di lihat dari segi syarat sah barang yang di perjual belikan pun harus di ketahui harga dan juga kualitas dan kuantitasnya, SMS Pop Up sendiri secara prakteknya tidak diketahui manfaat secara jelas dan jumlah yang diterima user setiap priode atau minggunya pun tidak menentu seperti halnya SMS Premium pada umumnya yang sudah ada kepastian akan info jumlah konten yang di terima dan besaran harga yang harus di bayar melalui pemotongan pulsa. Dan SMS Premium secara push juga tak jarang banyak yang tidak sesuai dengan permintaan yang di harapkan isi dari konten nya.

Lalu berkaitan dengan akad atau *sighat* dalam sistem yang diterapkan oleh provider yang berupa SMS Pop Up ini dapat di pastikan tidak memenuhi syarat *sighat* jual beli yang sah, karena dalam hukum jual beli, *sighat* atau bentuk kesepakatan itu bisa berupa isyarat seperti akadnya mereka yang tidak bisa berbicara, bisa berupa tulisan yang mana sering kita ketahui saat berbelanja di swalayan atau supermarket yang mencantumkan harga dan informasi tambahan di rak yang tersedia, dan juga akad yang menggunakan lisan sebagaimana akad jual beli yang terjadi di pasar tradisional atau jual beli lainnya. Maka dapat diketahui bahwa SMS Pop Up ini tidak memenuhi syarat dari *sighat* akad jual beli, karena tidak ada isyarat, kata kata atau ucapan yang menandai bahwa baik penjual atau pembeli memiliki keridhoan dalam berakad jual beli.

⁷⁶ Syaikh Sulaiam Ahmadd Yahya Al-Faifi *Ringkasan Fikih Sunnah Said Sabiq* (Jakarta: Pustaka Al Kautsar, 2013), 762.

Melihat dasar-dasar yang telah di jelaskan di atas bahwa bisnis *content provider* dalam hal jual beli konten yang di lakukan oleh PT. Triple One Global yang bekerjasama dengan provider untuk memasarkan konten yang dibuat, melalui sistem SMS Pop Up, dimana sistem pemasaran konten melalui SMS Pop Up ini merupakan sistem tambahan yang digunakan untuk mendapatkan keuntungan diluar sistem yang disepakati dalam perjanjian kerjasama oleh PT. Triple One Global.

Selain sistem SMS Pop Up yang menjadi permasalahan dari jual beli konten pada bisnis *content provider* , untuk sistem yang lainnya seperti UMB dan WAP pun jika di amati lagi memiliki kesamaran atau kurang jelasnya seputar informasi baik konten yang di pasarkan melalui UMB level 1. Sebagai contohnya adalah proses registrasi menggunakan UMB level 1 , dari awal proses registrasi tidak di cantumkan bentuk nominal yang harus di bayar, padahal proses pembayaran merupakan hal yang sensitive dan fundamental yang harus terpenuhi oleh manusia yang lain yang sudah mendapatkan keuntungan.

Untuk mendapatkan keuntungan, dalam hukum islam tidak di benarkan menempu jalan yang *bathil*. Karena adanya ketidak jelasan bentuk akad yang di gunakan dalam jual beli konten yang melalui sistem SMS Pop Up ini, dan dampak dari adanya sistem ini pun adanya pulsa user yang harus terpotong, maka jelas permasalahan kerelaan dari user pun muncul dan harus adanya solusi yang bisa melindungi baik hak dari user atau pelanggan dalam bertelekomunikasi dan juga pihak perusahaan yang menyelenggarakan SMS Pop Up tersebut agar tidak melanggar hukum Islam, mengingat mayoritas dari masyarakat Indonesia yang muslim.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwasannya:

1. Pelaksanaan jual beli content pada bisnis *content provider* di PT. Triple One Global dengan sistem Pop UP. User/ pelanggan mendapatkan konten secara tiba tiba tanpa adanya pilihan untuk membatalkan konten tersebut namun pulsa yang di miliki oleh user harus di potong secara satu baik dari PT. triple One Global selaku pembuat konten ataupun pihak provider sebagai penyedia jasa layanan telekomunikasi. Dari sini user/ pelanggan merasa di rugihkan dengan adanya sistem Pop Up karena secara kemanfaatan konten yang diberikan user tidak mengetahuinya dan secara akad pun user tidak mendapatkan kebebasan untuk memilih apakah setuju atau tidak.
2. Dilihat dari segih hukum jual beli dalam islam, sistem Pop Up dan beberapa sistem lainnya yang terkait pun tidak memenuhi syarat sah dari jual beli. Karena terjadinya akad nyang tidak jelas, berdasarkan hadis yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah bahwasannya Rasulullah melarang adanya akad jual beli yang mengandung *gharar* dan spekulasi. Karena dalam jual beli konten ini pihak user dikelabui karena sistem yang dimiliki oleh provider dalam mengirimkan konten ini memiliki kemiripan antar konten yang bersifat gratis dan yang dikenakan biaya cukup susah dibedakan serta kurangnya informasi yang menjadikan user dengan jelas mengetahui bagaimana penggunaan konten ini sebenarnya berfungsi untuk apa.

B. Saran

Setelah penulis mengadakan penelitian mengenai tinjauan hukum islam terhadap akad jual beli konten pada bisnis *content provider* di PT. Triple One Global Jakarta Barat, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pelaku bisnis konten di indonesia sebaiknya lebih memperhatikan lagi sistem yang diterapkan baik di *content provider* maupun provider sebagai pihak yang menyediakan layanan jasa telekomunikasi agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan dengan adanya konten konten yang diterima oleh user atau pelanggan.
2. Mengingat penduduk Indonesia mayoritas merupakan pemeluk agama islam, maka sudah sepantasnya untuk para pelaku bisnis konten ini memperhatikan akad yang terjadi pada jual beli konten ini. Hal ini penting karena sebagai umat islam terpenuhinya rukun dan syarat sah jual beli merupakan hal yang mendasar dalam bertransaksi karena menyangkut tentang kehalalan bertransaksi dan bermuamalah.

C. Penutup

Alhamdulillah, berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan seluruh rangkayan aktivitas dalam rangkah menyusun skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari dengan sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, yangmana masi terdapat kelemahan dan juga kekurangan, baik yang berkaitan dengan materi maupun bahsa dalam menulis. Oleh karenanya segala saran, arahan dan kritik koreksif dari berbagai pihak sangat diharapkan oleh penulis.

Akhirya penulis hanya berharap mudah-mudahan skripsi yang sederhana dan juah dari kesempurnaan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca pada umumnya serta dapat dijadikan pelajaran dan perbandingan. Semoga mendapatkan keridhan dari Allah SWT. *Amiin ya rabbal'alamin.*

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Abu Abdullah Muhammad bin Yazid Al-Qazwainy, *Sunan Ibnu Majah*, Riyadh: Dar Al-Hadharah Lil Nasyr wa Tauzi', 2015.
- Agus Saputra, *Membangun System Aplikasi E-Commerce dan SMS*, Jakarta: Elex Komputindo, 2012.
- Ahmad bin Muhammad bin Hanbal, *Musnad Al-Imam Ahmad Bin Hanbal*, Juz 13, Mesir: Dar Al-Hadits, 1995.
- Ahmad Wardi Muslich, *Fikih Muamalah*, Jakarta: Amzah, 2010.
- Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2019.
- Andrian Dumitru Conduneanu, "Matching Content Providers And Interested Content Users" *Jurnal Of Patet Application Publication*, vol. 1 no. 5 US 2010/0306048 A, 1 Dec.2009.
- Annisa Imanda, "Perlakuan Pajak Pertambahan Nilai Pada Bisnis *Content Provider*", *Skripsi S1 Universitas Indonesia*, Depok: .2008.
- Ari Cahyo Nugroho, "Masyarakat Telematik Dan Informatika " *Jurnal of Bisnis*, Vol. 3, No. 1, 2012.
- Didin Fatihudin, M. Anang Firmansyah *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*, Yogyakarta: CV. Budi Utama, Tahun 2019.
- Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002.
- Harun, *Fiqh Muamalah*, Surakarta: Muhamadiya University Press, 2017.
- Ibnu Rusdy, *Terj. Bidayatul Al-Mujtahid Wa Nihayatul Muqtasid*, juz II, Semarang: Toha Putra 2011.

- Indraddin, Irwan, *strategi dan perubahan sosial*, Yogyakarta: Budi Utama, tahun 2016.
- Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi* Jakarta: Elex Media, 2012.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Pengertina Situs dan Webset*, KBBI.Kemendikbud, Jakarta, 1 februari 2021.
- Kasiram, *Metode Penelitian*, Malang: UIN Malang Press, 2008, 113.
- M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- M. Pudjihardjo, Nur Faizin Muhith, *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah*, Malang: UB Press, 2019.
- Mardalis, *Metode Penelitian; Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1999.
- Marisa, *Guide Topics Providers Content Providers*, www.developer.android.com, 25 Januari 2021
- Muhammad Jawad Mughniyah, *Fiqh Al-Imam Ja'far ash-Shadiq 'Ardh wa Istidlal* juz 3 dan 4, Jakarta: Penerbit Lentera, 2009.
- Nadrotuzzaman Husen, Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi, *Jurnal of Al-Iqtishad*: Vol. I, No. 1, Januari 2009.
- Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia Pasal 1 Nomor 13 Tahun 2019
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2019
- Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2004.
- Rahman Bagus Ramadhan, "Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Jasa Content Provider Sebagai konsumen Atas Promo Yang Dikeluarkan Oleh Pelaku Usaha

- Oleh Media Iklan di PT. Indonesia Satelit”, *skripsi S1 Universitas Djendral Soedirman*, Purwokerto: 2010.
- Robert Bohdan dan Steven J. Taylor, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif: Suatu Pendekatan Fenomologis Terhadap Ilmu-Ilmu sosial*, Surabaya: Usaha Offset Printing, 1992, 22.
- S. Margono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Saleh al-Fauzan, *Al-Mulakhkhasul Fiqhi*, Jakarta: Gema Insani, 2006.
- Sanapia Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial*, Jakarta: Raja Grafindo, 2005.
- Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah*, jilid 4, Jakarta: Pena PundiAksara, 2006.
- Sekertaris kominfo, *Fenomena Pemotongan Pulsa*, www.kominfo.go.id, Jakarta, 4 April 2021
- Siti Syaroh, *wawancara*, Jakarta, 1 september 2020.
- Siti Syaroh, *Wawancara*. Jakarta, 20 Februari 2021
- Sobirin “Jual Beli Dalam Pandangan Islam” *Jurnal of Bisnis*, vol.3, No. 2, Desember 2015.
- Sohari Sahrani, et al. *Fikih Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia:2011.
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* ,Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi, *Ringkasan Fiqh Sunnah Sayyid Sabiq* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2013.
- Suteki, Galang Taufani, *metodologi penelitian hukum*, Depok: Rajawali Press, 2018.
- Syaikh Sulaiam Ahmadd Yahya Al-Faifi *Ringkasan Fikih Sunnah Said Sabiq*, Jakarta: Pustaka Al Kautsar, 2013.
- Syekh Abdurrahmas as-Sa“di, et al. *Fiqih Jual Beli: Panduan Praktis Bisnis Syari’ah*, Jakarta: Senayan Publishing, 2008.
- Tim Penerjemah, *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 1990), RI, 1990.

Undang-undang No. 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi BAB 1 Pasal 1

Yusuf, *Sejarah Triple One Global*, www.Tripleoneglobal.com., Jakarta, 25 Januari
2021

Yusuf, *Unit PT. Triple One Global*, www.Tripleoneglobal.com. Jakarta, 25 Januari
2021

Yusuf, *visi misi PT. Triple One Global*, www.Tripleoneglobal.com, Jakarta, 3 Januari
2021

PANDUAN WAWANCARA

A. Kepada Pihak PT. Triple One Global

1. Dengan siapa saya berbicara?
2. Apa jabatan ibu dan bapak?
3. Umur bapak dan ibu berapa?
4. Agama ibu dan bapak apa?
5. Bapak dan ibu menjabat sebagai apa di PT. Tripe One Global?
6. Perusahaan ini bergerak dibidang apa saja?
7. Sejak kapan PT. Triple One Global beroperasi di Indonesia?
8. Bagaimana mekanisme yang terjadi pada bisnis *content provider* sebagai salah satu unit yang ada di PT. Triple One Global ?
9. Apa permasalahan mengenai konten dalam unit *content provider* ini banyak yang merasa resah sehingga ada bentuk pengeduan langsung kepada pihak PT. Triple One Global?
10. Bagaimana kita bisa melihat pengeduan secara umum, apakah ada media sosial yang dapat dijadikan sebagai sarana komplek masyarakat yang merasa dirugikan?
11. Sebenarnya bisnis ini legal atau ilegal? Apa peraturan atau hukum yang menerangkan tentang bisnis ini?

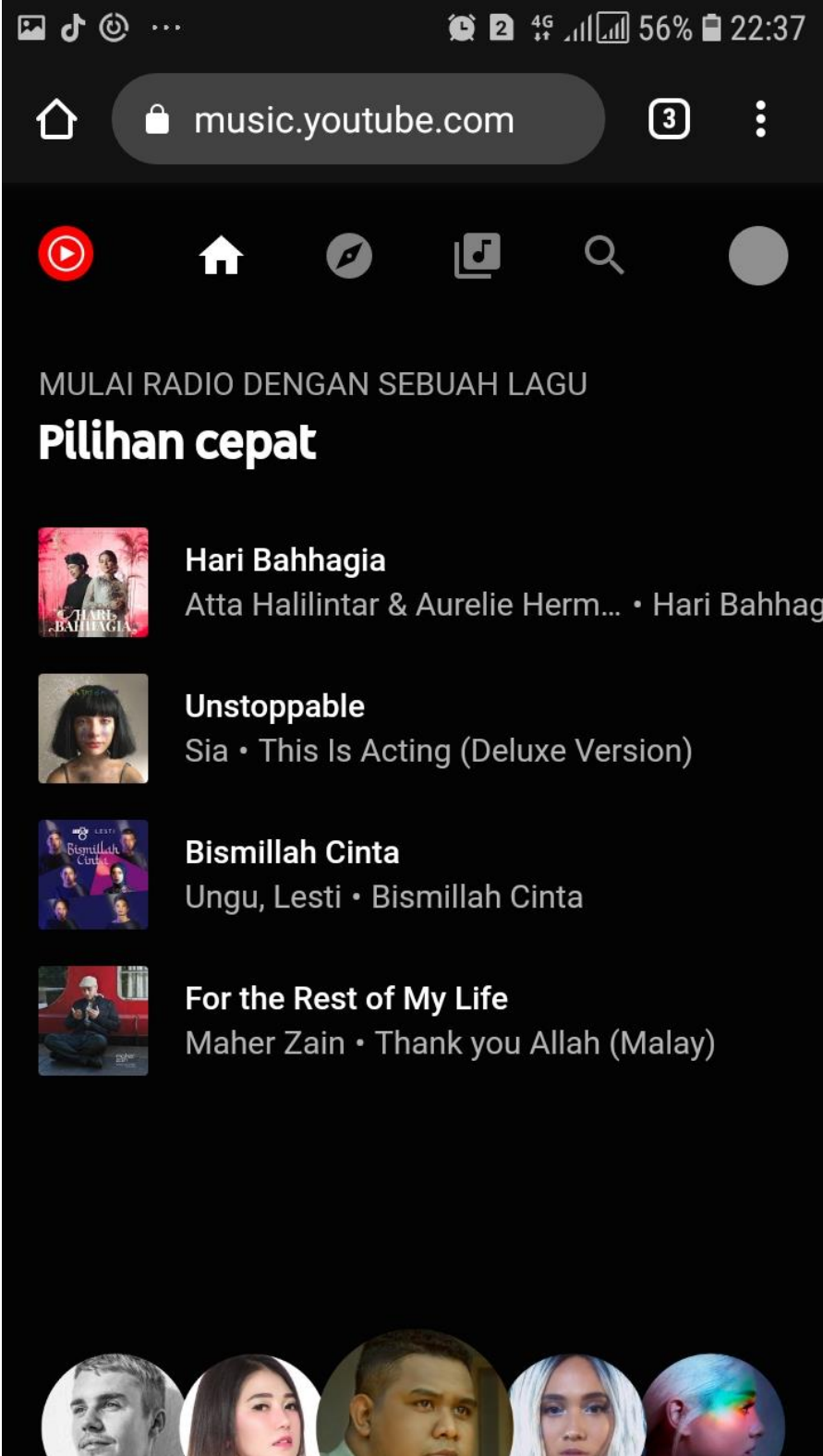
B. Pihak yang merasa dirugikan

1. Nama ibu/ bapak atau saudara/i siapa?
2. Asal ibu/ bapak atau saudara/i dari mana?
3. Sudah berapa lama berlangganan konten ?
4. Seberapa sering mendapatkan konten yang tidak sesuai dengan permintaan?
5. Bagaiaman tanggapan ibu/ bapak atau saudara/i mendapatkan konten yang tidak diinginkan tetapi tetap membayar melalui pulsa yang dipotong?

LAMPIRAN

No	Nama	Sebagai	Umur	Alamat	Agama
1	Bapak Dedy suryadi	Pemebeli konten	55	Jakarta Utara	Islam
2	Ibu Yuyun	Pemebeli konten	50	Semarang	Kristen
3	Ibu Titim	Pembeli konten	42	Indramayu	Islam
4	Lili Nur A.	Pihak yang mendapatkan Pop Up	21	Indramayu	Islam
5	Ira Yulantika	Pihak yang mendapatkan Pop Up	23	Brebes	Islam
6	M. Arif	Pembeli konten	22	Kediri	Islam
7	Muhamad fuadi	Pembeli konten	22	Yogyakarta	Islam
8	Ratna wijaya	Pihak yang mendapatkan Pop Up	22	Jakarta barat	Islam
9	Aryani wijastuti	Pembeli konten	23	Jakarta Barat	Islam
10	Salwa Dwi	Pihak yang mendapatkan Pop Up	23	Rembang	Islam
11	Lilis	Pihak yang mendapatkan Pop Up	21	Bekasi	Islam
12	Sinta	Pembeli konten	23	Grobogan	Islam
13	Yusuf	Pembeli konten	25	Pati	Islam





The screenshot shows the YouTube Music app interface. At the top, the status bar displays icons for home, music, power, and other system functions, along with the time 22:37, 56% battery, and 4G signal. Below the status bar is a browser-like address bar showing "music.youtube.com" with a home icon on the left and a tab indicator with the number "3" on the right. The main navigation bar contains icons for Home (a red play button), Library (a house icon), Explore (a compass icon), Playlists (a folder icon), Search (a magnifying glass icon), and a profile icon (a grey circle). Below the navigation bar, the text "MULAI RADIO DENGAN SEBUAH LAGU" is displayed. The main heading "Pilihan cepat" is followed by a list of song recommendations, each with a thumbnail image, the song title, and the artist/album information:

- Hari Bahagia**
Atta Halilintar & Aurelie Herm... • Hari Bahagia
- Unstoppable**
Sia • This Is Acting (Deluxe Version)
- Bismillah Cinta**
Ungu, Lesti • Bismillah Cinta
- For the Rest of My Life**
Maher Zain • Thank you Allah (Malay)

At the bottom of the screen, there is a horizontal row of five circular profile pictures of various artists.





TriLoker | Tri Indonesia

tri.co.id/TriLoker

Your mobile lifestyle provider

Promo bima+ Produk BonsTri Digital Perdana Online H3RO

3Care ID | EN

TRILOKER

Praktisnya cari kerja, cuma lewat SMS.

Daftar di *565# atau triloker.com

Info lengkap

Chat Triva

Type here to search

12:48 AM 4/13/2021

ISLOKER.COM

Login Lupa Password Daftar GRATIS Indonesia

Masuk

Temukan Pekerjaanmu

Posisi atau kata kunci

Lokasi lowongan

CARI

Daftar Gratis

3 LANGKAH MUDAH UNTUK MENDAPATKAN PEKERJAAN YANG ANDA CARI

HUBUNGI KAMI

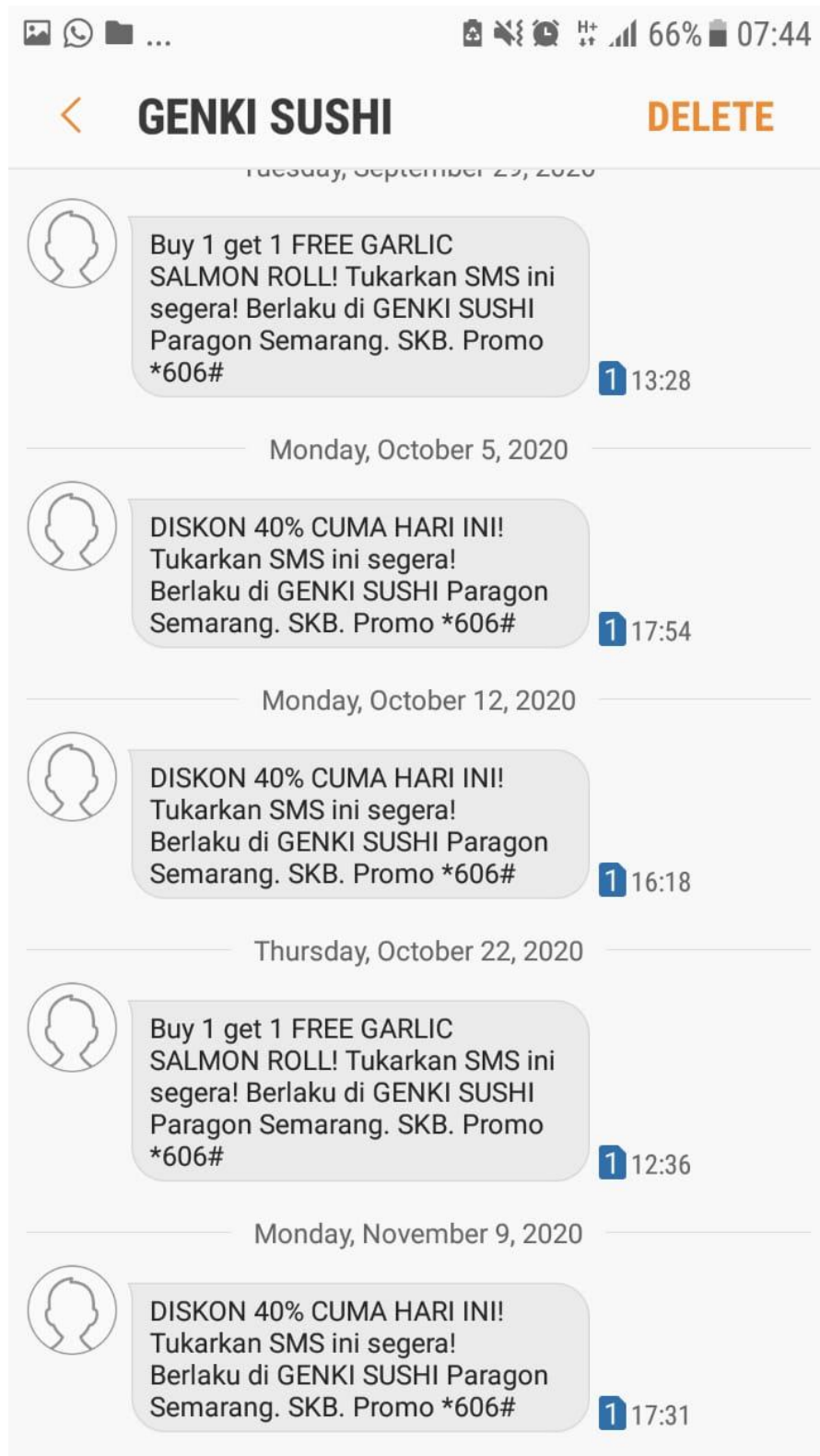
INFORMASI PRIBADI

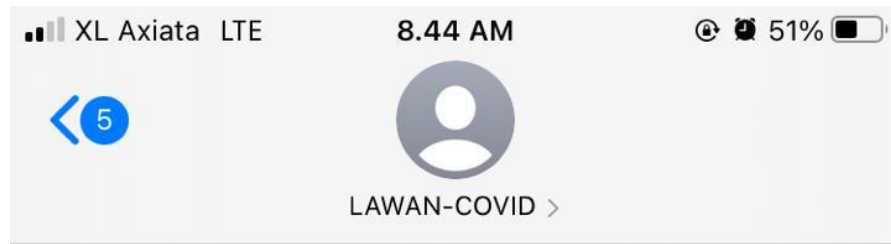
PEKERJAAN YANG DI INKANKAN

INFORMASI LOKER

Type here to search

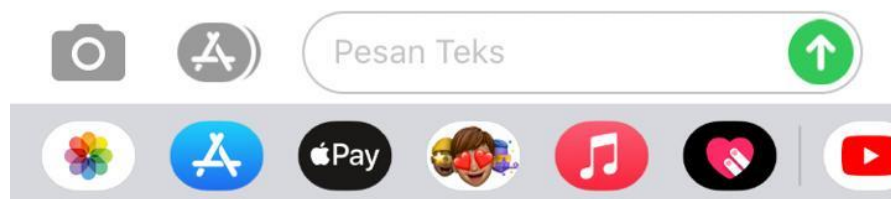
12:43 AM 4/13/2021





Pesan Teks
Sel, 29 Des 11.21 AM

Ruangan sempit, ramai dan tertutup
tingkatkan risiko penularan
COVID-19. Jika harus keluar rumah,
#PakaiMasker #JagaJarak
#CuciTanganPakaiSabun.
[covid19.go.id](https://www.covid19.go.id)



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nur Fajriyah
JenisKelamin : Perempuan
Agama : Islam
Tempat/Tgl. Lahir : Indramayu, 28 Desember 1999
Alamat : Ds. Segeran Kidul Blok. Tikungan
Rt.02/ Rw.01 Kec. Juntinyuat
Kab. Indramayu Jawa Barat
No. Telp/Hp : 088233264409
Ayah : Wahidin
Pekerjaan : Wiraswasta
Ibu : Waniah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Email : sayafajriyahnur@gmail.com

Pendidikan Formal

1. MI Mifatul Huda Indramayu : Lulus 2011
2. MTsN Arjawinangun Cirebon : Lulus 2014
3. SMA NU Juntinyuat Indramayu : Lulus 2017
4. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang Angkatan 2017

Pendidikan non-Formal

1. Pon-pes Dar Al- Tauhid Arjawinangun Cirebon 2011-2014