

## Persaingan Perdagangan *Blue Ocean* Kuota Internet dan WiFi Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Aspek *Gharar* dan *Riba*

Azka Ni'mal Muna<sup>1\*</sup>, Dwi Putri Restuti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kudus

\*Email korespondensi: [munazka293@gmail.com](mailto:munazka293@gmail.com)

### Abstract

*In the business world can not be separated from the name of competition, in competition there are times when it is tight and dense and some are not yet dense, from this research discusses the competition of blue ocean trade in internet quota and WiFi in the perspective of Islamic economics; aspects of gharar and usury, the purpose of this study is none other than to find out with the competition of internet quota and WiFi in terms of Islamic economic perspective, whether there are elements of gharar and usury in the competition. The method used in this research uses descriptive qualitative research methods, researchers try to describe, record, and analyze phenomena that have recently occurred in society, the approach method uses a phenomenological approach. The results of the study found that there is no element of gharar and usury in the blue ocean trade competition that occurs in internet quota and WiFi, from the perspective of Islamic economics this competition is allowed, because there is no element of fraud or additional interest rates that exist in the practices and transactions carried out from internet quota and WiFi. It can be concluded that this blue ocean trade competition is one of healthy competition.*

**Keywords:** Competition, Trade, Blue Ocean, Gharar and Riba

**Saran sitasi:** Muna, A. N., & Restuti, D. P. (2024). Persaingan Perdagangan *Blue Ocean* Kuota Internet dan WiFi Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Aspek *Gharar* dan *Riba*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1373-1382. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13248>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13248>

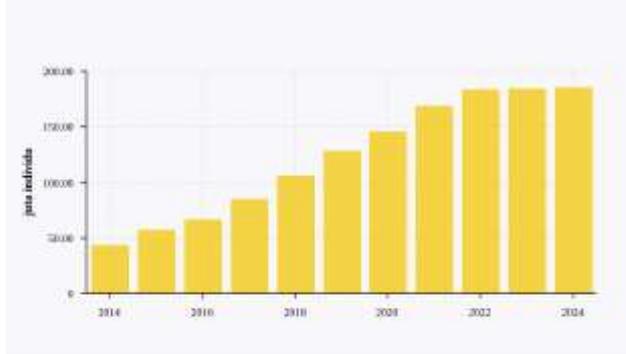
### 1. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman yang segala sesuatu berbasis online, membuat para masyarakat membutuhkan jaringan internet dalam beraktivitas sehari-hari dalam mengoperasikan alat ataupun sistem yang memerlukan koneksi jaringan internet (Zis et al., 2021). Seperti halnya aplikasi-aplikasi yang membutuhkan akses jaringan internet yaitu seperti, WhatsApp, YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok (Fransiska et al., 2021). Beberapa aplikasi tersebut membutuhkan akses jaringan internet dalam pengoperasiannya, dan adanya toko atau aplikasi online yang sudah marak di masyarakat menjadikan jaringan merupakan suatu kebutuhan yang paling utama dalam aktivitas sehari-hari masyarakat dalam bermedia sosial (Mahendra et al., n.d.).

Di era zaman perkembangan dan kemajuan teknologi yang serba digital seperti saat ini, industri telekomunikasi internet telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang berkembang sangat pesat

(Puslitbang et al., 1011). Akan tetapi dari perkembangan pesatnya industri ini adanya persaingan antara penyedia jaringan internet yang berupa kuota internet dan layanan WiFi. Di dalam kuota internet yang telah disediakan oleh beberapa jaringan provider yang berbeda-beda, seperti contoh Indosat, Telkomsel, Smartfren, XL, dan Three. Dan juga dalam jaringan Wifi yang disediakan berbeda-beda, seperti Indihome, Telkomsel, Biznet, dan CBN (Fitria & Prihanto, 2018). Dari beberapa jaringan kuota internet dan WiFi yang telah disediakan oleh beberapa perusahaan yang bergerak pada bidang telekomunikasi internet membuat para pengguna internet sangat terbantu, karena adanya kuota internet dan jaringan WiFi yang berbeda-beda memberikan kemudahan pengguna internet dalam mengakses media sosial, dan pada dasarnya berbeda tempat berbeda kualitas jaringan yang disediakan dari provider kuota internet maupun WiFi (Ruth, 2013). Jumlah total masyarakat Indonesia yang

menggunakan jaringan internet diawal tahun 2024 ini sebanyak 185 juta jiwa(databoks.katadata.co.id).



**Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet Indonesia**

Sumber Data: Data Boks, diolah.

Dan sekarang WiFi lebih diminati masyarakat daripada kuota internet, karena jaringan lebih terjangkau dan harga yang lebih terjangkau pada tagihan bulannya(Agung et al., 2014).

Meskipun demikian, di dalam canggihnya teknologi seperti jaringan WiFi menjadikan salah satu pesaing dari kuota internet, karena jaringan WiFi menyediakan jasa pelayanan jaringan internet yang menjamin kepada para penggunanya(Teknologi et al., 2019), salah satu jaminan yang ditawarkan yaitu sebagai pengguna WiFi mendapatkan kualitas jaringan Mbps sesuai keinginan pengguna dengan harga yang terjangkau, dengan jaminan yang ditawarkan oleh beberapa perusahaan yang bergerak bidang jaringan WiFi menarik daya minat masyarakat untuk memakainya.

Dalam persaingan ini, konsep "*Blue Ocean Strategy*" menjadi relevan, mengacu pada strategi bisnis yang fokus pada penciptaan pasar baru atau pendekatan inovatif untuk memenangkan pangsa pasar(Lis Sintha, SE, MM, 2013). Dalam konteks ini, penyedia jasa telekomunikasi mencoba untuk memperluas pasar mereka dengan menghadirkan inovasi baru, termasuk dalam bentuk paket kuota internet dan layanan WiFi yang kompetitif.

Namun, di balik potensi keuntungan dari strategi *Blue Ocean* ini, ada beberapa aspek etis dan hukum yang perlu dipertimbangkan, khususnya terkait dengan prinsip-prinsip syariah dalam ekonomi islam. Aspek-aspek ini meliputi Gharar (ketidakpastian), dan Riba (bunga atau keuntungan).

Dari penelitian yang akan dibahas kali ini, pada penelitian sebelumnya dari (Nasikah et al., 2022) dengan judul Pendekatan Blue Ocean Strategi Dalam Persaingan Bisnis (Studi Empiris : Hidayatullah Herbal Center) Kota Semarang, dari hasil penelitian

tersebut Mendapatkan gambaran tentang penerapan *blue ocean strategy* di Toko Herbal Hidayatullah Center untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran, sehingga mengetahui perbandingan strategi yang dijalankan Toko H2C sebelum dan sesudah menerapkan *blue ocean strategy*. Dari penelitian sebelumnya belum ditemukan penelitian yang membahas terkait penelitian ini dan belum ditemukan adanya pembahasan yang spesifik dengan judul mengenai persaingan perdagangan *blue ocean* kuota internet dan WiFi dalam perspektif ekonomi islam aspek gharar dan riba. Dapat dilihat dari kenyataan dan fakta dilapangan yang ada, semakin meluasnya pengguna WiFi dapat mempengaruhi penjualan kuota internet yang dijual oleh konter-konter yang menjual kuota internet yang semakin berkurang karena adanya WiFi di dalam sebuah perdesaan, perkotaan, dan usaha-usaha yang sudah menggunakan WiFi dalam aktivitas sehari-harinya membutuhkan jaringan internet untuk mengakses segala sesuatu yang berhubungan dengan digital. Dan tujuan penelitian ini yaitu dengan adanya perdagangan persaingan kuota internet dan WiFi ditinjau dari perspektif ekonomi islam, apakah adanya unsur gharar dan riba dalam persaingan tersebut. Dan hasil dari penelitian dilakukan menunjukkan bahwa tidak adanya unsur gharar dan riba dalam persaingan perdagangan antara kuota internet dan WiFi.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1.1. Perdagangan

Menurut Bambang Utoyo menuturkan bahwa perdagangan yaitu suatu proses tukar menukar barang maupun jasa dari suatu wilayah kepada suatu wilayah tertentu, karena kegiatan sosial ini muncul karena adanya kebutuhan dan total sumber daya yang dimiliki wilayah tersebut(Irawan et al., 2016).

Bisnis perdagangan itu sendiri mempunyai berbagai jenis transaksi, salah satunya yaitu jual beli. Dalam dunia bisnis, jual beli tidak dapat dilepaskan dari aktivitas perdagangan, dimana jual beli merupakan aktivitas yang sangat umum dilakukan oleh manusia(Ahmadhariri, 2017). Bisnis perdagangan yang dilakukan harus juga mempertimbangkan hukum islam di dalamnya, seperti halnya praktik jual beli di dalam agama islam harus memenuhi dengan syariat-syariat hukum islam, prinsip syariah sama dengan prinsip dasar muamalah, dimana adanya larangan maysir, gharar, dan riba. Jika ada salah satu unsur larangan tersebut ada dalam

perdagangan secara hukum islam itu tidak diperbolehkann(ahmadhariri, 2017).

### **1.2. Persaingan**

Persaingan merupakan kata dasar dari kata "saing" yang artinya berlomba atau mengatasi, dahulu mendahului, dengan kata lain yaitu usaha untuk memperlihatkan keunggulan masing-masing yang dimiliki usaha perseorangan atau badan hukum yang membidangi perdagangan, produksi, atau pertahanan(Paulus Tahu et al., 2023).

Persaingan usaha atau bisnis yaitu perseteruan atau rivalitas pelaku usaha atau bisnis yang secara individual untuk berusaha mendapatkan pelanggan dengan cara menawarkan harga yang terbaik sama dengan kualitas dan jasa yang baik dan tidak diragukan kembali(Pura & Faridah, 2020). Persaingan bisnis juga dapat didefinisikan sebagai suatu bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis yang diharapkan mendapatkan posisi yang terbaik dan serta mendapatkan profit dalam menjalankan bisnisnya(Khatimah et al., 2024).

Sedangkan persaingan usaha atau bisnis dalam Islam ini merupakan kompetisi yang diperbolehkan secara syariat agama islam(Takhim, 2016), yang terpenting asalkan persaingan tersebut dilakukan secara sehat, akan tetapi jika dalam persaingan tersebut adanya unsur monopolistik atau kecurangan dalam mengambil keuntungan, maka secara agama islam tidak memperbolehkan akan hal tersebut. Konsep yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an tentang persaingan usaha atau bisnis yang baik itu harus dilakukan dengan cara sportif dengan cara berkontribusi dengan baik di dalam bisnisnya, dan tidak ada niatan untuk menjatuhkan usaha orang lain(Hofifah et al., 2020).

Persaingan usaha atau bisnis yang sehat akan menjamin keseimbangan antara hak-hak yang harus dipenuhi baik produsen maupun konsumen(Effendi, 2020). Indikator dari persaingan sehat dapat dilihat dari seberapa banyak produsen, harga pasar yang ditentukan berdasarkan keseimbangan antara permintaan dan penawaran, peluang yang dimiliki sama dengan setiap usaha yang lain, baik itu dalam bidang industri maupun perdagangan. Persaingan yang sehat akan menguntungkan semua pihak yang terlibat di dalamnya, baik dari produsen, pelanggan, dan pengusaha kecil, karena hal tersebut akan menghindari suatu hal yang tidak diinginkan salah satu pihak tertentu(Latif, 2017).

### **1.3. Blue Ocean**

Istilah *Blue ocean* (samudera biru) muncul dari Kim dan Mauborgne mencoba mendefinisikan sebagai unsur persaingan disuatu ruang pasar yang baru dan belum terlalu ketat. Istilah *Blue ocean* tertuju kepada sebuah industri atau pasar yang belum ditemukan persaingan yang sangat ketat sekali, permintaan pasar *blue ocean* itu sendiri masih proses diciptakan dan tidak diperebutkan, sehingga besarnya pasar dan permintaan menjadi tidak terbatas (Kim&Mauborgne,2014).

Sebaliknya istilah *Red ocean* (samudera merah) yaitu dimana kondisi ruang pasar dalam persaingannya sudah sangat ketat, seakan-akan sampai berdarah-darah merah yang sangat pekat kemerahannya(Sunarto & Hasibuan, 2007).

Kim dan Mauborgne (2005) secara garis besar membagi *Blue Ocean Strategy* menjadi 6 prinsip strategi yaitu:

- a. Merekonstruksikan batasan – batasan pasar
- b. Fokus pada gambaran besar, bukan pada angka
- c. Menjangkau melampaui permintaan yang ada
- d. Melakukan rangkaian strategis dengan tepat
- e. Mengatasi hambatan – hambatan utama dalam organisasi
- f. Mengintegrasikan eksekusi ke dalam strategi

### **1.4. Gharar**

Gharar secara bahasa yaitu resiko atau bahaya. Gharar berasal dari bahasa arab yaitu *ghara*, *taghrir* atau *yaghara* yang berarti menipu seseorang dan membuat seseorang berminat untuk berbuat kecurangan(Al-Suwailem, 2000), salah satu contoh gharar adalah menukarkan sesuatu benda dengan benda lain dengan adanya unsur yang tidak diketahui atau tersembunyi untuk tujuan yang merugikan atau membahayakan orang lain(Royyan Ramly, 2019). Bahkan secara terus terang, Hashim Kamali menyebutnya perlakuan seperti itu dengan *khid'ah*, yang berarti penipuan.

Dalam agama islam sendiri telah mengatur perilaku kehidupan umatnya yang sesuai dengan syariat agama islam dan salah satu syariat agama tersebut adalah menghindari atau meninggalkan jual beli yang mengandung unsur gharar(Sofiah Rahmawati et al., 2023). Gharar dilarang bukan hanya karena adanya resiko, ketidakpastian, tetapi terutama karena ada kaitannya dengan tindakan memakan harta dan merugikan orang lain dengan cara yang tidak baik dan benar(Mohammad Nawir, 2021).

### 1.5. Riba

Kata riba berasal dari bahasa Arab, secara etimologis berarti bertambah (*al-ziyadah*), tumbuh (*an-numuw*), meningkat/menjadi tinggi (*al-'uluw*), menjulang (*al-rif'ah*) dan bertambah (*al-rima*) (Prodi et al., 2022). Sehubungan dengan arti riba secara etimologis tersebut, ada ungkapan orang Arab kuno menyatakan riba seperti ini: *arba fulan 'ala fulan idza azada 'alaihi* (seorang melakukan riba terhadap orang lain jika di dalamnya terdapat unsur tambahan) atau disebut *liyarbu ma a'thaythum min syai'in lita'khuzu aktsara minhu* (mengambil dari sesuatu yang kamu berikan dengan cara berlebih dari apa yang diberikan) (Timorita YuliantV, 2016)

Sedangkan riba secara terminologis, secara umum riba diartikan sebagai melebihi keuntungan (harta) dari salah satu pihak kepada pihak lain dalam transaksi jual beli, pertukaran barang, hutang piutang dengan menambahkan tambahan dengan jumlah yang belum tahu disepakati sebelumnya (Badruzaman & Sabili Bandung, 2019).

Dalam agama islam melarang riba dalam Al-Qur'an dengan 4 tahap :

- a. Tahap pertama, islam menolak bahwa pinjaman riba yang secara lahiriyah seolah-olah membantu seseorang yang sedang membutuhkan, sebagai suatu perbuatan mendekat kepada Allah.
- b. Tahap kedua, riba menggambarkan sesuatu yang buruk, Allah mengancam akan memberi balasan yang berat kepada orang-orang yang melakukan riba.
- c. Tahap ketiga, riba diharamkan karena adanya suatu tambahan yang berlipat ganda.
- d. Tahap keempat, Allah dengan tegas mengharamkan apapun jenis tambahan yang diambil dari pinjaman atau hutang piutang (Timorita YuliantV, 2016).

### 2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dimana peneliti berusaha mendeskripsikan, mencatat, dan menganalisis fenomena yang baru-baru ini terjadi pada masyarakat (Yuliani, 2018). Peneliti terjun langsung ke lokasi untuk wawancara kepada 5 informan pada tanggal 16-17 April 2024 dengan melihat dan meneliti permasalahan yang ada, untuk lokasi yang diteliti kali ini bertempat di Desa Tuwang Kecamatan Karanganyar Kabupaten Demak, yang dimana di dalam desa tersebut mendapati temuan studi

kasus permasalahan yang dirasakan hampir sama pada beberapa pemilik usaha penjual kuota internet. Metode pendekatannya sendiri menggunakan pendekatan fenomenologi yang merupakan salah satu jenis metode penelitian kualitatif yang membahas tentang beberapa pendapat, pemikiran, terhadap permasalahan-permasalahan yang ada berbagai perbedaan perspektif ekonomi islam dalam aspek gharar dan riba (Nasir et al., 2023). Untuk jenis atau tipe sumber data penelitian menggunakan data primer dan sekunder. Perolehan data primer yang dilakukan peneliti menggunakan cara wawancara terjun langsung ke lokasi, dalam pengumpulan data primer peneliti mendapatkan responden dari pemilik usaha kuota internet, pengguna kuota internet, dan wawancara kepada para pengguna WiFi didalam desa tersebut. Untuk data sekunder yang diperoleh peneliti dari databoks yang menjelaskan total pengguna inetnet di dalam negara Indonesia pada awal tahun 2024 ini. Teknik analisis data yang dilakukan peneliti menggunakan analisa deskriptif yang mendeskripsikan fenomena berupa sajian dalam bentuk uraian.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil Penelitian

Dalam hasil dan pembahasan berikut ini, peneliti akan menyajikan gambaran secara umum dari beberapa informan dalam pengumpulan data melalui proses wawancara yang telah dilakukan. Data yang telah didapatkan kemudian akan menjadi landasan sebagai bahan acuan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, dengan cara mengolah dan menganalisis data yang peneliti dapatkan. Maka untuk menganalisis data dalam penelitian, diperlukan analisis data kualitatif deskriptif.

Tabel 1. Data Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Ainur Rofiq Shofi	Laki-laki	26 tahun	Pemilik Konter
2	Agus Pratama	Laki-laki	28 tahun	Pemasang WiFi
3	Rian Wahyu Saputra	Laki-laki	20 tahun	Mahasiswa
4	Mudhofiroh	Perempuan	35 tahun	Pedagang
5	Hasan Fahri	Laki-laki	20 tahun	Mahasiswa

Sumber Data : Hasil Wawancara dengan Informan

## **Gambaran Umum**

Kuota Internet dan WiFi di zaman sekarang menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia yang mempunyai handphone atau alat yang membutuhkan jaringan internet untuk mengakses dan menggunakannya, kedua usaha ini telah bersaing baru-baru ini tepatnya peneliti melakukan penelitiannya di Desa Tuwang Kecamatan Karanganyar Kabupaten Demak. Dampak salah satu persaingan ini ada salah satu pihak yang diuntungkan dan ada salah satu pihak yang merasa dirugikan, akan tetapi persaingan bisnis itu merugikan salah satu pihak atau kedua belah pihak, karena pada dasarnya persaingan dalam usaha merupakan hal yang wajar, tergantung bagaimana cara menyikapinya dan mengubah strategi dalam pemasarannya. Karena setiap usaha pasti mempunyai strategi masing-masing dalam menjalankan bisnisnya, seperti halnya kasus yang diangkat dalam penelitian ini.

Kuota internet dan WiFi juga sama-sama menyediakan jaringan internet yang sangat meluas, khususnya di negara Indonesia ini, akan tetapi tidak semua tempat dapat mengakses jaringan internet, karena ada beberapa desa maupun kota masih belum dapat dijangkau oleh akses jaringan internet dengan berbagai pertimbangan medan yang sulit dijangkau karena pelosok dan terpencil. Faktor tersebut akan menghambat kualitas jaringan internet yang akan diakses oleh penggunanya, seperti halnya contoh jaringan internet membutuhkan tower untuk memancarkan sinyalnya di daerah tertentu, jika jangkauan dari pancaran sinyal tersebut terbatas, maka daerah yang jauh dari tower tersebut akan kesulitan untuk menjangkau sinyal yang kuat dengan kualitas yang maksimal. Sama dengan halnya WiFi, pada saat pengguna jaringan tersebut jauh dengan jarak routernya, maka sinyal akan hilang karena jarak sinyal dengan routernya juga terbatas.

## **3.2. Pembahasan**

### **3.2.1. Analisis Persaingan**

Adanya persaingan dalam menjalankan usaha merupakan hal yang wajar, pada dasarnya usaha tidak akan lepas dari adanya pesaing, seperti halnya pemilik konter kuota internet yang berada di Desa Tuwang Kecamatan Karanganyar Kabupaten Demak ini mempunyai pesaing yaitu jaringan WiFi, berdasarkan studi kasus yang ada pada tempat penelitian, di dalam desa tersebut ditemukan adanya persaingan antara penjual kuota internet dengan jasa jaringan WiFi yang

telah berjalan sekitar kurang lebihnya 2 tahun terakhir, dapat dilihat dari segi penjualan kuota internet yang sedikit menurun dengan adanya beberapa pelanggan kuota internet yang beralih ke dalam jaringan WiFi, berdasarkan hasil wawancara dengan Ainur Rofiq Shofi (pemilik konter) pada tanggal 16 April 2024 menuturkan bahwa;

*"Akan tetapi akhir-akhir ini masyarakat sudah pada beralih menggunakan WiFi daripada kuota internet, dikarenakan dari beberapa provider kuota internet yang sering mengalami kenaikan secara tiba-tiba menjadikan masyarakat yang sebelumnya membeli dengan harga sekian, tiba-tiba sudah naik lagi. Dan jaminan masa penggunaan yang aslinya 1 bulan akan tetapi belum ada 1 bulan sudah habis itu juga salah satu permasalahan yang menjadikan masyarakat lebih minat WiFi daripada kuota internet."*

Dapat dilihat dari teori sebelumnya (Hofifah et al., 2020), dalam agama islam memperbolehkan adanya persaingan dalam usaha atau bisnis, akan tetapi persaingan yang diperbolehkan dalam agama islam yaitu persaingan yang tidak adanya unsur kecurangan dalam hal menjalankan usahanya, seperti halnya persaingan yang sehat pasti akan menjalankan aktivitas usahanya tanpa memperdulikan pesaing yang ada, karena pesaing itu sendiri dianggap sebagai bahan acuan seberapa bisa bertahan dan berkembang usaha yang dijalankannya. Dalam AL-Qur'an juga telah dijelaskan dalam menjalankan usaha menghadapi pesaing harus dilakukan tetap sportif tanpa adanya niat untuk menjatuhkan pesaing yang lain.

Akan tetapi dalam segi penjualan kuota internet pada konter tersebut masih dapat dikatakan stabil, karena dari pelanggan yang menggunakan jasa layanan WiFi juga masih menggunakan kuota internet dalam aktivitas kesehariannya, berdasarkan hasil wawancara dengan Ainur Rofiq Shofi (pemilik konter);

*"Untuk saat ini masyarakat masih banyak yang menggunakan kuota internet daripada WiFi, menurut salah satu pelanggan atau pengguna kuota internet masih merasa nyaman menggunakan kuota internet daripada WiFi, karena dirasa menggunakan kuota internet lebih puas bisa dibawa kemana aja, sedangkan kalau WiFi itu jangkauannya terbatas hanya sekitar kurang lebihnya 10-15 meter dari router alat WiFi yang dipasangkan dimasing-masing rumah."*

*Tapi aslinya pengguna WiFi pun masih menggunakan kuota internet dalam pemakaian sehari-harinya, seperti misalnya orang yang punya WiFi dirumah untuk digunakan pada saat dirumah, akan tetapi pada saat mereka keluar dari rumah pasti membutuhkan kuota internet untuk mengakses internet melalui handphone.”*

Jadi setiap usaha pasti ada pesaingnya, seperti halnya studi kasus dalam penelitian ini, akan tetapi pesaing dari kuota internet yaitu WiFi juga mempunyai kekurangan dalam jasa layanan internetnya, salah satunya jaringan WiFi tidak dapat menjangkau area yang jauh dari alat router WiFinya dan nantinya akan terputus jaringan WiFi dengan handphone seorang tersebut, kecuali komputer atau laptop yang telah disambungkan lewat kabel ke alatnya, sama seperti kuota internet yang memiliki kekurangan salah satunya kuota internet tidak dapat menjamin dalam penggunaannya setiap bulan, karena yang dapat mengatur penggunaan dari kuota internet itu sendiri dari pemilikinya. Kedua usaha tersebut juga mempunyai kekurangan yang sama yaitu pada jaringan sinyal internet yang dihasilkan pada saat listrik padam pasti sinyal yang dihasilkan akan sama-sama jelek jaringan internetnya. Tapi kuota internet masih bisa mengakses internet walaupun jaringannya jelek, untuk WiFi sudah tidak sama sekali, karena membutuhkan listrik yang hidup untuk menghidupkan alat router WiFinya tersebut.

### **3.2.2. Analisis Daya Minat (Perdagangan)**

Pada umumnya manusia tidak akan dapat lepas dari aktivitas muamalah, seperti jual beli atau perdagangan yang diperbolehkan secara syariat islam merupakan jual beli yang tidak ada unsur maysir, gharar, atau riba di dalam transaksinya, jika terdapat salah satu unsur tersebut, maka jual beli yang dilakukan tidak sah. Seperti halnya studi kasus yang terjadi ini, dari segi penjualan kuota internet oleh konter, daya minat beli masyarakat kepada kuota internet masih mendominasi daripada jaringan WiFi, karena dapat dilihat dari pengguna kuota internet di dalam desa tersebut masih banyak yang menggunakan kuota internet, dan setiap handphone yang dimiliki masyarakat pastinya membutuhkan kuota internet. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ainur Rofiq Shofi (pemilik konter) pada tanggal 16 April 2024 menuturkan bahwa;

*”Sejauh ini masyarakat masih pada minat dalam membeli kuota internet atau sering kita sebut*

*dengan voucher internet, karena kuota internet itu sendiri dizaman sekarang merupakan kebutuhan yang wajib bagi masyarakat yang membutuhkan jaringan internet dalam aktivitas sehari-harinya. Dari segi penjualannya sendiri kuota internet dari beberapa provider jaringan kuota internet seperti indosat, smartfren, telkomsel, XL, three masih tinggi, dan yang paling laku penjualannya yaitu indosat, karena sinyal indosat di daerah ini lebih bagus daripada jaringan yang lain.”*

Lalu berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pelanggan kuota internet, Ibu Mudhofiroh 16 April 2024 menyebutkan bahwa;

*”Yang saya rasakan sebagai pengguna kuota internet dalam kegiatan aktivitas sehari-hari nyaman-nyaman saja, karena saya lebih berminat menggunakan kuota internet, dan jika di handphone tidak ada kuota internetnya, saya merasa susah, karena zaman sekarang ini yang serba digital kuota internet menjadi salah satu kebutuhan yang harus terpenuhi, jika handphone tidak ada kuota internetnya paling merasa susah sendiri karena tidak dapat mengakses media sosial yang ada dalam handphone, seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, dll.”*

Dalam usaha perdagangan baik dibidang barang maupun jasa pasti ada salah satu dari keduanya yang nantinya akan diminati masyarakat setempat, seperti kuota internet dengan WiFi, untuk harga kuota internet lebih banyak pilihan harganya, dari harga yang terendah sampai harga yang tertinggi, akan tetapi untuk harga langganan WiFi setiap bulannya setidaknya diatas seratus ribu rupiah, dapat dikatakan bahwa pengguna WiFi itu sendiri untuk kalangan masyarakat menengah ke atas, sedangkan kuota internet dari kalangan paling bawah hingga paling atas juga dapat menggunakannya. Pada intinya daya minat dari kuota internet dan jasa layanan WiFi hampir sama-sama membutuhkan keduanya, akan tetapi tidak semua orang dapat membayar bulanan layanan WiFi, mungkin karena faktor keuangan yang tidak stabil, untuk kuota internet sendiri orang dapat memilih sesuai budget yang ada, karena banyak pilihan harga yang lebih rendah daripada jasa layanan WiFi tiap bulan.

### **3.2.3. Analisis Blue Ocean**

Dalam persaingan pangsa pasar yang belum terlalu ketat dan padat pada suatu wilayah dapat

disebut dengan *blue ocean*, seperti halnya pada persaingan kuota internet dan WiFi yang terjadi pada sebuah tempat, dimana tempat tersebut ditemukan adanya persaingan antara penjual kuota internet dengan penyedia jasa layanan WiFi, akan tetapi persaingan pasar masih dikuasai kuota internet yang masih diminati masyarakat, dan WiFi masih belum diminati banyak masyarakat ditempat tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan Agus Pratama (pemasang WiFi) pada tanggal 17 April 2024 menuturkan bahwa;

*"Kalau untuk di desa ini sendiri masih dapat dikatakan blue ocean, karena pengguna WiFi yang belum terlalu banyak dan padat sekali di dalam desa, walaupun masih blue ocean, strategi yang dilakukan perusahaan WiFi pada umumnya yaitu, setiap desa dipasang kabel yang melintas didalam desa tersebut. WiFi untuk di desa ini cukup banyak masyarakat yang berlangganan, kurang lebihnya ada sekitar 50 kepala rumah tangga dari sekitar 700 KK yang sudah berlangganan WiFi setiap bulannya, baik itu rumah masyarakat pribadi, kantor balai desa, toko-toko, hingga sekolah dasar."*

Lalu berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengguna WiFi, Rian Wahyu Saputra 17 April 2024 menyebutkan bahwa;

*Untuk perdagangan blue ocean sejauh ini terlihat masih belum padat-padat sekali, kalau untuk perdagangan kuota internet dengan sesama kuota internet sudah dapat dikatakan red ocean, akan tetapi untuk WiFi dengan kuota internet masih blue ocean, karena yang berlangganan dengan WiFi tidak semua rumah ada, untuk kuota internet pasti ada di setiap rumah dan masyarakat.*

Dari pernyataan yang telah disampaikan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam persaingan kuota internet dan WiFi di desa tersebut masih dapat dikatakan *blue ocean*, sesuai dengan teori sebelumnya dari (Kim&Mauborgne,2005). karena persaingan yang terjadi masih belum sangat ketat dan padat, dilihat dari pengguna kuota internet yang masih mendominasi dan pengguna WiFi yang masih sedikit, persaingan tersebut tidak ada salah satu pihak yang dirugikan, karena dua usaha tersebut masih berjalan seperti biasanya, hanya saja semenjak hadirnya WiFi didalam desa tersebut mengakibatkan penjualan kuota internet yang sedikit menurun, akan tetapi penjualan

atau pelanggan WiFi juga masih menggunakan kuota internet dalam aktivitas sehari-harinya. Pada intinya dua usaha tersebut juga tidak bisa terlepas dari usaha yang dijalankan, penjual kuota internet juga memakai jasa layanan WiFi, dari penyedia jasa layanan WiFi juga memakai kuota internet dalam aktivitas sehari-harinya, karena tidak selamanya jaringan WiFi itu dapat digunakan dimanapun tempat yang ditempati.

#### **3.2.4. Analisis Perspektif Ekonomi Islam : Aspek Gharar dan Riba**

Dalam agama islam muamalah, jual beli, perdagangan, persaingan telah diatur dalam agama tersebut, seperti halnya persaingan perdagangan kuota internet dan WiFi ini perlu dianalisis dan ditinjau dari perspektif ekonomi islam apakah ada unsur gharar dan riba atau tidaknya. Dari teori sebelumnya yang menjelaskan tentang gharar (kecurangan) dan riba (penambahan suku bunga), didalam proses transaksi penjualan dan pelayanan dari kuota internet dan WiFi tidak mengandung unsur gharar dan riba sama sekali, semisal adanya utang-piutang yang dilakukan oleh pembeli atau pelanggan pada tenggat waktu yang telah ditentukan tidak adanya penambahan suku bunga pada hutang tersebut, dan tidak ada unsur kecurangan yang dilakukan bik dari pembeli maupun penjual, berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, dari mulai pemilik konter, pemasang WiFi, pengguna kuota internet, dan pengguna WiFi menuturkan bahwa;

*"Dari pandangan agama islam untuk persaingan ini tidak ada unsur gharar maupun riba, karena dalam persaingan penjualan kuota internet dan WiFi tidak ada unsur gharar (kecurangan) dan riba (suku bunga). Pada umumnya para pelaku usaha, baik toko maupun perusahaan menginginkan keuntungan dari apa yang dijual, seperti penjual kuota internet pada umumnya hanya menjual kuota internet dari beberapa jaringan internet yang sudah disediakan perusahaan-perusahaan, dan tidak ada unsur curang dalam penjualannya, apalagi riba, karena penjual kuota internet hanya mengambil keuntungan yang sedikit dengan modal yang cukup lumayan besar, begitu juga dengan WiFi, tidak ada unsur gharar ataupun riba, karena WiFi juga sama-sama perusahaan yang menyediakan jasa layanan internet dan untuk pembayarannya tidak ada suku bunga tambahan yang diberikan kepada para penggunanya."*  
(Ainur Rofiq Shofi)

*"Persaingan itu sendiri merupakan hal yang wajar dalam dunia perdagangan atau bisnis, selagi dalam persaingan tersebut tidak ada unsur yang melanggar syariat agama islam diperbolehkan. Seperti halnya kuota internet dan WiFi ini, tidak ada unsur gharar atau riba, jadi persaingan blue ocean tidak termasuk dalam gharar dan riba, kecuali memang dari persaingan blue ocean kuota internet dan juga WiFi ada unsur curang atau penambahan suku bunga pembayaran itu tidak diperbolehkan secara agama islam."* (Hasan Fahri)

Dari penjelasan yang telah disampaikan dari beberapa informan tersebut, dan menurut (Badruzaman & Sabili Bandung, 2019) bahwa persaingan perdagangan kuota internet dan WiFi diperbolehkan secara syariat agama islam, karena tidak ada unsur gharar dan riba didalam transaksi, praktik, dan penggunaannya. Pada dasarnya seorang pebisnis atau pengusaha menginginkan keuntungan dari usaha yang dimilikinya, dan yang dilakukan penjual kuota internet dan jasa layanan jaringan WiFi ini tidak menggunakan kecurangan dan penambahan suku bunga dalam hal pembayarannya, atau dapat dikatakan pembayaran sesuai harga yang telah ditentukan sebelumnya. Sistem penjualan dan pembayaran yang dilakukan oleh penjual dan pembeli seperti pada umumnya transaksi jual beli yang diperbolehkan secara syariat agama islam, dan sudah jelas dari ketidakpastian (penipuan). dari perspektif ekonomi aspek gharar dan riba juga tidak ditemukan, karena dari strategi yang dilakukan oleh penjual itu tidak menggunakan kecurangan dalam menjalankan usahanya, penjual kuota internet maupun jasa layanan WiFi sudah mempunyai strategi masing-masing dalam menjalankan bisnisnya, sehingga dari kedua pihak tersebut tidak merasa dirugikan sama sekali, dapat dikatakan sama-sama untung dalam berjalannya usaha tersebut. Dan telah disebutkan bahwa riba dalam transaksi yang dilakukan tidak ada, karena dari penjual kuota internet dan penyedia jasa layanan WiFi tidak pernah menambahkan suku bunga dalam mengambil keuntungan yang non halal tersebut, keuntungan yang diambil masih umum, tidak pernah menambahi suku bunga jika tiba-tiba terjadi hutang-piutang yang dilakukan oleh penjual maupun pembeli.

Jadi dapat disimpulkan bahwa praktik perdagangan yang dilakukan penjual kuota internet dan WiFi ini tidak mengandung unsur gharar dan riba

sama sekali, dapat dilihat dari pelanggan kuota internet maupun pelanggan jasa WiFi tidak menemukan unsur-unsur gharar dan riba yang merupakan sebuah larangan dari syariat agama islam. Persaingan tersebut diperbolehkan secara agama islam, karena tidak ada kecurangan yang dilakukan oleh penjual kuota internet dan jasa layanan jaringan WiFi.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap usaha pasti ada yang namanya pesaing, tapi persaingan tersebut tidak selalu memberikan dampak yang negatif ke salah satu pelaku usaha. Seperti halnya pada usaha konter yang menjual kuota internet dan WiFi yang menyediakan jasa layanan jaringan internet tanpa batas, akan tetapi persaingan tersebut belum ketat dan padat yang ada pada dalam desa tersebut. Dapat disebut *blue ocean* sendiri merupakan persaingan usaha yang masih belum terlalu ketat dan padat pada suatu tempat tersebut.

Persaingan yang diperbolehkan yaitu persaingan yang sehat antara usaha satu dengan usaha yang lain, dalam usaha kuota internet dan WiFi ini tidaklah ada unsur persaingan yang dilarang oleh syariat agama islam, dapat ditinjau dari perspektif ekonomi islam, yang dimana persaingan yang ada unsur gharar atau riba, maka persaingan tersebut tidak diperbolehkan secara syariat agama islam.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti menemukan pembaharuan adanya studi kasus dalam suatu tempat, bahwa persaingan perdagangan yang dilakukan oleh penjual kuota internet dan penyedia jasa layanan jaringan internet WiFi ini ditinjau dari aspek ekonomi islam yang melarang adanya persaingan yang tidak sehat baik itu adanya kecurangan ataupun penambahan suku bunga itu tidak ada, karena persaingan perdagangan ini terlepas dari unsur gharar dan riba. Maka dari itu persaingan perdagangan yang dilakukan oleh penjual kuota internet dan penyedia layanan internet WiFi diperbolehkan secara syariat ekonomi islam, karena terbukti tidak adanya unsur gharar dan riba dalam praktik jual beli dan sistem transaksi pembayarannya.

Penelitian ini tidak terlepas dari kata sempurna, pasti adanya kelemahan-kelemahan yang peneliti kurang mengetahui sebelumnya, karena peneliti hanya mempunyai kemampuan yang sangat terbatas, sehingga adanya kekurangan yang dapat

mempengaruhi hasil penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti berharap adanya pengembangan dari penelitian ini agar memperoleh hasil penelitian yang lebih baik dari peneliti sebelumnya, dan dapat mendukung penelitian selanjutnya, sehingga nantinya dapat menambah wawasan dan pengetahuan dari seorang pembaca.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan artikel ini peneliti menyadari bahwa banyak pihak yang terlibat dalam penelitian dan penyusunan, dari mulai informan yang telah memberikan informasinya, dan pembimbing artikel yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada peneliti. Ucapan terimakasih disampaikan dari peneliti kepada semua informan dan pembimbing artikel ini dari awal sampai akhir, Terkhusus kepada pembimbing artikel ini, Dwi Putri Restuti, M.E, yang telah memberikan bimbingan ilmu, arahan, masukan dan saran terhadap penulis. Peneliti hanya dapat membalas dengan ucapan terimakasih dan mendoakan semoga selalu dalam lindungan Rahmat Allah *Subahanahu Wa Ta'ala* sehingga dapat terus memberikan ilmunya kepada peneliti-peneliti selanjutnya agar dapat tetap berkarya demi nama baik institusi.

## 6. REFERENSI DAFTAR PUSTAKA

Agung, E., Dosen, W., Program, T., Manajemen, S., & Ekonomi, F. (n.d.). *Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis*. Ahmadhariri, 601-1706-1-CE. 2017

Al-Suwailem, S. (2000). Towards An Objective Measure Of Gharar In Exchange. In *Islamic Economic Studies* (Vol. 7). <https://ssrn.com/abstract=3164801>

Badruzaman, D., & Sabili Bandung, S. (2019). *Riba Dalam Perspektif Keuangan Islam* (Vol. 1, Issue 2).

Effendi, B. (2020). *Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (Kppu) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat*. 4(1), 21–32.

Fitria, T. S., & Prihanto, A. (2018). Implementasi Generate Voucher Hotspot Dengan Batasan Waktu (Time Based) Dan Kuota (Quota Based) Menggunakan User Manager Di Mikrotik. In *Jurnal Manajemen Informatika* (Vol. 8). [www.mikrotik.com](http://www.mikrotik.com).

Fransiska, H., Zakaria Ansori, Y., Saputra, D. S., Pendidikan, D. I., Guru, P., & Dasar, S. (n.d.). *Studi Literature: Tik Tok Sebagai Media Kreatif Dalam Pengajaran Daring Di Sekolah Dasar*.

Hofifah, S., Puspita Jaya, J., Pintu, K., & Ponorogo Jawa Timur, J. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2).

Irawan, A., Hasna, A., Pahlevi, R., & Negeri Banjarmasin, P. (2016). Sistem Informasi Perdagangan Pada Pt Yoltan Sari Menggunakan Php Berbasis Web. In *Jurnal POSITIF: Vol. 1* (Issue 2).

Khatimah, H., Ratna Wulan, E., dan Penyiaran Islam, K., Ar Raayah Sukabumi, S., & Sunan Gunung Djati Bandung, U. (n.d.). *Persaingan Bisnis: Telaah Konsep Pemikiran Kahrudin Yunus*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.11197>

Kim, W. C., & Mauborgne, R. A. (2014). *Blue ocean strategy, expanded edition: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Harvard business review Press.

Latif, A. (2017). Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam. *Islamic Economics Journal*, 3(2), 161. <https://doi.org/10.21111/iej.v3i2.2717>

Lis Sintha, SE, MM. 2013

Mahendra, R., Putra Perssela, R., & Rahmadiani, W. (n.d.). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi*. <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JIMAKUKER> TA650

Mohammad Nawir. (2021). Kontekstualisasi Pemahaman Hadis Nabi Tentang Riba. *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(2), 101–116. <https://doi.org/10.24239/tadayun.v2i2.23>

Nasir, A., Shah, K., Abdullah Sirodj, R., Win Afgani, M., & Raden Fatah Palembang, U. (n.d.). *Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif*.

Nasikah, U., Ismawati, F., Sari, I. N., Purwati, N., & Pratiwi, R. (2022, August). Pendekatan Blue Ocean Strategi Dalam Persaingan Bisnis (Studi Empiris: Hidayatullah Herbal Center) Kota Semarang. In *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen (SENAMA)*.

Paulus Tahu, G., Luh, N., & Suartini, P. A. (2023). *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Upaya Meningkatkan Minat Konsumen Coffee Cartel Dengan Menambahkan Varian Susu Dalam Pembuatan Minuman*. 2(1).

- Prodi, E. P., Syariah, E., Ekonomi, F., Bisnis, D., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (n.d.). Konsep Riba Dalam Fiqih Muamalah Maliyyah Dan Praktiknya Dalam Bisnis Kontemporer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1270–1285. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4751>
- Pura, M. H., & Faridah, H. (2020). Pertanggungjawaban Hukum Pidana Persekongkolan Dalam Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Kasus Putusan Nomor 03/Kppu-L/2018). In *Law Review: Vol. XX* (Issue 1).
- Puslitbang, A. & I., Litbang, B., & Kementerian Koinfo, S. (1011). Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia Business Revolution Based On Platform As A Digital Economic Activator In Indonesia. In *Jl. Medan Merdeka Barat* (Issue 9). Telp.
- Royyan Ramly, A. (n.d.). *The Concept Of Gharar And Maysir And Its Application To Islamic Financial Institutions Konsep Gharar Dan Maysir Dan Aplikasinya Pada Lembaga Keuangan Syariah.*
- Ruth, E. (n.d.). *Deskripsi Kualitas Layanan Jasa Akses Internet di Indonesia dari Sudut Pandang Penyelenggara (Emyana Ruth) Deskripsi Kualitas Layanan Jasa Akses Internet di Indonesia dari Sudut Pandang Penyelenggara Description of Internet Quality of Services (Qos) in Indonesia From the Providers' Point of View.*
- Sofiah Rahmawati, S., Rojalih Jawab, A., & Syarif Hidayatullah Jakarta, U. (2023). Konsep Dasar Gharar. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(11).
- Sunarto, A., & Hasibuan, Z. A. (n.d.). *Model Perencanaan Strategis Sistem Informasi.*
- Takhim, M. (n.d.). *Sistem Ekonomi Islam Dan Kesejahteraan Masyarakat.*
- Teknologi, F., Universitas, I., Satya, K., & Salatiga, W. (2019). *Analisis Quality of Services (QoS) Jaringan Internet Berbasis Wireless LAN pada Layanan Internet Service Provider (ISP) (Studi Kasus : PT Grahamedia Informasi) Artikel Ilmiah Peneliti : Rachmat Febriyan (672015131) Indrastanti Ratna Widiyasi.*
- Timorita YuliantV, R. (n.d.-a). *Riba Dalam Perspektif Ekonomi Islam.*
- Timorita YuliantV, R. (n.d.-b). *Riba Dalam Perspektif Ekonomi Islam.*
- Yuliani, W. (2018). *Quanta Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling.* 2(2). <https://doi.org/10.22460/q.v2i1p21-30.642>
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>