

Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kualitas Jaringan Pada Pengguna Kartu XL 4G

(Yunita Ayuastuti)

(UIN Mataram)

Email : yunitaayu01@gmail.com

Abstrak

Kegiatan dalam kajian ini yaitu terhadap kepuasan pelanggan yang menunjukkan bahwa pelanggan berhak untuk menuntut penjual atas ketidakpuasan dalam penggunaan kartu. Kemaslahatan yang dimaksud oleh penulis yaitu kepentingan para yang harus dilaksanakan sebagai pelaksana kebijakan tersebut. Kebijakan berarti sebuah aturan yang harus ditaati dan dipatuhi oleh pelanggan terikat dengan aturan yang dibuat dan berlaku untuk ditaati. Salah satu perubahan pesat yang terjadi adalah globalisasi, di mana negara-negara di seluruh dunia menjadi suatu kekuatan pasar yang semakin terintegrasi tanpa batas teritorial negara. Hal ini akan menyebabkan meningkatnya arus informasi yang memerlukan instrumen komunikasi untuk mempermudah kegiatan manusia, di antaranya adalah teknologi informasi. Teknologi informasi merupakan bagian dari perkembangan era informasi dan teknologi yang telah memudahkan pelaksanaan kegiatan-kegiatan bisnis usaha. Usaha yang terkendala akan menyebabkan kerugian besar dengan suatu masalah kartu.

Kata kunci: Kepuasan, Pelanggan, Kartu, Teknologi.

Abstract

The activities in this study are customer satisfaction, which shows that customers have the right to sue the seller for dissatisfaction with card use. The benefit referred to by the author is the interests of those who must implement the policy. Policy means a rule that must be obeyed and obeyed by customers, bound by the rules that are created and enforced to be obeyed. One of the rapid changes that is occurring is globalization, where countries around the world are becoming a market force that is increasingly integrated without national territorial boundaries. This will cause an increase in the flow of information which requires communication instruments to facilitate human activities, including information technology. Information technology is part of the development of the information and technology era

which has made it easier to carry out business activities. Businesses that are hampered will cause big losses with a card problem.

Keywords : Satisfaction, Customers, Cards, Technology.

Pendahuluan

Hukum sebagai aturan bersifat mengikat dalam mengatur kegiatan muamalah antara penjual dengan pembeli yakni usaha produsen untuk pengguna provider yakni pelanggan. Kegiatan usaha sebagai kegiatan dalam memberikan keuntungan lebih untuk produsen ketika memiliki pelanggan yang banyak. Hukum ekonomi syariah mengatur kegiatan perikatan untuk memberikan kepuasan pelanggan pengguna kartu.

Perkembangan manusia dewasa ini bergerak dengan pesat. Salah satu perubahan pesat yang terjadi adalah globalisasi, di mana negara-negara di seluruh dunia menjadi suatu kekuatan pasar yang semakin terintegrasi tanpa batas teritorial negara. Hal ini akan menyebabkan meningkatnya arus informasi yang memerlukan instrumen komunikasi untuk mempermudah kegiatan manusia, di antaranya adalah teknologi informasi. Teknologi informasi merupakan bagian dari perkembangan era informasi dan teknologi yang telah memudahkan pelaksanaan kegiatan-kegiatan bisnis di dunia dewasa ini.¹ Teknologi komunikasi yang semakin handal, efektif, dan ekonomis sudah menjadi kebutuhan yang mendasar karena sangat menunjang aktifitas.

Salah satu bentuk kehadiran teknologi komunikasi dan informasi di dunia dewasa ini adalah alat komunikasi *portable* berupa telepon genggam atau telepon seluler (*handphone*). Dengan kemudahan akses informasi siapa pun dapat menerima dan mengirim informasi apapun dengan cepat bagi siapa saja dan tidak terbatas oleh usia. Kehadirannya telah membawa dampak yang sangat besar bagi umat manusia. Dengan sinyal internet yang disediakan beberapa penyedia layanan informasi (*provider*) semakin terus berkembang dalam hal kecepatan dan jaringannya, membuat pemegang telepon genggam dapat dengan mudah membukanya kapan pun dan di manapun.

Telepon genggam seolah-olah telah menjadi kebutuhan wajib yang harus dimiliki oleh setiap orang. Ia membawa berbagai kandungan informasi, pesan-pesan yang dalam kecepatan tinggi dapat menyebar ke seluruh pelosok dunia. Menjadi alat bagi berbagai kelompok untuk

¹ Nela Evelina, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomselflexi," (Diponegoro Journal of Social and Politic, 2012), hlm.2.

menyampaikan berbagai pesan untuk bermacam kalangan masyarakat. Sekarang ini bahkan dapat berkomunikasi tanpa harus bertatap muka secara langsung dalam suatu tempat tertentu menggunakan media ini. Berbagai kemudahan lainnya juga berkembang dengan seiring berkembangnya spesifikasi kelebihan fitur-fitur yang dimiliki dan ditampilkan oleh setiap telepon genggam masing-masing.²

Banyaknya provider di Indonesia memberikan layanan dan kemudahan untuk mengakses internet. Mereka menggunakan strategi masing-masing dan saling berlomba untuk mendapatkan konsumen maupun mempertahankan konsumen dengan tujuan memperoleh laba dari hasil penjualannya. Kualitas layananpun menjadi salah satu aspek dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut. Internet tak lagi dipandang sebagai sebuah kebutuhan sekunder, tetapi sudah menjadi kewajiban. Tak dapat dipungkiri jika internet adalah hal yang sangat melekat kepada masyarakat.³

Dalam suatu bisnis terdapat risiko, ketidakpastian, dan saling ketergantungan, sehingga biasanya konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk berdasarkan pengalaman pembelian masa lalu, nasihat teman dan rekan, serta informasi dan janji dari pemasar mengenai produk yang ditawarkan. Penjual harus memberikan informasi produk yang cukup jelas dan lengkap, dengan begitu akan menimbulkan kepercayaan konsumen untuk membeli.⁴ Sehingga konsumen atau pelanggan dapat merasakan kepuasan dalam menggunakan produk tersebut. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan oleh pemakainya.⁵

Adapun faktor-faktor pendorong kepuasan diantaranya adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional serta biaya dan kemudahan.⁶ Dalam hal ini diharapkan dengan adanya faktor pendorong kepuasan dalam suatu produk maka pelanggan akan merasa puas atas produk yang telah dipergunakannya.

² S. Bekti Istiyanto, "Telepon Genggam dan Perubahan Sosial,"(Jurnal Komunikasi, 01 2016), hlm.59.

³ Melinda Permata Putri, "Analisis Kualitas Jaringan Seluler Terhadap Jasa Provider di Kota Samarinda,"(Jurnal Politeknik Negeri Balikpapan, 2017), hlm.322.

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran ed.13* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), 139

⁵ Tjiptono (2004: 146)

⁶ Daryanto (2014: 53-54)

Pembahasan

A. Kualitas

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁷ Menurut Waode sebagaimana dikutip oleh Aprillia Bunga Cindy kualitas jaringan adalah suatu titik yang menghubungkan antara satu titik dengan titik lainnya dengan adanya koneksi yang tersedia sehingga dapat melakukan komunikasi antar orang lain untuk menyampaikan suatu informasi.

Telepon terdiri dari 2 jenis yaitu telepon kabel (Wireline) dan telepon akses tanpa kabel/ Flexi (Wireless). Sesuai dengan jenis telepon maka jaringan teleponpun juga dibedakan. Untuk jaringan telepon kabel (Wireline) terdapat dua jenis jaringan telekomunikasi yaitu jaringan penghubung (jarhub) dan jaringan lokal (jarlok). Jaringan penghubung yaitu jaringan yang menghubungkan antar sentral telekomunikasi. Adapun jarhub sendiri terdiri dari dua macam, yakni:

- 1) Jaringan Mata Jala Jaringan mata jala menghubungkan suatu sentral dengan setiap sentral yang ada dalam suatu wilayah. Kelebihan jaringan ini, apabila hubungan suatu sentral dengan sentral yang lain putus, sentral yang lain tidak akan terisolir karena dapat menggunakan hubungan sentral yang tidak putus untuk dapat berhubungan dengan sentral lainnya. Hanya saja jaringan ini membutuhkan biaya yang sangat mahal.
- 2) Jaringan Star Jaringan star menghubungkan semua sentral yang ada dengan pusat sentral. Apabila salah satu hubungan dalam jarhub ini putus maka sentral yang bersangkutan akan terisolir.
- 3) Jaringan Lokal (jarlok) adalah jaringan yang menghubungkan dari sentral menuju pesawat telepon dalam suatu sentral telekomunikasi. Ada dua macam jarlok yaitu:
 - a) Jaringan Langsung adalah jaringan yang menghubungkan langsung dari sentral menuju ke kotak pembagi tanpa melalui rumah kabel. Dari kotak pembagi dihubungkan menuju ke pesawat telepon. Kelemahan jaringan ini adalah sulit melokalisir gangguan. Jaringan semacam ini jarang digunakan.
 - b) Jaringan Tak Langsung Jaringan tak langsung adalah jaringan yang menghubungkan sentral dengan kotak pembagi melalui rumah kabel (RK). Kemudian dari kotak pembagi dihubungkan ke pesawat telepon.

B. Pelanggan

Dalam pengertian sehari-hari yang dimaksud dengan pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang atau jasa secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan

⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 143.

secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan bisnis.

Dilihat dari segi perbaikan kualitas, definisi pelanggan adalah setiap orang yang menuntut pemberian jasa untuk memenuhi suatu standar kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberikan pengaruh pada performa pemberi jasa tersebut. Dengan kata lain, pelanggan adalah orang-orang atau pembeli yang tidak tergantung pada suatu produk, tetapi produk yang tergantung pada orang tersebut. Oleh karena itu pelanggan ini pembeli atau pengguna suatu produk harus diberikan kepuasan.⁸

Jenis-jenis Pelanggan

- Pelanggan internal adalah orang-orang atau pengguna produk yang berada di dalam perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap maju mundurnya perusahaan.
- Pelanggan perantara adalah setiap orang yang berperan sebagai perantara produk, bukan sebagai pemakai. Komponen distributor, seperti agen koran yang memasarkan koran merupakan contoh pelanggan perantara.
- Pelanggan eksternal adalah setiap orang atau kelompok orang pengguna suatu produk (barang/jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan bisnis. Pelanggan eksternal inilah yang berperan sebagai pelanggan nyata atau pelanggan akhir.⁹

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu usaha. Hal ini telah menjadi kepercayaan umum karena dengan memuaskan pelanggan, organisasi dapat meningkatkan keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kepuasan pelanggan adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan pula sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.¹⁰

Tjiptono menyatakan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan oleh pemakainya.¹¹ Menurut Yamit, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan.¹²

Menurut Kotler, kepuasan pelanggan dapat diukur dengan indikator berikut ini:

- Adanya minat pembelian ulang
- Kesediaan untuk merekomendasikan

⁸ (Daryanto, 2014: 49).

⁹ Daryanto, 2014: 49-50).

¹⁰ (Daryanto, 2014: 90).

¹¹ Tjiptono (2004: 146)

¹² Yamit (2004: 78)

- Keluhan atau complain terhadap layanan atau produk yang didapat.¹³

Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi atas kualitas jasa, persepsi atas harga, serta faktor situasional dan faktor personal.¹⁴ Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas produk atau barang-barang yang diberikan pada pelanggan dalam proses penyerahan jasa. Faktor-faktor pendorong kepuasan adalah sebagai berikut:¹⁵

- Kualitas produk
- Harga
- Kualitas pelayanan
- Faktor emosional
- Biaya dan kemudahan

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemakai jasa (pelanggan) yang puas akan cenderung membeli jasa tersebut di lain kesempatan disamping itu mereka juga akan mengatakan hal-hal yang baik mengenai jasa atau perusahaan kepada orang lain. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan indikator berikut ini:

- 1) Adanya minat pembelian ulang
- 2) Kesediaan untuk merekomendasikan
- 3) Keluhan atau complain

Kegiatan Produsen terhadap layanan atau produk yang didapat Melalui penyebaran informasi yang baik mengenai jasa dan citra perusahaan yang dilakukan dari mulut ke mulut oleh pelanggan yang puas ini diharapkan akan dapat mempengaruhi calon pembeli menjadi pembeli, dan pembeli menjadi pelanggan. Dengan demikian hal ini akan meningkatkan jumlah pelanggan sekaligus akan meningkatkan pangsa pasar serta jumlah penjualan sehingga memberikan keuntungan dalam jangka panjang bagi perusahaan.¹⁶

C. Teknologi 4G

Jaringan 4G merupakan teknologi terbaru yang dikelola lebih efisien dengan frekuensi yang berbeda dengan teknologi sebelumnya yaitu 3G dan 2G, sehingga pengguna 4G dapat merasakan jaringan yang lebih cepat dan stabil. Jaringan 4G (*4G network*) adalah generasi keempat jaringan nirkabel untuk komunikasi mobile. Jaringan ini dimaksudkan sebagai solusi jaringan komunikasi yang komprehensif dan aman dengan kecepatan data yang jauh lebih cepat dari generasi sebelumnya.

¹³ Kotler (2000: 23)

¹⁴ Daryanto (2014: 90),

¹⁵ (Daryanto, 2014: 53-54)

¹⁶ Kotler dan Armstrong. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: PT Prenhallindo. Hal 65

4G adalah singkatan dari istilah dalam Bahasa Inggris yaitu *Fourth-Generation Technology*. Istilah ini umumnya digunakan mengacu kepada standar generasi keempat dari teknologi telepon seluler. 4G merupakan pengembangan dari teknologi 3G dan 2G. Sistem 4G menyediakan jaringan pita lebar ultra untuk berbagai perlengkapan elektronik, contohnya telporn pintar dan laptop yang menggunakan modem USB.

Sistem 4G menyediakan solusi IP (*Initiation Protocol*) yang komprehensif dimana suara, data, dan arus multimedia dapat sampai kepada pengguna kapan saja dan di mana saja, pada rata-rata data lebih tinggi dari generasi sebelumnya. Terdapat beberapa pendapat yang ditujukan untuk 4G yaitu 4G akan merupakan sistem berbasis IP terintegrasi penuh. Hal tersebut akan dicapai setelah teknologi kabel dan nirkabel dapat dikonversikan dan mampu menghasilkan kecepatan 100Mb/detik dan 1Gb/detik baik dalam maupun luar ruang dengan kualitas premium dan keamanan tinggi. 4G akan menawarkan segala jenis layanan dengan harga yang terjangkau.

Setiap handset 4G akan langsung mempunyai nomor IP v6 dilengkapi dengan kemampuan untuk berinteraksi *internet telephony* yang berbasis *Session Initiation Protocol* (SIP). Semua jenis radio transmisi seperti GSM, TDMA, EDGE, CDMA 2G, 2.5G akan dapat digunakan, dan dapat berintegrasi dengan mudah dengan radio yang dioperasikan tanpa lisensi seperti IEEE 802.11 di frekuensi 2.4GHz & 5-5.8Ghz, *bluetooth* danselular.¹⁷ Jaringan 4G secara spesifik diarahkan untuk menyediakan layanan berkualitas tinggi dan kecepatan transfer data yang tinggi pula. Jaringan ini ditujukan untuk memberikan kualitas penerimaan yang lebih baik, aliran transfer data lebih stabil, serta pertukaran informasi lebih cepat. *International Telecommunication Union* (ITU) atau organisasi yang mengawasi standar untuk jaringan nirkabel menyatakan bahwa kemajuan signifikan untuk layanan pesan multimedia, termasuk layanan video, merupakan suatu hal yang harus segera dicapai. 4G mampu memberikan kecepatan transfer data minimal 100 megabit perdetik.¹⁸ Jaringan komunikasi di Indonesia sangat terjangkau dengan suatu kebutuhan dengan permainan kegiatan usaha. Berbagai kartu jaringan pun beranekaragam dalam menarik pembeli melakukan transaksi pembelian kartu jaringan.

D. Hukum Ekonomi Syariah

Kegiatan perekonomian sebagai suatu transaksi bermuamalah dalam melaakukan kegiatan ibadah. Produsen melakukan kegiatan jualbeli dengan konsumen atau pelanggan. Adanya perjanjian yang baik oleh produsen atau penjual kepada konsumen atau pelanggan, maka akan timbul suatu kemaslahatan bersama untuk memberikan kepuasan pembelian kartu kepada pelanggan.

Hukum ekonomi syariah menyebutkan bahwa kegiatan dalam usaha atau transaksi antara penjual dan pembeli barang merupakan al -muawadhat yakni segala aktifitas

¹⁷ (<https://id.wikipedia.org/wiki/4G>)

¹⁸ (<http://www.teknokita.com/apa-itu-4g-lte/>).

pertukaran harta asset berbentuk ril maupun nonril meliputi pertukaran harta dengan harta benda dengan benda, maupun benda dengan manfaat. Pada prinsipnya akad pertukaran ini hukumnya adalah mubah sepanjang dilakukan atas hal-hal yang halal dan dilaksanakan dengan cara yang tidak bertentangan dengan ketentuan syariah. Sifat dari akad ini adalah keuntungan yang diperoleh oleh penjual mesti diketahui dan ditetapkan di awal. Karena harga jual mesti pasti dan disepakati pada saat transaksi. (*natural certainty*).¹⁹ kegiatan penjual dan pembeli kartu sebagai kegiatan yang tidak bertentangan dan sesuai dengan keinginan penjual dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan tanpa adanya unsure tipu muslihat. Maka jelas bahwa ketika didalam perjanjian kartu tersebut tidak lelet, dan berjangka panjang. Kegiatan tersebut sudah benar, namun akan berbanding terbalik ketika ucapan penjual tidak sesuai dengan kenyataan. Penjual dalam hal ini akan dikatakan sebagai produsen dengan transaksi yang bertentangan, sehingga kegiatan jualbeli bisa dilaporkan.

Jual beli adalah tukar menukar barang dengan barang atau uang dengan barang atas dasar saling rela yang melibatkan aktivitas menjual dan membeli harta lewat suatu proses ijab dan Kabul atas segala sesuatu yang dimiliki dan dapat dimanfaatkan berdasarkan kebiasaan (*urf*) dan tidak dilarang oleh syariat islam. Dengan konsekuensi terjadinya pelepasan hak kepemilikan dari satu pihak ke pihak yang lain.²⁰

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah KHES Pasal 93 disebutkan bahwa dalam jual beli yang fasad. Masing-masing pihak mempunyai hak untuk membatalkan akad jual beli. Jika pembeli telah mengubah barang yang telah diterimanya, maka ia tidak punya hak untuk membatalkan jual beli.²¹

Kesimpulan

Perkembangan manusia dewasa ini bergerak dengan pesat. Salah satu perubahan pesat yang terjadi adalah globalisasi, di mana negara-negara di seluruh dunia menjadi suatu kekuatan pasar yang semakin terintegrasi tanpa batas teritorial negara. Hal ini akan menyebabkan meningkatnya arus informasi yang memerlukan instrumen komunikasi untuk mempermudah kegiatan manusia, di antaranya adalah teknologi informasi.

Ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan oleh pemakainya. Jual beli adalah tukar menukar barang dengan barang atau uang dengan barang atas dasar saling rela yang melibatkan aktivitas menjual dan membeli

¹⁹ Andri Soemitra, Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer. Jakarta : Kencana, 2019., Hlm 72.

²⁰ Ibid., hal 75.

²¹ Andri Soemitra, Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer. Jakarta : Kencana, 2019., Hlm 85.

harta lewat suatu proses ijab dan Kabul atas segala sesuatu yang dimiliki dan dapat dimanfaatkan berdasarkan kebiasaan (*urf*) dan tidak dilarang oleh syariat islam.

Daftar Pustaka

Andri Soemitra, Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer. Jakarta : Kencana, 2019.

Kotler dan Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: PT Prenhallindo.

Melinda Permata Putri, “*Analisis Kualitas Jaringan Seluler Terhadap Jasa Provider di Kota Samarinda*,”(Jurnal Politeknik Negeri Balikpapan, 2017).

Nela Evelina, “*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel*,”(Diponegoro Journal of Social and Politic, 2012).

S. Bekti Istiyanto, “*Telepon Genggam dan Perubahan Sosial*,”(Jurnal Komunikasi, 01 2016).

Melinda Permata Putri, “*Analisis Kualitas Jaringan Seluler Terhadap Jasa Provider di Kota Samarinda*,”(Jurnal Politeknik Negeri Balikpapan, 2017).

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran ed.13* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009).