

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Tentang Bisnis Layanan Jasa Iklan Niaga Melalui Media Televisi

Bisnis layanan jasa iklan niaga atau yang lebih dikenal masyarakat dengan sebutan layanan SMS REG merupakan suatu bisnis yang metode dasarnya adalah SMS GATEWAY. Terdiri dari seperangkat komputer dan handphone. Pihak penyedia layanan ini biasanya sudah bekerjasama dengan provider (seperti: Telkomsel, Indosat, dsb). Perjanjiannya, setiap mereka mengirim sms kepada pelanggan, mereka tidak dikenai biaya pulsa dan yang dikenai biaya adalah pelanggan. Itulah yang menyebabkan pulsa kita berkurang setiap kali kita menerima sms dari layanan ini. Misalnya setiap sms yang diterima dikenai biaya Rp.1000,- maka untuk 100 orang pelanggan saja mereka sudah mendapatkan Rp.100.000,-. Misalnya mereka berbagi pendapatan sebesar 50% : 50%, maka untuk 100 pelanggan mereka masing-masing mendapatkan Rp.50.000,- setiap harinya. Itu untuk 100 pelanggan, tapi apa mungkin se-Indonesia hanya 100 pelanggan? Misalnya ada sekitar 10000 pelanggan, maka mereka mendapatkan Rp.5.000.000,- per hari. Jika dikalikan sebulan, pendapatan mereka bisa mencapai Rp.150.000.000,-. Mungkin ini yang menyebabkan terjadinya kesulitan saat UNREG, karena mereka tidak mau kehilangan pelanggan.¹

¹ <http://www.bangpulsa.com/sms-reg-sms-gateway/>

Untuk menggunakan layanan ini, kita harus memiliki short number yang biasanya terdiri dari 4 digit atau dikenal juga dengan sebutan Abbreviated Dialling Number (ADN). Secara umum, tipe layanan berbasis SMS ini dikelompokkan menjadi dua yaitu:²

1. SMS PULL, adalah layanan SMS berbasis request, jadi hanya ketika diminta maka informasi via SMS tersebut akan dikirim ke pengguna ponsel. Layanan yang biasa menggunakan model ini seperti ini adalah kuis, polling, atau information on demand (permintaan info tertentu). Contohnya polling untuk acara KDI, Indonesian Idol, IMB, atau Big Brother.
2. SMS PUSH, adalah layanan berbasis langganan dengan cara pendaftaran terlebih dahulu. Biasanya layanan ini di dahulukan dengan kata 'REG'. Selanjutnya penyelenggara konten akan mengirimkan SMS secara rutin ke pelanggan tersebut. Dan baru akan berhenti ketika pelanggan mengirim permohonan yang biasanya diawali dengan kata "UNREG". Tipe kedua ini yang sering bermasalah disaat kita UNREG, karena sering gagal dan terpaksa ganti nomor untuk stop berlangganan. Contohnya berlangganan ramalan zodiak, cerita humor, atau kata-kata bijak.

Secara garis besar ada 3 pihak yang terlibat dalam bisnis SMS ini. Yang pertama adalah operator seluler (baik GSM maupun CDMA). Yang kedua adalah para pelanggan operator seluler tersebut. Yang ketiga adalah penyedia layanan, yang lebih dikenal

² http://id.wikipedia.org/wiki/SMS_premium

sebagai Content Provider (CP). Operator sendiri dapat bertindak sebagai CP, namun biasanya bagian ini melibatkan pihak ketiga.

Proses kerjanya, pelanggan akan mengirimkan SMS ke sebuah nomor khusus berupa shortnumber. SMS tersebut kemudian akan diterima oleh SMS Center si operator. Selanjutnya oleh operator, SMS tersebut akan diteruskan ke CP. Data SMS ini yang diolah untuk penilaian. Untuk SMS yang membutuhkan balasan, prosesnya sama dengan di atas. Namun setelah data diterima CP, selanjutnya CP mengolah data SMS tersebut dan hasilnya akan dikembalikan ke operator. Operator kemudian akan meneruskan hasil proses CP tersebut menjadi SMS balasan bagi si pelanggan.³

Metode pentarifan yang digunakan pada layanan ini ada dua yakni MO (Mobile Originating) dan MT (Mobile Terminating). MO berarti tarif akan langsung dikenakan begitu pelanggan mengirimkan SMS. Sedangkan pada MT, tarif akan dikenakan begitu pelanggan mendapatkan kontennya atau begitu SMS balasannya diterima.

Tentang penerapan tarif dan berapa hasil yang didapat oleh content providernya tergantung dari ketentuan dan kesepakatan dengan pihak operator. Tetapi yang jelas, untuk layanan SMS ini, operator akan menyisihkan atau menetapkan biaya bearer sebelum jumlah bagi hasil ditentukan. Misalnya tarif layanannya adalah Rp. 2000,- yang akan didapatkan oleh content provider adalah Rp.2000,- dikurang biaya bearer (SMS) sesuai ketentuan yaitu Rp.350,- sisanya adalah Rp.1650,- lalu dibagi sesuai dengan porsi

³ <http://www.suarakelana.com/2010/10/10/bisnis-sms-premium/>

bagi hasilnya. Jika aturannya adalah fifty-fifty maka baik penyedia layanan maupun operator akan mendapatkan Rp.825,- per SMS.

Berdasarkan pengamatan penulis terhadap perkembangan bisnis layanan jasa iklan niaga atau layanan sms REG ini, dari pihak penyedia layanan telah membuat berbagai macam metode-metode baru dalam mempromosikan layanan-layanan yang ditawarkan misalnya selain dengan iklan-iklan di televisi yang menggunakan kata REG dengan iming-iming hadiah GRATIS, sekarang ada juga yang tidak menggunakan kata REG lagi melainkan menggunakan kode * (bintang) dan # (pagar), misalnya ketik *123*45#, bahkan ada juga yang menggunakan iklan interaktif dengan menggandeng seorang model cantik. Mungkin ini dilakukan oleh penyedia layanan karena mereka tahu bahwa masyarakat sekarang sudah mulai phobia dengan kata-kata “REG”.

Selain itu, penulis juga menemukan cara lain yang digunakan oleh penyedia layanan yaitu dengan cara mengirim langsung iklannya ke Handphone konsumen dengan berupa sms yang berasal dari salah satu short number. Bahkan sekarang ada juga dari salah satu provider yang menggunakan cara yang cukup unik yaitu dengan mengirim iklan tersebut pada layanan cek pulsa, jadi setiap konsumen melakukan cek pulsa, selalu dibarengi dengan iklan sms REG yang menawarkan berbagai macam hadiah, yang selalu berubah-ubah setiap harinya. Contohnya pada saat cek pulsa akan muncul tulisan seperti ini; “Sisa pulsa anda Rp.4470. Aktif s/d 24/06/2011. Konten gratis. Hub *567*89# raih pulsa 50 ribu untuk hari ini. 2rb/sms”. Bahkan disinyalir beberapa iklan REG yang menawarkan beraneka macam hadiah ini, menggunakan cara

pengundian, yang artinya setiap pelanggan yang mengirim permintaan konten atau yang mengetik sesuai iklan akan diundi dan hanya beberapa orang saja yang akhirnya mendapatkan hadiah, padahal dari semua konsumen yang mengirim permintaan semuanya dibebani tarif yang telah ditentukan hingga akhirnya ini seperti permainan judi (*maisir*).

Judi dalam terminologi agama diartikan sebagai “suatu transaksi yang dilakukan oleh dua pihak untuk kepemilikan suatu benda atau jasa yang menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lain dengan cara mengaitkan transaksi tersebut dengan suatu tindakan atau kejadian tertentu”. Prinsip berjudi adalah terlarang, baik itu terlibat secara mendalam maupun hanya berperan sedikit saja atau berperan sama sekali, lain mengharapkan keuntungan semata (misalnya hanya mencoba-coba) disamping sebagian orang-orang yang terlibat melakukan kecurangan. Kita mendapatkan apa yang semestinya kita tidak dapatkan, atau menghilangkan suatu kesempatan. Melakukan pemotongan dan bertaruh benar-benar masuk dalam kategori definisi berjudi. Judi pada umumnya (*maisir*) dan penjualan undian khususnya (*azlam*) serta segala bentuk taruhan, undian atau lotere yang berdasarkan pada bentuk-bentuk perjudian adalah haram di dalam Islam. Rasulullah melarang segala bentuk bisnis yang mendatangkan uang yang diperoleh dari untung-untungan, spekulasi, dan ramalan atau terkaan (misalnya judi) dan bukan diperoleh dari bekerja.⁴

B. Deskripsi Kasus Perkusus

⁴ <http://databaseartikel.com/ekonomi/asuransi-2/20114386-maisir-judiuntung-untungan.html>

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan di lapangan tentang bisnis layanan jasa iklan niaga dan permasalahannya di kota Banjarmasin, diperoleh gambaran kasus sebagai berikut:

1. Kasus I

a. Identitas Responden

Nama : Nurjannah (N)
Umur : 37 tahun
Pendidikan : SMP
Pekerjaan : Ibu rumah tangga
Alamat : Jln. A.Yani KM. 5,300

b. Uraian Kasus

N adalah seorang ibu rumah tangga yang mempunyai dua orang anak. Sebagai seorang ibu rumah tangga, N sehari-hari mengurus pekerjaan rumah dari mulai memasak, mencuci, bersih-bersih sampai mengantar dan menjemput anak pulang sekolah. Sekitar pukul 14.00 WITA adalah waktu istirahat bagi N dan pada waktu itu beliau menyempatkan diri untuk tidur atau sekedar nonton TV bersama anaknya dengan acara favoritnya yaitu sinetron.

Pada saat asyiknya menonton sinetron kesukaannya yang sering diselingi siaran iklan, N menyaksikan sebuah iklan yang sangat menarik perhatiannya yaitu iklan yang menawarkan ringtone dari Rhoma Irama. Iklan tersebut berbunyi: “Anda ingin ringtone lagu-lagu dari Rhoma Irama??? Segera ketik REG<spasi>Rhoma kirim ke xxxx,

Gratiiiissssss.....” melihat iklan tersebut, tanpa pikir panjang lagi, N yang merupakan penggemar dari Rhoma Irama segera mengambil Handphonenya dan menuruti perintah iklan itu dengan mengetik REG<spasi>Rhoma dan mengirimnya ke xxxx (empat digit short number). Walhasil, beberapa saat kemudian N menerima sms balasan dari xxxx yang berisi info-info tentang lagu-lagu Rhoma Irama, dan entah apa sebabnya N merasa pulsanya berkurang Rp.2000,- N pun heran padahal dalam iklan tersebut disebutkan gratis. Bahkan beberapa saat kemudian N kembali menerima sms balasan dari xxxx yang berisi info tentang lagu Rhoma tersebut dan menguras pulsa N lagi sebanyak Rp.2000,-. karena ketidaktahuannya untuk menghentikan layanan sms tersebut, sampai dua hari N masih mendapat sms tersebut dan terus-menerus menguras pulsanya sampai habis. Karena rasa penasarannya N mengisi pulsa lagi sebanyak Rp.5000,- namun tetap saja SMS dari xxxx tersebut diterimanya sampai menghabiskan pulsanya kembali. Karena tidak mengerti cara menghentikannya, akhirnya atas saran dari tetangganya yang juga pernah mengikuti sms REG tersebut, ia pun akhirnya mengganti nomornya dengan nomor yang baru dan bertekad tidak akan mengikuti sms REG itu lagi.⁵

2. Kasus II

a. Identitas Responden

Nama : Haris Fadhillah (H)

Umur : 17 tahun

Pendidikan : SMA

⁵ Nurjanah, Ibu rumah tangga, wawancara pribadi, Banjarmasin, 30 maret 2011.

Pekerjaan : Pelajar

Alamat : Jln. Gatot Subroto

b. Uraian Kasus

H adalah salah seorang siswa SMA di kota Banjarmasin, H mengaku pernah mengikuti layanan sms REG pada akhir tahun 2009. Menurutnya, Waktu itu ia mengikuti sms reg yang menawarkan game untuk HP nya, kira-kira isi iklannya seperti ini “ Anda ingin game murah langsung ke HP anda?? ketik REG<spasi>GAME kirim ke xxxx, dapatkan game seru ini cuma Rp.1000,- segera ketik REG<spasi >GAME kirim ke xxxx” dan nyatanya setelah mengikuti perintah iklan tersebut dengan mengirim REG<spasi>GAME dan mengirimnya ke short number yang disediakan oleh penyedia kontent, H tidak pernah mendapatkan game yang diinginkannya, malah dia mendapatkan sms-sms balasan tiap hari yang isinya mengenai info-info game-game terbaru dan setiap sms yang diterimanya itu dikenai tarif Rp.1000,-/sms. Bahkan menurutnya, ia terpaksa ganti nomor, setelah sampai sekitar 1 minggu usaha untuk UNREG tidak berhasil.

Setelah kejadian itu, H bertekad tidak ingin mengikuti layanan sms REG itu lagi. Namun malangnya, menurut H pada pertengahan tahun 2010, dia kembali tertarik pada sebuah iklan di TV yang kurang lebih berbunyi seperti ini, “Anda pecinta sepakbola?? Dapatkan wallpaper bintang idola kamu langsung ke HP kamu hanya dengan ketik *123*95# lalu tekan oke/yes, dan pilih bintang bola idolamu, wallpapernya akan kami kirim langsung ke Hpmu”. H mengira iklan tersebut bukanlah layanan sms REG yang dulu pernah diikutinya, maka ia pun mencoba iklan tersebut. Setelah mengetik

*123*95#, ia mendapat sebuah sms yang berisi nama-nama negara pengikut olahraga sepakbola, dan ia pun memilih Portugal. Tidak berapa lama ia pun kembali menerima sms yang kali ini berisi nama-nama pemain bola asal Portugal dan kembali ia memilih satu nama yaitu Cristiano Ronaldo, namun setelah itu ia mendapat sms lagi yang berisi info-info tentang sepakbola, haris pun bingung dan segera mengecek pulsanya, yang ternyata telah berkurang sekitar Rp.4000. Baru ia menyadari ternyata iklan tersebut adalah iklan REG juga tapi dikemas dengan metode yang baru. Kemudian atas saran dari temannya, H pun memutuskan untuk menelpon operator seluler penyedia layanan tersebut untuk memblokir layanan sms itu agar tidak mengirim sms-sms info lagi ke Hpnya.⁶

3. Kasus III

a. Identitas Responden

Nama : Mariatul Qibtiyah (M)

Umur : 21 tahun

Pendidikan : S1 STIKIP

Pekerjaan : Mahasiswi

Alamat : Jln. Sultan Adam Gang. Nusa Indah

b. Uraian Kasus

⁶ Haris Fhadilah, Pelajar, wawancara pribadi, Banjarmasin, 22 april 2011.

M adalah seorang mahasiswi di salah satu universitas swasta di kota Banjarmasin. Sebagai warga perantauan dari kota Barabai, M memilih untuk tinggal di kost bersama teman-temannya selama menuntut ilmu dibangku kuliah. Sebagai anak kost, M sering menghabiskan waktu libur kuliahnya untuk jalan-jalan bersama teman sekost nya, namun kadang bila keuangan sedang menipis dan kiriman dari orang tuanya belum datang, M lebih senang menghabiskan waktu liburnya dengan menonton TV di ruang tengah kostnya, karena di situ hanya terdapat satu TV yang disediakan oleh pemilik kost.

Sambil bercanda dan bersantai dengan teman-temannya, M pun menonton TV dengan berbagai mata acara. Sampai suatu saat M menyaksikan sebuah iklan REG yang berbunyi “Ketahuilah ramalan zodiak kamu dan pasangan kamu serta peruntungan kamu minggu ini, hanya dengan mengetik REG<spasi>zodiak dan kirim ke xxxx, kamu pasti akan tau seberapa beruntungnya kamu dan kejutan apa yang akan kamu dapat minggu ini, segera ketik REG<spasi>zodiak kirim ke xxxx...” melihat iklan tersebut M merasa tertarik, karena biasanya ia hanya melihat ramalan zodiak dari majalah remaja yang dibeli oleh teman sekost nya. Karena M adalah seorang yang sangat menyukai ramalan zodiak, ia pun akhirnya mencoba iklan tersebut dengan mengetik REG<spasi>zodiak dan mengirimnya ke sebuah shortnumber yang telah disediakan oleh penyedia layanan.

Beberapa saat kemudian M menerima dua sms balasan yang memberitahukan tentang informasi layanan tersebut dan menyuruh untuk membalas sms itu dengan mengetik zodiak M dan M pun mematuhi perintah dari sms itu dengan membalas smsnya dengan mengetik GEMINI sesuai dengan zodiaknya. Tidak berapa lama M

kembali mendapatkan sms balasan dari shortnumber tersebut yang berisi tentang ramalan bintang gemini sesuai dengan zodiak M. Dalam sms tersebut dijelaskan tentang peruntungan, asmara, keuangan, serta hari yang dianggap baik dalam minggu itu, sms tersebut dibagi dalam tiga sms. Mendapat sms ramalan tersebut M pun merasa senang, namun ia lupa untuk mengecek pulsanya. Sampai akhirnya M baru sadar kalau pulsanya berkurang, karena operator selulernya memberitahukan bahwa pulsanya tidak cukup untuk melakukan panggilan. Padahal M sangat ingat bahwa ia baru saja mengisi pulsanya pada malam hari itu dan ia pun segera mengecek pulsanya yang ternyata hanya tersisa Rp.400. Akhirnya M baru sadar bahwa ia telah menerima lima sms balasan yang berarti $5 \times \text{Rp.2000} = \text{Rp. 10.000}$ ditambah biaya sms permintaan layanan yang di kirim oleh M sebanyak dua kali yaitu $2 \times \text{Rp. 350} = \text{Rp. 700}$. Berarti selama transaksi ramalan zodiak itu berlangsung, M telah kehilangan pulsanya sebanyak Rp. 10.700. M pun baru mengetahui tarif tersebut setelah ia menyaksikan kembali iklan zodiak itu yang ternyata ada tulisan yang sangat kecil di bawah iklan yang mengatakan tarif: Rp.2000/sms, itu pun tidak dijelaskan jumlah sms yang akan diterima oleh pelanggan.

Setelah kejadian itu, M pun memutuskan untuk mengganti nomornya setelah beberapa kali mencoba untuk UNREG namun tidak berhasil, karena ia tau bahwa sms zodiak itu akan diterimanya setiap minggu yang otomatis juga akan terus menguras pulsanya. Akhirnya M pun merasa sangat dirugikan karena iklan tersebut yang menyebabkan pulsanya habis dan sementara itu kondisi keuangannya pun sedang menipis.⁷

⁷ Mariatul Qibtiyah, Mahasiswi, wawancara pribadi, Banjarmasin, 23 maret 2011.

4. Kasus IV

a. Identitas Responden

Nama : Abdurrahim (A)

Umur : 27 tahun

Pendidikan : SMA

Pekerjaan : Pedagang

Alamat : Jln. Gatot Subroto

b. Uraian Kasus

A mengaku sekitar setahun lalu dia mendapat SMS dari salah satu nomor yang menawarkan Ring Back Tone (RBT) gratis selama satu bulan. Karena mendapat hadiah yang dikira cuma-cuma itu, pria yang akrab dipanggil Ahim ini tanpa pikir panjang lagi langsung mengikuti perintah dengan mengirim REG<spasi>RBT ke nomor tujuan yang tertera di Hpnya.

Beberapa jam setelah registrasi, dia tidak menaruh kecurigaan, karena dia memang mendapatkan RBT gratis dari Glend Fredli pada sore harinya. Namun, berselang sehari, dia sering memperoleh SMS kata-kata bijak. Meskipun demikian, dia berpikir positif saja. Tidak tanggung-tanggung, setiap hari ada sekitar tiga SMS yang masuk ke Hpnya. Beberapa hari kemudian, dia kaget. Sebab, pulsanya hanya tinggal beberapa rupiah saja, padahal dia baru mengisi ulang pulsa, itupun jarang dipakai. Dia merasa terkecoh dengan bahasa promosi iklan yang digunakan sang penyedia konten.

Pada awalnya, dia mengira itu memang gratis, ternyata bayar. Menurutnya, dia memang menerima RBT gratis di HPnya, tapi ada yang aneh karena pulsanya berkurang terus setelah datangnya SMS itu. Ternyata setiap penerima RBT itu akan otomatis berlangganan kata-kata bijak dengan tarif Rp.1000/sms. Langsung saja dia berhenti langganan dengan UNREG yang untungnya tidak sulit.⁸

5. Kasus V

a. Identitas Responden

Nama : Fahriah (F)

Umur : 30 tahun

Pendidikan : S1 IAIN

Pekerjaan : Guru

Alamat : Jln. A.Yani KM.6

b. Uraian Kasus

F adalah seorang guru di sebuah sekolah dasar di kota Banjarmasin. Dalam kesehariannya yang padat, F sangat sering menggunakan alat komunikasi yaitu handphone untuk keperluannya berkomunikasi jarak jauh baik dengan keluarga, rekan kerja, maupun teman-temannya. Dan F pun lebih memilih untuk memakai Hp nya untuk menelepon dibandingkan untuk sms. Pada suatu saat, F menelepon rekannya sesama guru untuk membicarakan tentang hal yang berhubungan dengan kegiatan belajar mengajar. Saat sedang asyik berbicara, Hp F berbunyi kecil yang menandakan ada sms yang

⁸ Abdurrahim, pedagang, wawancara pribadi, Banjarmasin, 9 mei 2011.

masuk, F memang sudah sering mengalami hal tersebut dan biasanya yang mengirim sms adalah anaknya yang baru berusia 5 tahun. Namun menurut F kali ini berbeda, karena sms yang diterimanya saat itu bukanlah dari anaknya melainkan dari 5799 yang memberitahukan sebuah iklan do'a yang kurang lebih berbunyi seperti ini; "Lengkapi hari anda dengan untaian do'a penyejuk hati yang akan dikirim langsung ke HP anda hanya dengan ketik REG<spasi>DOA kirim ke 5799, Rp.1000/sms/minggu. Untuk berhenti ketik UNREG". Karena merasa tertarik dengan iklan tersebut maka F pun mencobanya dan benar saja setelah registrasi dengan mengetik REG<spasi>DOA maka tidak lama setelah itu F langsung mendapatkan layanan do'a yang diinginkannya. Dan menurutnya waktu itu hampir sekitar lima bulan dia menggunakan layanan do'a tersebut yang dikirim setiap minggu ke HP nya dengan tarif Rp.1000/sms. F pun merasa puas dengan layanan tersebut dan tidak merasa dirugikan sampai akhirnya ia mengganti nomornya karena rusak.⁹

⁹ Fahriah, Guru, wawancara pribadi, Banjarmasin, 24 april 2011.

C. Rekapitulasi Data dalam Bentuk Matrik

Untuk lebih memperjelas uraian kasus-kasus yang telah dikemukakan, maka penulis mengemukakannya dalam bentuk matrik. Matrik yang pertama mengemukakan tentang data responden yaitu inisial nama mereka, umur, pendidikan dan pekerjaan serta alamat. Sedangkan matrik yang kedua mengemukakan tentang bisnis layanan jasa iklan niaga melalui media televisi dan permasalahannya di kota Banjarmasin.

MATRIK 1 IDENTITAS RESPONDEN

NO	Nama	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Alamat
1.	Nurjannah	37 tahun	SMP	Ibu rumah tangga	Jln. A..Yani KM. 5,300
2.	Haris F	17 tahun	SMA	Pelajar	Jln. Gatot Subroto
3.	Mariatul Q	22 tahun	S1 STIKIP	Mahasiswi	Jln.Sultan Adam Gg. Nusa Indah
4.	Abdurrahim	27 tahun	SMA	Pedagang	Jln.Gatot Subroto
5.	Fahriah	30 tahun	S1 IAIN	Guru	Jln.A.Yani KM. 6

MATRIK 2
BISNIS LAYANAN JASA IKLAN NIAGA DAN PERMASALAHANNYA
DI KOTA BANJARMASIN

No.	Kasus	Gambaran Iklan	Akibat yang ditimbulkan
1.	I	Menawarkan ringtone gratis hanya dengan ketik REG<spasi>RHOMA, tanpa memberi penjelasan lain.	Adanya penipuan karena tidak mendapatkan ringtone gratis, tapi malah dapat sms tidak jelas dengan tarif Rp.2000/sms setiap hari. Akhirnya terpaksa ganti nomor.
2.	II	<ul style="list-style-type: none"> - Menawarkan game dengan tarif Rp.1000, dengan ketik REG<spasi>GAME. - Menawarkan wallpaper bintang sepak bola tapi dengan metode baru yaitu *123*95#. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak mendapatkan game yang diinginkan, tapi malah secara otomatis berlangganan info-info game terbaru dengan tarif Rp.1000/sms. - Ditipu untuk kedua kalinya, karena tidak mendapatkan wallpaper, tapi malah dapat info-info yang tidak diinginkan.
3.	III	Menawarkan paket zodiak per minggu, tarif Rp.2000/sms dengan ketik REG<spasi>zodiak tanpa memberitahu berapa jumlah sms yang akan diterima.	Mendapatkan paket zodiak tapi dirugikan karena dikirim dalam 5 sms yang berarti 5 x Rp.2000= Rp.10.000 ditambah lagi biaya pengiriman permintaan.
4.	IV	Mendapatkan sms iklan RBT gratis selama 1 bulan dengan ketik REG<spasi>RBT dan dikirim ke short number yang di sediakan.	Mendapatkan RBT gratis, namun otomatis berlangganan kata-kata bijak setiap hari dengan tarif Rp.1000/sms tanpa mendapat informasi terlebih dahulu.

5.	V	Menawarkan paket do'a mingguan dengan ketik REG<spasi>DOA dan dibebani tarif Rp.1000/sms.	Mendapatkan paket do'a mingguan tanpa ada masalah dan merasa puas dengan layanan doa tersebut.
----	---	---	--

D. Analisis Terhadap Bisnis Layanan Jasa Iklan Niaga Melalui Media Televisi

Ada beberapa kasus yang didukung oleh praktik periklanan yang nampaknya secara sengaja memberikan pernyataan “salah” atau tidak sesuai dengan fakta. Salah satu contohnya adalah iklan yang mulai berkembang di masyarakat sejak tahun 2008 hingga sekarang adalah layanan jasa iklan niaga yang setiap hari menghiasi layar televisi masyarakat dengan berbagai macam metode yang digunakan hingga sampai saat ini pun masih banyak saja masyarakat yang mengaku dirugikan oleh adanya iklan tersebut.¹⁰

Iklan tersebut sudah ada hampir beberapa tahun belakangan dimulai dengan iklan-iklan yang sangat menarik perhatian masyarakat dengan menjanjikan layanan berupa ramalan-ramalan, mitos, hal-hal yang lucu, ringtone, informasi mengenai bola, peluang usaha, kedekatan dengan artis idola bahkan sampai iming-iming hadiah jutaan rupiah dengan cara cuma-cuma atau gratis, hanya dengan mengetik REG spasi apapun yang di inginkan sesuai iklan tersebut.

Iklan tersebut dikemas sedemikian rupa sehingga membuat masyarakat benar-benar percaya dan kemudian terbujuk untuk mengikuti semua perintah dalam iklan

¹⁰<http://anaklawu.blogspot.com/2009/04/bisnis-ketik-reg-bisnis-asyik-masa-kini.html>

tersebut. Bagi masyarakat awam yang sepertinya kurang akan hiburan, iklan tersebut merupakan suatu alternatif tepat untuk menghilangkan berbagai masalah dalam kehidupannya. Bahkan dengan jaminan gratis dari iklan tersebut semakin membuat masyarakat semangat untuk mencoba iklan tersebut. Akhirnya masyarakatpun dengan senang hati mengetik REG dari handphonenya dengan harapan mendapat apa yang diinginkannya, tapi ternyata yang diinginkan pun tak kunjung didapatnya, malah akhirnya masyarakat merasa dirugikan karena bukannya jasa yang mereka dapatkan tapi malah informasi-informasi tidak jelas dan menguras pulsa.

Bahkan bukannya masyarakat awam saja yang dirugikan oleh iklan layanan tersebut, tapi masyarakat dari kaum akademis yang cenderung berfikir logis dan kritis pun banyak yang mengaku pernah mengalami hal serupa dan memang diakui bahwa iklan tersebut hadir disaat yang tepat dan dengan metode persuasif yang tepat juga, sehingga tidak dapat dipungkiri banyak orang yang akhirnya mengeluh karena merasa hanya terbujuk oleh rayuan yang sampai sekarangpun tidak jelas kebenarannya.

Para pelaku bisnis atau penyedia layanan tersebut seakan telah mengabaikan etika bisnis yang sehat, baik menurut hukum Islam maupun Undang-Undang yang terkait hanya demi meraup untung yang berlipat dengan merugikan atau mendzalimi pihak lain, yang dalam hal ini adalah konsumen. Padahal dalam etika bisnis Islami telah dijelaskan bahwa bisnis yang sehat adalah "*bisnis yang tidak mendzalimi dan tidak pula didzalimi*", dengan menjunjung tinggi keadilan, kejujuran dan transparansi informasi, dilakukan atas dasar suka sama suka, tanpa adanya unsur penipuan (*gharar*) dan

menerapkan semua prinsip bisnis yang telah dicantumkan dalam Al-Qur'an dan yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW.

Sementara itu, pemerintah pun telah membuat suatu peraturan terkait dengan bisnis yang sehat yaitu dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999 yang didalamnya telah dicantumkan secara lengkap mengenai pasal-pasal hak dan kewajiban baik bagi pelaku bisnis maupun bagi konsumen. Serta banyak pasal-pasal lain didalamnya yang dibuat untuk mencapai suatu kemaslahatan dalam berbisnis.

Namun berdasarkan penelitian penulis, bisnis layanan jasa iklan niaga atau yang biasa disebut bisnis sms REG yang dibahas sekarang sangat banyak bertentangan dengan etika bisnis Islami dan peraturan perlindungan konsumen yang telah dibuat oleh pemerintah.

Berdasarkan beberapa kasus yang telah diuraikan di atas, dapat dilihat dari kesesuaian isi iklan tersebut dengan kenyataan yang didapat oleh konsumen, terdapat 3 (tiga) variasi kasus, yaitu:

1. Tidak mendapatkan sama sekali kontent yang ditawarkan dalam iklan (kasus 1 dan 2)
2. Mendapatkan kontent yang ditawarkan namun bermasalah (kasus 3 dan 4)
3. Mendapatkan kontent yang ditawarkan (kasus 5)

Berdasarkan ketiga variasi tersebut, maka penulis menganalisis status hukum masing-masing kasus sebagai berikut:

a. Variasi I (kasus I dan II)

Pada kasus I dan II terdapat kesamaan yaitu setiap konsumen tidak mendapatkan sama sekali layanan yang diinginkan, namun malah mendapatkan info-info yang dianggap mereka tidak penting dan konsumenpun merasa sangat dirugikan. Seperti pada kasus I, konsumen hanya mendapat sms info saja, sementara ringtone yang diharapkan tidak ia dapat, bahkan tarifnya pun tidak jelas padahal dalam iklannya disebutkan “GRATIS”, tapi konsumen malah dibebani tarif Rp.2000 tiap sms yang ia terima. Jadi, yang di maksud kata “gratis” dalam iklan tersebut tidak jelas kebenarannya dan pelaku usaha seakan hanya ingin mengelabui konsumen dengan iming-iming kata “gratis” tersebut. Dalam hal ini, menurut analisis penulis bahwa penyedia layanan telah melanggar Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia pada bab III mengenai ketentuan isi iklan pada nomor 5 menjelaskan bahwa: *kata “gratis” atau kata lain yang bermakna sama tidak boleh dicantumkan dalam iklan, bila ternyata konsumen harus membayar biaya lain. Biaya pengiriman yang dikenakan kepada konsumen juga harus dicantumkan dengan jelas.* Sementara dalam nomor 6 dijelaskan ketentuan dalam pencantuman harga atau tarif dalam sebuah iklan yang berbunyi: *Jika harga sesuatu produk dicantumkan dalam iklan, maka ia harus ditampakkan dengan jelas, sehingga konsumen mengetahui apa yang akan diperolehnya dengan harga tersebut.*¹¹

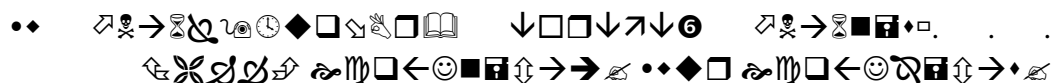
Maka jika tidak terdapat kejelasan itu, sama artinya menyembunyikan informasi penting mengenai iklan tersebut, padahal dalam UUPK dijelaskan hak-hak dari

¹¹ Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia yang kembali disempurnakan pada tahun 2005 di Jakarta yang disepakati oleh 10 Asosiasi pendukung setelah sebelumnya telah dilakukan penyempurnaan serupa pada tahun 1981 dan 1996, lihat BAB III Ketentuan Isi Iklan nomor 5 dan 6.

konsumen termasuk hak atas informasi yaitu pada pasal 4 huruf c yang berbunyi *“Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”*.

Mengenai pentarifan yang tidak jelas ini, penulis lihat dari iklan hanya memberi sedikit info tarif dengan ukuran yang sangat kecil dan diletakkan di pojok bawah iklan tersebut dan tampilannya pun lebih singkat dari iklannya. Bila diamati sekilas dan kurang jeli tulisan tersebut barang kali tidak akan terbaca dengan baik dan maksud dari kalimat tersebut kurang dapat dipahami dengan baik. Dengan demikian, berdasarkan analisis penulis, konsumen seolah-olah diminta untuk tidak mementingkannya, padahal justru informasi itulah yang penting (*necessary*) bagi konsumen, dalam UUPK pun telah dijelaskan pula tentang hal itu yang merupakan tugas dari pelaku usaha yaitu pada pasal 7 huruf b yang berbunyi *“Pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan”*. Serta dalam pasal 17 nomor 1 huruf c UUPK dijelaskan bahwa dalam memproduksi iklanpun, *“pelaku usaha dilarang untuk memuat informasi yang keliru, salah atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.”*

Sementara itu jika dianalisis berdasarkan konsep Islam, bahwa bisnis yang adil dan jujur adalah bisnis yang *“tidak mendzalimi dan tidak pula didzalimi”* sebagaimana dijelaskan dalam Q.S Al-Baqarah 279:



Artinya: "...maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak mendzalimi dan tidak (pula) didzalimi."

Nilai dasar dan prinsip umum etika bisnis dalam perspektif Islam pun telah menjelaskan beberapa nilai dasar yang seharusnya diterapkan dalam berbisnis yang salah satunya nilai tazkiyah yang didalamnya menekankan prinsip kejujuran, keadilan dan keterbukaan. Jangan sampai ada unsur kebohongan atau penipuan (*gharar*) serta informasi palsu seperti yang terjadi pada kasus I. Firman Allah SWT :

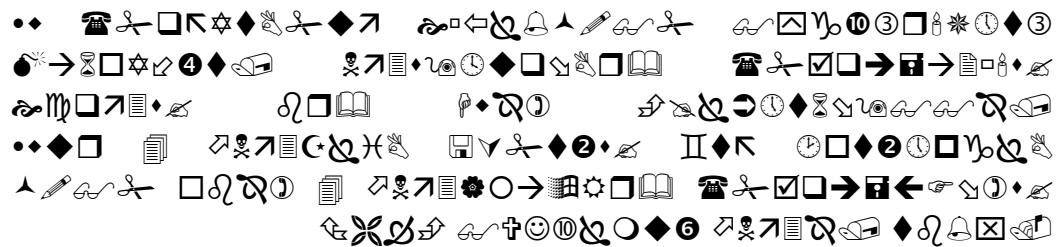


Artinya: "Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang-orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka itulah orang-orang pendusta." (Q.S An-Nahl: 105)

Sementara itu, pada kasus II konsumen tidak mendapatkan konten/jasa yang ditawarkan dalam iklan bahkan sampai dua kali mengalami hal tersebut karena dari pihak penyedia layanan menggunakan metode baru yang dikemas tanpa menggunakan kata REG lagi, sehingga akhirnya konsumenpun terkecoh dengan iklan tersebut karena ketidakjelasan informasi yang diberikan. Dari kedua kasus ini konsumen merasa dirugikan oleh layanan SMS tersebut karena adanya unsur penipuan (*gharar*) sehingga tidak tercapai kerelaan atau suka sama suka. Untuk tercapainya kerelaan tersebut kedua belah pihak harusnya sama-sama terbuka/transparan dalam berbagai hal jangan ada

unsur kebohongan apalagi penipuan (*gharar*) karena pada prinsipnya para fuqaha sepakat bahwasanya seluruh kasus akad transaksi *gharar* adalah tidak sah.

Al-Qur'an pun sangat menekankan adanya unsur kerelaan dari kedua belah pihak dalam melakukan bisnis. Sebagaimana firman Allah:



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S.An-Nisaa’:29)¹²

Dari ayat tersebut di atas, harusnya dari penyedia layanan atau pihak-pihak yang terlibat didalamnya menyadari, bahwa saat bisnis itu masih menggunakan kata REG dan banyak masyarakat yang merasa dirugikan maka tidak perlu lagi menggunakan metode-metode baru yang justru kembali mengecoh masyarakat seperti pada kasus II dan ini dianggap kesengajaan dari pihak penyedia jasa untuk meraup keuntungan tanpa mengindahkan unsur kerelaan dan prinsip-prinsip etika bisnis yang telah dibahas dalam bab sebelumnya yaitu:

- a. *Prinsip Otonomi.* Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggap baik

¹² Departemen Agama RI, Op Cit. h. 122

untuk dilakukan. Ada dua aspek dalam prinsip ini yaitu aspek kebebasan (mengambil keputusan dan bertindak) dan aspek tanggung jawab (atas keputusan yang diambil).

- b. *Prinsip Kejujuran*. Kejujuran merupakan suatu jaminan dan dasar bagi kegiatan bisnis yang baik dan berjangka panjang.
- c. *Prinsip Tidak Berbuat Jahat (non-maleficence) dan Prinsip Berbuat Baik (beneficence)*. Kedua prinsip ini sesungguhnya berintikan prinsip moral sikap baik kepada orang lain.
- d. *Prinsip Keadilan*. Prinsip ini menuntut agar kita memperlakukan orang lain sesuai dengan haknya tanpa saling merugikan.
- e. *Prinsip Hormat Kepada Diri Sendiri*. Prinsip ini sama sekali bukan berifat egoistis, melainkan untuk menunjukkan bahwa tidak etis jika kita membiarkan diri kita diperlakukan secara tidak adil, tidak jujur, ditindas, diperas dan sebagainya.¹³

Berdasarkan nilai dasar dan prinsip umum etika bisnis Islami yang telah dibahas pada bab II pun telah dijelaskan dalam nilai tauhid adanya prinsip kesatuan dan integritas yang salah satu dimaknai sebagai kesatuan antara kegiatan bisnis dengan moralitas dan pencarian ridha Allah yang artinya bisnis tidak hanya mencari keuntungan yang sebesar-besarnya melainkan juga untuk meraih keberkahan dari Allah SWT.

¹³ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis (Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur)*, (Yogyakarta, Kanisius, 1991) h. 70-76

Maka dari itu, tanpa adanya transparansi dari bisnis tersebut, tidak akan tercapai pula unsur kerelaan yang otomatis juga tidak akan mencapai keberkahan/ridha Allah dari bisnis yang dijalankan. Sebagaimana hadits Nabi:

عن عبدالله بن الحارث رفعه إلى حكيم بن حزام رضي الله عنهم قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم :
البيعان بالخيار ما لم يتفرقا – أو قال: حتى يتفرقا- فإن صدقا و بينا بورك لهما في بيعهما، وإن كتما و كذبا
محقت بركة بيعهما.¹⁴

Artinya: “Dari Abdullah bin Al Harits, dia menisbatkan kepada Hakim bin Hizam RA bahwa dia berkata, “Rasulullah SAW bersabda, ‘Penjual dan pembeli berhak memilih selama belum berpisah –atau dia mengatakan ‘hingga berpisah’- apabila keduanya jujur dan transparan, niscaya diberkahi untuk keduanya pada jual-beli mereka. Apabila keduanya menyembunyikan dan berdusta, maka berkah jual-beli keduanya dimusnahkan”. (Muttafaqun ‘alaih)¹⁵

Dari uraian analisis tersebut, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa bisnis tersebut hanya bertujuan untuk meraup keuntungan sepihak yang sebesar-besarnya dengan melanggar peraturan pada undang-undang perlindungan konsumen, etika bisnis Islami, tata krama dan tata cara periklanan Indonesia, dan tidak memenuhi prinsip-prinsip dari etika bisnis secara umum, yang berarti bahwa pelaku bisnis tersebut menjalankan bisnisnya tanpa etika dan bertentangan dengan hukum Islam serta UUPK.

b. Variasi II (Kasus III dan IV)

¹⁴ Abi Abdillah Muhammad bin Ismail Al Bukhari, *Shahih Bukhari Juz 2*, (Beirut, Dar al-Fikr, 1994) h.14

¹⁵ Al Imam Al Hafizh Ibnu Hajar Al Asqalani, *Fathul Baari Syarah: Shahih Bukhari*, Penerjemah, Amiruddin, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2005) h. 297

Pada kasus III, konsumen awalnya merasa senang karena mendapatkan konten zodiak yang diinginkan, namun setelah mengetahui bahwa sms konten tersebut dikirim dalam 5 sms, dia pun merasa sangat dirugikan karena tarif tiap sms adalah Rp.2000 yang berarti dia harus menguras pulsa sebanyak Rp.10.000,- untuk konten tersebut, ditambah lagi biaya pengiriman permintaan yaitu Rp.350/sms dan otomatis berlangganan setiap minggu. Padahal dalam iklan hanya disebutkan Rp.2000/sms tanpa memberitahu berapa jumlah sms yang akan diterima oleh konsumen. Konsumen merasa sangat dirugikan karena jumlah sms yang diterima terlalu banyak dengan tarif yang telah ditentukan.

Sementara itu dalam kasus IV, konsumen dijanjikan Ring Back Tone (RBT) gratis selama satu bulan hanya dengan ketik REG<spasi>RBT dan mengirimnya ke short number yang ada, dan memang terbukti konsumen mendapatkan RBT gratis namun yang mengherankan secara otomatis konsumen itu berlangganan kata-kata bijak setiap hari dengan tarif Rp.1000/sms , padahal dalam iklannya sama sekali tidak ada pemberitahuan akan berlangganan kata-kata bijak. Konsumen pun merasa dirugikan karena tidak adanya informasi yang jelas dalam iklannya.

Berdasarkan kedua kasus tersebut, penulis pun menganalisis bahwa dari pihak penyedia layanan sudah memenuhi keinginan konsumen dengan telah memberikan layanan yang diminta sesuai dengan iklan, hal ini harusnya memberi kepuasan bagi konsumen, namun yang jadi masalah adalah tidak transparannya informasi tentang

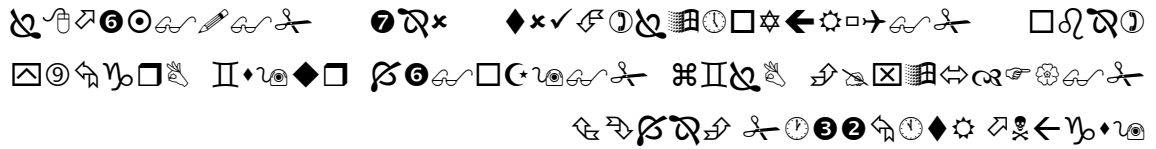
jumlah sms yang akan diterima oleh konsumen seperti dalam kasus III dan tidak adanya informasi akan secara otomatis berlangganan kata-kata bijak seperti kasus IV.

Menurut penulis, pada kasus III pihak penyedia layanan memang kurang memberi informasi yang jelas tentang layanan tersebut sesuai dengan kewajiban dari pelaku usaha pada pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Namun harusnya konsumen juga lebih teliti dulu sebelum melakukan transaksi, karena layanan sms zodiak ini memang dikirim berupa sms ke handphone konsumen, berbeda dengan kasus yang lain (berupa ringtone, game, wallpaper dan RBT). Jadi, jika dalam iklannya telah diberitahukan tarifnya Rp.2000/sms, maka konsumen harus paham bahwa berapapun jumlah sms yang akan diterima, akan dibebani tarif Rp.2000 tiap sms konten yang masuk.

Sementara itu pada kasus IV, berdasarkan analisis penulis, pihak penyedia layanan telah melakukan penipuan (*gharar*) terhadap konsumen karena tidak memberikan informasi sama sekali tentang layanan kata-kata bijak, namun hanya memberi informasi tentang RBT gratis.

Al-Qur'an sangat tidak setuju dengan penipuan (*gharar*) dalam bentuk apapun. Penipuan (kelicikan) digambarkan oleh Al-Qur'an sebagai karakter utama kemunafikan, dimana Al-Qur'an telah menyediakan siksa yang pedih bagi tindakan ini, di dalam neraka.¹⁶ Allah berfirman:

¹⁶ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Al-Kautsar, 2001) h. 136



Artinya: ‘Sesungguhnya orang-orang munafik itu (ditempatkan) pada tingkatan yang paling bawah dari neraka. dan kamu sekali-kali tidak akan mendapat seorang penolongpun bagi mereka.’ (Q.S. An-Nisaa’: 145)¹⁷

Dalam hal ini penyedia layanan telah melanggar etika bisnis yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW khususnya tentang kejujuran, karena kejujuran akan mendatangkan kebaikan sebagaimana hadits nabi SAW berikut:

حدثنا عثمان بن أبي ثيبه، حدثنا جرير، عن منصور، عن أبي وائل، عن عبد الله رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: ((إن الصدق يهدي إلى البر وإن البر يهدي إلى الجنة، وإن الرجل ليصدق حتى يكون صديقا، وإن الكذب يهدي إلى الفجور، وإن الفجور يهدي إلى النار، وإن الرجل ليكذب حتى يكتب عند الله كذابا)).¹⁸

Artinya: “Sesungguhnya kejujuran itu membawa kepada kebaikan dan kebaikan itu membawa ke surga. Seseorang akan selalu bertindak jujur sampai kemudian dia ditulis di sisi Allah sebagai orang jujur. Dan sesungguhnya dusta itu membawa kepada kedurhakaan, dan kedurhakaan itu membawa ke neraka. Seseorang akan selalu berdusta sampai sehingga dia di tulis di sisi Allah sebagai pendusta”.(HR Mutafaqun Alaih)¹⁹

¹⁷ Departemen Agama RI, Op Cit. h. 147

¹⁸ Abi Abdillah Muhammad bin Ismail Al Bukhari, *Shahih Bukhari Juz 4*, (Beirut, Dar al-Fikr, 1994) h. 124

¹⁹ Syaikh Muhammad bin Shalih al-Utsaimin, *Syarah Riyadush Shalihin*, terj. Ibnu Ruhi dkk, dengan judul: *Syarah Riyadush Shalihin (Jilid 1)*, (Jakarta, Darus Sunnah, 2010) h. 297

Dalam hadits tersebut telah secara jelas diterangkan akan pentingnya sebuah kejujuran karena itu akan menentukan kualitas kita di sisi Allah sebagai seorang yang jujur atau seorang pendusta. Kata *Al-birr* berarti banyak berbuat baik dan diantara nama Allah adalah *Al-birr* “zat yang banyak kebajikannya”. *Al-birr* “kebaikan” merupakan muara dari kejujuran. Orang yang baik, kebajikannya akan mengantarkannya ke surga yang merupakan tujuan dari semua harapan.²⁰

Sementara bila dianalisis berdasarkan hukum positif yang diwakili oleh Undang-Undang perlindungan konsumen, maka penyedia layanan telah mengabaikan kewajibannya seperti dalam pasal 7 huruf a, b dan c :

Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. Beritikad baik dalam melakukan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;²¹

d. Variasi III (Kasus V)

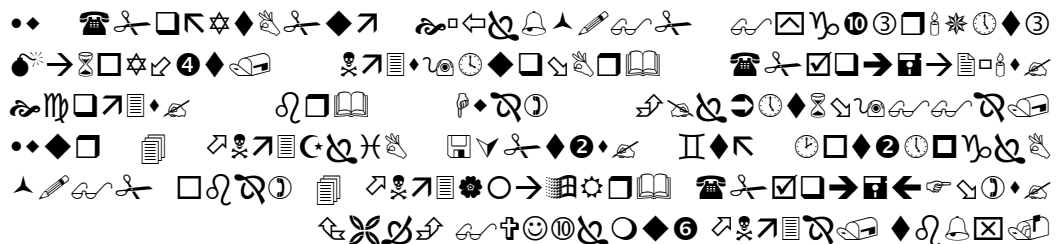
Pada kasus V, seorang konsumen mendapatkan iklan dari HPnya tentang layanan do'a per minggu dengan tarif Rp.1000/sms. Setelah mendaftar ia pun langsung mendapatkan layanan do'a yang diinginkan. Dia merasa cukup puas dengan layanan

²⁰ Syaikh Muhammad bin Shalih al-Utsaimin, Op Cit. h. 298

²¹ Bunyi pasal selengkapnya dapat dilihat dalam lampiran UUPK.

tersebut karena menurutnya sudah sesuai dengan apa yang diiklankan. Dalam hal ini, menurut analisis penulis, sepertinya bisnis layanan tersebut telah dijalankan sesuai dengan etika bisnis baik secara Islami maupun secara umum serta tidak adanya pihak yang merasa dirugikan dalam artian sudah terpenuhinya unsur suka sama suka.

Sebagaimana firman Allah dalam Q.S.An-Nisaa':29:



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”²²

Ayat tersebut ditafsirkan oleh Ahmad Musthafa Al-Maraghi dalam kitabnya

Terjemah Tafsir Al-Maraghi, jilid V sebagai berikut:

- Dasar halalnya perdagangan adalah saling meridhoi antara pembeli dan penjual. Penipuan, pendustaan dan pemalsuan adalah hal-hal yang diharamkan.
- Segala yang ada di dunia berupa perniagaan dan segala apa yang tersimpan didalamnya seperti kebathilan yang tidak kekal dan tidak tetap, hendaknya tidak melalaikan orang yang berakal untuk mempersiapkan diri demi kehidupan yang lebih baik dan kekal.
- Mengisyaratkan bahwa sebagian besar jenis perniagaan mengandung makna mencari harta dengan bathil, sebab pembatasan nilai sesuatu dan menjadikan hartanya sesuai dengan ukurannya berdasarkan neraca yang lurus, hampir-hampir sesuatu yang mustahil. Oleh karena itu, disini berlaku toleransi jika salah satu di antara dua pengganti lebih besar dari pada lainnya, atau yang menjadikan penyebab tambahannya harga-harga itu adalah kepandaian pedagang dalam

²² Departemen Agama RI, Op Cit. h. 122

menghiasi barang dagangannya dan melariskannya dengan perkataan yang indah tanpa pemalsuan dan penipuan.²³

Sebagaimana pula diterangkan dalam hadits Nabi SAW:

عن داود بن صالح المدني عن أبيه قال سمعت ابا سعيد الخدري يقول: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: إنما البيع عن تراض (رواه ابن ماجه)²⁴

Artinya: Dari Daud bin Shaleh dari ayahnya, katanya saya mendengar Abu Sayyid al-Khudri berkata: Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya jual beli itu adalah berdasarkan suka sama suka”. (HR. Ibnu Majah)

Maka dengan telah tercapainya unsur kerelaan atau suka sama suka tersebut, bisnis yang dijalankan pun akan mendapat keberkahan dari Allah SWT. Dan Rasulullah pun memberi kabar gembira bagi para pebisnis yang jujur dan terperaya, sebagaimana sabda beliau:

حَدَّثَنَا هَنَّادٌ : حَدَّثَنَا قَبِيصَةُ عَنْ سُفْيَانَ، عَنْ أَبِي حَمْزَةَ ، عَنِ الْحَسَنِ ، عَنْ أَبِي سَعِيدٍ ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ ((التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ ، مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّدِيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ))²⁵

Artinya: “Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, para shiddiqin, orang-orang yang mati syahid dalam peperangan (kelak di dalam surga)”. (HR Imam Tirmidzi)

²³ Ahmad Mushthafa Al Maraghi, *Terjemah Tafsir al Maraghi*, (Semarang: CV.Toha Putra, t.th) h. 27

²⁴ Abu Abdillah Ibnu Yazid al-Qazwini, *Sunan Ibnu Majah Juz 3*, (Mesir: Isa Babil wa Syirkah, t.th) h. 757

²⁵ Abi Isa Muhammad ibn Isa ibn Saurah, *Sunan al-Turmudzi Juz 3*, (Beirut, Dar al-fikr, 2001) h.5

Hadits tersebut menjelaskan tentang betapa dimuliakannya orang-orang yang jujur, maka hendaknya kita juga bisa menjadi orang yang selalu jujur baik dalam ucapan maupun perbuatan khususnya dalam urusan bertransaksi dengan manusia lainnya atau berbisnis agar dapat mencapai suatu keuntungan atau keberkahan tidak hanya di dunia tetapi juga di akhirat kelak.