

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Allah menciptakan manusia dalam keadaan saling membutuhkan, maka Allah mengilhamkan kepada manusia agar mereka tukar-menukar barang dan keperluan dengan cara jual beli dan transaksi lain. Sehingga hidup dapat berjalan sebagaimana mestinya, dan mesin kehidupan dapat berjalan dengan baik dan berproduksi.<sup>1</sup>

Dalam Islam ada kebebasan bagi umatnya untuk berusaha dalam mencari segala karunia-Nya. Firman Allah SWT dalam QS.Al-Jumu'ah:10:

اِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْاَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ رِزْقِهَا وَذْكُرُوا اللّٰهَ كَثِيْرًا لَّعَلَّكُمْ تُرْحَمُوْنَ  
اِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْاَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ رِزْقِهَا وَذْكُرُوا اللّٰهَ كَثِيْرًا لَّعَلَّكُمْ تُرْحَمُوْنَ  
اِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْاَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ رِزْقِهَا وَذْكُرُوا اللّٰهَ كَثِيْرًا لَّعَلَّكُمْ تُرْحَمُوْنَ  
اِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْاَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ رِزْقِهَا وَذْكُرُوا اللّٰهَ كَثِيْرًا لَّعَلَّكُمْ تُرْحَمُوْنَ

*Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”(Q.S.Al-Jumu’ah: 10)<sup>2</sup>*

Berdasarkan ayat tersebut, jelaslah bahwa Allah SWT secara tegas telah memerintahkan manusia untuk berusaha guna kepentingan hidupnya dan manusia bebas

<sup>1</sup> Yusuf al-Qaradhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2004) h. 318

<sup>2</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT. Karya Toha Putera,1995) h. 933

memilih usaha apa saja dengan syarat tidak menyimpang dari ketentuan yang telah digariskan Allah SWT.

Sementara itu, dalam dunia ekonomi banyak sekali interaksi yang terjadi antara manusia dengan manusia lainnya berupa transaksi-transaksi yang biasa disebut dengan bisnis. Bagi para pebisnis muslim, untuk menerapkan prinsip-prinsip dan strategi-strategi yang telah dicontohkan Rasulullah SAW. jika ingin mendapatkan keuntungan dan keberkahan secara bersamaan. Namun tetap diperlukan kesungguhan, kedisiplinan dan keyakinan untuk terus mengaplikasikannya karena pasti akan banyak godaan dan tantangan.<sup>3</sup> Untuk menghadapi semua tantangan itu, maka diperlukan moral atau etika dalam berbisnis.

Sistem apapun yang dilakukan, jika tanpa moral bisnis yang baik, mustahil akan melahirkan etika bisnis yang baik pula. Dimensi moral menurut setiap pelaku bisnis mematuhi aturan yang ada. Namun, sering kali justru aturan main diciptakan untuk suatu kepentingan yang sempit.<sup>4</sup> Sehingga banyak pelaku bisnis yang akhirnya menggunakan jalan pintas seperti penipuan dan kebohongan hanya untuk mendapatkan keuntungan yang melimpah.

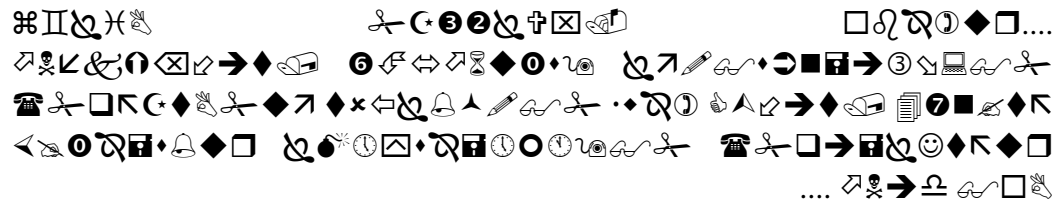
Konsep Islam dalam suatu transaksi atau bisnis adalah untuk kemaslahatan bersama dan tidak merugikan salah satu pihak. Namun dalam aktivitas ini, pihak yang sering dirugikan adalah pembeli atau konsumen.

Firman Allah dalam surah Al-Shadd ayat 24 :

---

<sup>3</sup> Didin Hafiduddin, Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah dalam Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2003) h. 57-58

<sup>4</sup> Redi Panuju, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000) h. 86



*Artinya: "...dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat dzalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini....".<sup>5</sup>*

Untuk zaman sekarang, media yang digunakan oleh pelaku usaha tidak hanya berupa promosi lisan atau tulisan-tulisan saja, namun sudah menyebar pada seluruh media komunikasi dan telekomunikasi yang tersedia seperti surat kabar, televisi, faxes, telepon dan internet.<sup>6</sup>

Penggunaan alat-alat promosi canggih tersebut bukan hanya memudahkan seseorang dalam melakukan bisnis, tetapi juga menimbulkan peluang-peluang baru dalam bentuk kejahatan, yang menuntut adanya perlindungan bagi para konsumen. Karena banyak dari pelaku bisnis yang kemudian memanfaatkan mental masyarakat awam yang sepertinya mayoritas ingin cepat kaya dengan cara instant, suka hal-hal yang gratisan, suka hal-hal yang berbau ramalan, primbon, atau hal-hal irrasional lainnya, sehingga para pelaku bisnis hanya dengan bermodalkan kepintaran memainkan kata-kata dengan mudahnya memanfaatkan logika pemikiran orang awam.

Maka jelaslah bahwa suatu bisnis yang dijalankan oleh seorang muslim haruslah sesuai dengan etika bisnis Islam dan Undang-Undang yang berlaku yang

---

<sup>5</sup> Departemen Agama RI, Op. Cit. h.735

<sup>6</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: AMP YKPN, 2004) h. 173

mengutamakan kemaslahatan bersama dengan berlandaskan kejujuran dan keadilan, sehingga tidak ada lagi pihak-pihak yang merasa dirugikan.

Sementara itu, kalau kita lihat salah satu bisnis yang lagi *booming* sekarang ini, yaitu bisnis layanan jasa iklan niaga yang menggunakan media televisi dalam mempromosikan produknya dengan menggunakan kata REG dan sejenisnya. namun terdapat banyak penyimpangan dalam bisnis tersebut. Sebagai ilustrasi, si A adalah seorang ibu rumah tangga yang sangat mengidolakan raja dangdut Rhoma Irama. Suatu saat A menonton televisi dan menyaksikan sebuah iklan yang sangat menarik perhatian A. dalam iklan tersebut menyebutkan bahwa: "Anda ingin ringtone dari Rhoma Irama?? Ketik REG <spasi> RHOMA kirim ke 7988, Gratiiiiissss...." Melihat iklan tersebut A segera mengambil handphonenya dan mengetik REG <spasi> RHOMA dan mengirim SMS itu ke 7988, sesuai perintah dalam iklan tersebut. Tidak beberapa lama A mendapat SMS balasan dari 7988 yang berisi kata-kata yang tidak dimengerti oleh A dan kode-kode yang tidak jelas. Lalu A mencek pulsanya, ternyata pulsanya berkurang Rp.2000, sementara Ringtone yang diharapkan A tidak juga didapatkannya. Bahkan berselang beberapa jam kemudian A kembali menerima SMS serupa dari 7988 dan kembali mengurangi pulsanya sebanyak Rp.2000, padahal dalam iklannya ringtone tersebut gratis, A merasa sangat dirugikan sekali oleh iklan tersebut, karena selain merasa ditipu, SMS dari 7988 tersebut diterimanya tiap hari yang otomatis menghabiskan pulsa A, sementara ringtone yang diharapkan, tidak didapatkannya. Entah apa yang dimaksud gratis dalam iklan itu, semua tanpa informasi yang jelas sehingga akhirnya masyarakatlah yang dirugikan.

Dari uraian kasus tersebut, nampaklah adanya penyimpangan dari iklan tersebut yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam dan Undang-Undang yang berlaku yang seharusnya memberikan informasi yang jelas dan kepastian produk yang ditawarkan. Bahkan hingga saat ini banyak sekali masyarakat khususnya di kota Banjarmasin yang mengeluh karena merasa dirugikan oleh iklan tersebut.

Beranjak dari latar belakang masalah tersebut, maka penulis merasa perlu meneliti lebih jauh mengenai permasalahan tersebut yang akhirnya dituangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah yang berbentuk skripsi yang berjudul **“Bisnis Layanan Jasa Iklan Niaga Melalui Media Televisi dan Permasalahannya di Kota Banjarmasin”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis membuat suatu rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana gambaran bisnis layanan jasa iklan niaga melalui media televisi dan permasalahannya di kota Banjarmasin?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam dan hukum positif terhadap bisnis layanan jasa iklan niaga melalui media televisi dan permasalahannya di kota Banjarmasin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji mendalam mengenai:

1. Gambaran bisnis layanan jasa iklan niaga melalui media Televisi dan permasalahannya di kota Banjarmasin.
2. Tinjauan hukum Islam dan hukum positif terhadap bisnis layanan jasa iklan niaga melalui media televisi dan permasalahannya di kota Banjarmasin.

#### **D. Signifikasi Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk:

1. Sumbangan pemikiran dalam rangka memperkaya khazanah pengembangan dan penalaran pengetahuan bidang hukum bagi perpustakaan IAIN Antasari pada umumnya dan Fakultas Syariah khususnya.
2. Bahan informasi bagi mereka yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut pada permasalahan yang sama dari sudut pandang yang berbeda.
3. Bahan wawasan ilmu pengetahuan, bukan hanya untuk para mahasiswa akan tetapi masyarakat umum pun bisa membacanya.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk memberikan kejelasan tentang masalah yang diteliti maka penulis memberikan kejelasan dalam bentuk definisi operasional berikut ini:

1. Bisnis adalah usaha dagang, usaha komersial didunia perdagangan.<sup>7</sup> Bisnis dalam penelitian ini adalah suatu transaksi yang dilakukan oleh para pelaku usaha melalui iklan di televisi dengan masyarakat yang menyaksikan dan terlibat langsung dalam transaksi iklan tersebut.
2. Layanan Jasa adalah cara melayani atau perbuatan yang memberikan apa-apa yang diperlukan orang lain, pelayan, servis, aktivitas, kemudahan, manfaat.<sup>8</sup> Layanan Jasa dalam penelitian ini adalah sesuatu yang seharusnya didapatkan oleh konsumen setelah melakukan transaksi melalui iklan di televisi.
3. Iklan Niaga adalah siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan.<sup>9</sup> Iklan niaga dalam penelitian ini difokuskan pada iklan yang menggunakan kata REG dan sejenisnya dalam mempromosikan produknya.
4. Media Televisi adalah alat atau sarana untuk menyebarluaskan informasi; penyiaran pertunjukan dengan alat penerima, pertunjukan tadi diwujudkan sebagai gambar hidup.<sup>10</sup> Media televisi dalam penelitian ini adalah sarana

---

<sup>7</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, ed 3, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), h. 165

<sup>8</sup> Ibid, h. 504 dan 352

<sup>9</sup> Undang-undang Penyiaran Republik Indonesia

<sup>10</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Op. Cit. h. 756 dan 1234

yang digunakan para pelaku bisnis dalam mempromosikan layanan jasa iklan niaga tersebut.

## **F. Kajian Pustaka**

Berdasarkan penelaahan penelitian-penelitian terdahulu penulis menemukan penelitian yang berkaitan dengan masalah yang akan penulis teliti, yaitu: skripsi Muhammad Sauki Asrari, NIM : 0101144445 dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Televisi dan permasalahannya di Kecamatan Banjarbaru utara kota Banjarbaru”, yang membahas tentang strategi pemasaran produk melalui media televisi yang banyak merugikan masyarakat khususnya di Kec.Banjarbaru Utara kota Banjarbaru. Strategi pemasarannya berupa iklan di televisi dengan kata-kata yang berlebihan dan tidak terbukti kebenarannya. Iklan yang dibahas oleh saudara Sauki ini lebih menitikberatkan pada produk yang berwujud nyata dan tersedia di pasaran. Dia menganalisis beberapa kasus yang ditelitinya tersebut dengan berdasarkan tinjauan hukum Islam. Ada 4 kategori yang dibahas dalam penelitian saudara Sauki ini, yaitu:

1. Isi pesan tidak semuanya benar / mengecoh masyarakat.
2. Isi pesan tidak terbukti benar.
3. Produk yang ditawarkan dalam iklan menimbulkan kerugian bagi pengguna produk.
4. Isi iklan meresahkan masyarakat.

Sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan membahas tentang iklan melalui media televisi yang juga merugikan masyarakat, namun iklan yang dibahas



dikhususkan pada iklan yang menggunakan kata REG dan sejenisnya yang banyak merugikan masyarakat khususnya di kota Banjarmasin. Transaksi yang terjadi dengan adanya iklan ini melibatkan salah satu alat komunikasi elektronik yaitu handphone, karena pembayaran yang terjadi dalam transaksi ini menggunakan pulsa dari handphone para konsumen. Iklan tersebut dianggap sangat merugikan masyarakat karena ketidakjelasan informasi dan ketidaksesuaian antara produk yang iklankan dengan apa yang didapatkan oleh konsumen. Sementara itu, tinjauan hukum yang penulis teliti adalah berdasarkan tinjauan hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999.

### **G. Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Pada bab I yang merupakan pendahuluan, dibagi menjadi beberapa sub bab, yakni meliputi latar belakang masalah yang menguraikan gambaran permasalahan sehingga penelitian ini layak untuk dilakukan, rumusan masalah berisi rumusan dalam bentuk pertanyaan yang akan dijawab dalam hasil penelitian, tujuan penelitian merupakan arah yang ingin dicapai dari penelitian, signifikansi penelitian merupakan manfaat yang diinginkan dari hasil penelitian, definisi operasional sebagai pembatasan istilah agar tidak terjadi banyak pengertian, kajian pustaka merupakan bahan perbandingan hasil penelitian ilmiah mahasiswa sehingga tidak terjadi kesamaan dalam

menentukan masalah yang akan diteliti dan sistematika penulisan sebagai kerangka acuan penulisan skripsi ini.

Sementara itu, pada bab II berisi tentang landasan teori dari penelitian yang penulis lakukan. Bab ini meliputi pengertian bisnis dan arti penting etika dalam bisnis, nilai dasar dan prinsip umum etika bisnis islam, perlindungan konsumen dalam bisnis, serta iklan dan dimensi etisnya.

Dalam bab III penulis paparkan mengenai metode penelitian yang akan penulis gunakan, tercakup didalamnya jenis, sifat dan lokasi penelitian, selanjutnya apa dan siapa subjek dan objek penelitian, dijelaskan pula data yang digali dan sumbernya, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data serta tahapan dalam penelitian yang penulis lakukan.

Dalam bab IV penulis mengemukakan laporan hasil penelitian, yang meliputi gambaran umum tentang bisnis layanan jasa iklan niaga tersebut, deskripsi kasus perkasus, rekapitulasi kasus dalam bentuk matriks serta analisis hasil penelitian berdasarkan tinjauan hukum islam dan undang-undang perlindungan konsumen no. 8 tahun 1999.

Pada bab terakhir yaitu bab V yang merupakan bagian penutup, penulis mengemukakan beberapa rumusan simpulan dan saran.