

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Ekonomi secara global berkembang begitu pesat, termasuk di negara Indonesia. Hal ini menuntut adanya sistem hukum yang mampu mengatur dan memberikan kepastian hukum dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Sistem ekonomi konvensional yang identik dengan adanya bunga seringkali menimbulkan ketidakadilan dan krisis kepercayaan, sehingga dilingkungan masyarakat muncul kebutuhan akan sistem ekonomi alternatif yang lebih adil juga stabil. Hal ini juga diperkuat oleh semakin masifnya perkembangan teknologi masa kini, semakin canggihnya perkembangan teknologi yang ada, dapat berpengaruh dengan kemungkinan banyak orang membutuhkan fasilitas dalam menjalankan kegiatan ekonomi yang dapat diakses. secara praktis juga efisien Hukum ekonomi syariah merupakan kumpulan peraturan yang berkaitan segala aspek kegiatan ekonomi, baik yang bersifat komersial maupun non-komersial, berdasarkan nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Sunnah, serta ijtihad para ulama serta menjadi salah satu rumpun kajian fiqh muamalah. Hal ini dapat dirasa sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang menginginkan sistem hukum ekonomi yang adil dan transparan.

Konsep ini pun dikaji dalam kajian hukum Islam, menyebutkan bahwa hukum ekonomi syariah termasuk dalam *al-ahkam al-iqtishadiyah wa al-maliyah* (hukum-hukum ekonomi dan harta benda), yang merupakan bagian dari fiqh muamalah berisikan aturan Allah yang mengatur hubungan manusia sebagai makhluk sosial dalam urusan duniawi, khususnya dalam hal transaksi dan kepemilikan harta benda. Di samping itu, dalam fiqh muamalah juga mengatur adanya transaksi dengan aturan khusus terkait akad yang dapat menjadi pedoman bagi manusia untuk memiliki harta benda juga saling tukar menukar manfaat sesuai

dengan ketentuan syari'at Islam. Islam memandang muamalah (transaksi sosial dan ekonomi) pada dasarnya boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, aktivitas ini termasuk muamalah kontemporer yang perlu dikaji melalui prinsip-prinsip akad syariah. Akad diperlukan karena dalam Islam segala aktivitas perlu jelas akadnya. Akad dalam sebuah transaksi dalam pandangan hukum Islam menjadi sangat penting khususnya pada aspek muamalah (ekonomi).<sup>1</sup>

Pada dasarnya Allah telah berfirman pada Q.S al-Maidah [5:1] sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ ٱلْأَنْعَامِ ۖ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ  
وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۖ إِنَّ ٱللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ۝١

“Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji! Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.”

Pada potongan ayat diatas menegaskan bahwa memenuhi akad adalah kewajiban moral dan hukum bagi setiap Muslim, baik dalam urusan individu, bisnis, maupun sosial. Akad merupakan fondasi utama dalam berbagai aktivitas keseharian manusia.<sup>2</sup> Melalui akad, kebutuhan dan kepentingan manusia dapat dilakukan secara adil dan transparan. Akad juga membatasi dan mengatur hak serta kewajiban antara para pihak yang terlibat, sehingga hubungan mereka menjadi jelas dan terikat secara hukum. Dalam Islam, akad menjadi salah satu indikator sah atau tidaknya suatu transaksi. Tanpa akad yang sah (memenuhi rukun dan syarat), transaksi seperti kerja sama, sewa-menyewa, dan lain-lain dapat dianggap tidak sah menurut syariat. Akad yang sah juga menjadi salah satu sebab dasar berpindahnya hak kepemilikan atau tanggung jawab dari satu pihak ke pihak lain.

<sup>1</sup> Jaenudin Jaenudin, *Hukum Ekonomi Syariah: Sebuah Perspektif Keilmuan* (Widina Bhakti Persada, 2022).

<sup>2</sup> Muhammad Romli. 2021. *Konsep Syarat Sah Akad Dalam Hukum Islam Dan Syarat Sah Perjanjian Dalam Pasal 1320 Kuh Perdata*. Jurnal Tahkim. Vol 17 No 2.

Akad memiliki landasan kuat baik dari Al-Qur'an, hadits, fatwa ulama, maupun regulasi hukum Islam di Indonesia. Nabi Muhammad SAW menegaskan pentingnya menepati akad dan janji, seperti halnya hadits berikut ini.

*“Orang-orang Muslim itu terikat dengan syarat-syarat (akad) yang mereka buat, kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.”* (HR. Tirmidzi dan Abu Daud).<sup>3</sup> Dari hadits tersebut kita dapat mengetahui bahwa akad-akad yang telah dibuat oleh para pihak bersifat mengikat juga berdasarkan kepada syarat-syarat yang disepakati oleh mereka yang berisikan hal-hal sesuai syari'at Islam atau malah bertentangan sehingga akad tersebut menjadi batal karena hukum.

Jenis-jenis akad banyak ragamnya, ada akad dalam bentuk jual beli, sewa-menyewa, kerjasama dan lain-lain. Salah satu contoh akad sewa-menyewa dapat berupa barang atau jasa sebagai alat yang dipertukarkan. Penggunaan jasa saat ini memiliki kepentingan yang sangat strategis dan vital dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam dunia bisnis dan pemasaran modern. Di era digital yang serba cepat dan kompetitif, jasa seperti *endorsement* oleh *influencer* menjadi salah satu alat utama untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk atau layanan kepada khalayak luas. Jasa *endorsement* ini memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau target pasar yang lebih spesifik dan luas dengan cara yang lebih efektif dan efisien dibandingkan metode pemasaran konvensional.

*Influencer* yang memiliki pengikut banyak dan kredibel dapat memberikan dampak signifikan terhadap tingkat kepercayaan konsumen serta meningkatkan familiaritas produk sehingga dapat mengubah kebiasaan masyarakat bahkan menjadi budaya baru dalam konsumsi. Secara keseluruhan, penggunaan jasa *endorsement* sangat penting dalam mendukung strategi pemasaran yang adaptif terhadap teknologi dan perilaku konsumen. Jasa ini membantu membangun reputasi produk, memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan penjualan, serta memperkuat hubungan bisnis yang berlandaskan prinsip keadilan dan etika Islam.

---

<sup>3</sup> Abdul Muiz Nuron. 2019. *Pentingnya Pembahasan Akad Dalam Hukum Islam*. Academia Edu.

Hal tersebut dapat dilakukan tidak terlepas dari kreatifitas para *content creator* atau *Influencer* pada saat ini. Penyebabnya karena perusahaan akan melakukan suatu promosi dalam bentuk visual melalui adanya mereka. Influencer atau content creator merupakan individu yang diakui kredibilitasnya, dipercaya oleh followers-nya, serta umumnya memiliki audiens yang besar dan setia. Rekomendasi dari seorang creator yang berpengaruh besar ini melalui endorse dapat berdampak signifikan bagi kegiatan promosi brand itu sendiri. *Influencer* atau *Content Creator* menggunakan platform media sosial mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mempromosikan produk atau layanan.

Seorang *Content Creator* bertugas mengumpulkan data dan informasi, menyusun konsep, serta menghasilkan karya yang sesuai dengan identitas dan tujuan yang ingin dicapai, baik untuk tujuan edukasi, hiburan, maupun pemasaran. Para creator harus memiliki pengetahuan teknis tentang media produksi dan komunikasi, serta kemampuan multitasking dalam mengelola berbagai platform sekaligus. Selain itu, content creator juga berperan penting dalam membangun hubungan dengan audiens melalui interaksi dan feedback, sehingga konten yang dibuat dapat menginspirasi, menghibur, sekaligus memberikan nilai tambah.

Pada umumnya, menjalin endorse artinya brand perlu memberikan usaha ekstra untuk mencari content creator yang memenuhi kriteria tertentu. Kriteria ini mencakup niche, jumlah followers, *engagement rate*, tarif content creator, dan beberapa faktor lainnya. Kegiatan dari *endorsement* sendiri meliputi content creator mempromosikan produk atau layanan dengan cara persetujuan dari brand.<sup>4</sup>

Dalam kegiatan *endorsement* juga banyak sekali ragamnya salah satunya dalam bentuk *paid endorsement*. *Paid endorsement* adalah bentuk promosi produk atau layanan di mana *Influencer* atau tokoh terkenal di bayar untuk mempromosikan produk atau layanan tersebut. Sedangkan menurut Wikipedia *paid endorsement* adalah bentuk promosi produk atau jasa di mana seorang *Influencer* atau tokoh

---

<sup>4</sup> A Fandy. 2023. Buku Manajemen. *Paid Promote: Definisi, Manfaat dan Strategi Menggunakannya*. Gramedia Blog.

publik dibayar untuk mempromosikan produk tersebut melalui media sosial atau platform lain.<sup>5</sup> *Endorsement* ini berbayar, yang berarti pihak brand memberikan kompensasi kepada influencer untuk membuat konten promosi yang relevan dengan target audiens influencer tersebut. Jenis *endorsement* ini biasanya disertai dengan kontrak resmi yang mengatur hak dan kewajiban kedua belah pihak, serta *fee* yang disepakati. *Influencer* akan mempromosikan produk dengan cara mereka sendiri, seperti memberikan testimoni atau ulasan, atau hanya memposting foto atau video yang sudah disiapkan oleh brand.<sup>6</sup>

Dari pembahasan sebelumnya, peneliti ingin menaruh beberapa *content creator* untuk mendukung penelitian ini. Diharapkan dapat menjadi sebuah perbandingan juga mendapatkan informasi secara real untuk kejelasan masalah yang penulis angkat pada penelitian ini.

Dari penjelasan sebelumnya dapat diketahui bahwa *paid endorsement* merupakan salah aktivitas kerja sama yang dapat dilakukan baik secara individu dengan individu, individu dengan perusahaan, ataupun sebaliknya untuk mempromosikan suatu produk unggulan yang dimiliki oleh sebuah brand atau perusahaan. Dengan adanya kegiatan kerjasama di dalam *paid endorsement* inilah penulis tertarik untuk mencari tahu tentang akad apa yang digunakan juga sesuai dengan kegiatan penetapan *paid endorsement* itu sendiri apabila ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Sebagian orang pastinya tidak asing dengan akad kerja sama dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Namun, tidak menutup kemungkinan juga terdapat beberapa pihak yang asing akan konsep akad tersebut atau bahkan tidak mengenali nama-nama akad yang ada.. Maka dari itu, ketika halnya terdapat banyak ragam kerja sama yang baru pada sekarang ini, kita sebagai seorang Muslim sudah seharusnya sadar juga mencari tahu tentang pelaksanaan kerja sama tersebut.

---

<sup>5</sup> Amber Watkins. 2024. *Wikipedia*.

<sup>6</sup> Qisthi. 2024. *Endorsement, Definisi, Cara Kerja, dan Tips Mendapatkannya*.

Seperti apa yang telah dibahas secara sekilas sebelumnya, bahwa penelitian ini penulis maksudkan untuk mencari tahu tentang kejelasan dalam aktivitas kerjasama yang dilakukan dalam *paid endorsement* itu sendiri. Penulis merasa perlu mendapatkan kejelasan yang kuat tentang konsekuensi utama dari kerja sama dari *paid endorsement*, penggunaan akad yang relevan dengan aktivitas tersebut, kesesuaian syarat-syarat dalam kebijakan *paid endorsement*, juga pemenuhan hak dan kewajiban antara *Content Creator* dengan Brand dalam pelaksanaan kerja sama *paid endorsement*.

Hal tersebut dirasa penting karena mengingat kadang sebagian pihak ada yang merasa dirugikan dalam adanya berbagai kegiatan berbisnis salah satunya *paid endorsement*. Sedangkan dalam Islam sendiri, kerjasama harus dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang jelas dan memenuhi rukun serta syarat akad yang sah,<sup>7</sup> diantaranya pemenuhan hak dan kewajiban, mengutamakan nilai masalah untuk sesama pihak, menekankan keadilan, juga paling utama meraih keberkahan serta ridho Allah Swt. Dalam melakukan transaksi atau kegiatan yang bersifat positif juga sesuai syari'at-Nya. Disamping itu, dengan adanya penelitian ini dapat memberikan rekomendasi model kerjasama *paid endorsement* yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam agar dapat menjadi acuan bagi content creator dan brand dalam menjalankan bisnis secara halal dan beretika.

Berdasarkan dari banyaknya uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Penetapan Fee pada Paid Endorsement oleh Content Creator dalam Kerja Sama Pemasaran Produk di Media Sosial menurut Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah”**. Dengan ini penulis berharap dapat melakukan penelitian dengan mudah juga diberi kelancaran dalam mencari sumber-sumber data yang diperlukan pada penelitian kali ini. Sehingga dengan begitu peneliti dapat menyajikan penelitian yang faktual juga dapat menambah wawasan atau pengetahuan. Disamping itu pula, penulis dapat banyak belajar atas pembuatan penelitian ini baik dalam segi akademik berupa wawasan ilmu

---

<sup>7</sup> Syaripudin, Enceng Iip, dan Tiara Laili Ahad. 2022. “Analisis Hukum Islam Tentang Akad Endorsement.”. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY) 01, no. 01.

pengetahuan juga dari kritik dan saran ataupun respon yang dapat membangun semangat penulis bersumber dari respon pembaca penelitian ini.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme penetapan fee pada *paid endorsement* oleh *content creator* dalam kerja sama pemasaran produk di media sosial menurut tinjauan hukum ekonomi syariah?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap penetapan fee pada *paid endorsement* oleh *content creator* dalam kerja sama pemasaran produk di media sosial?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada uraian latar belakang juga rumusan masalah sebelumnya, maka penelitian ini dapat bertujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui mekanisme penetapan fee pada *paid endorsement* oleh *content creator* dalam kerja sama pemasaran produk di media sosial menurut tinjauan hukum ekonomi syariah.
2. Mengetahui dan mengkaji tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap penetapan fee pada *paid endorsement* oleh *content creator* dalam kerja sama pemasaran produk di media sosial.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memiliki tujuan utama untuk memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang yang dikaji. Penelitian ini berupaya untuk mengisi celah atau kekurangan yang masih terdapat