

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang dibawa oleh para nabi atas wahyu Allah SWT. Yang disempurnakan dan diakhiri oleh wahyu Allah kepada Nabi Muhammad, sebagai nabi dan rasul terakhir.<sup>1</sup> Hukum Islam dapat dipahami sebagai hukum yang bersumber dari ajaran syariat Islam, yaitu disebut Al-Qur'an dan As-Sunnah atau hadits.<sup>2</sup>

Hukum islam merupakan salah satu hukum yang memiliki sifat dan karakteristik yang umum dan global serta universal. Ia dapat menjadi pedoman yang diterima oleh semua orang, diterima di mana saja dan kapan saja, yaitu berlaku sepanjang masa sehingga setiap kehidupan manusia dapat terpenuhi kebutuhannya dari waktu ke waktu.<sup>3</sup>

Izomiddin dalam bukunya pemikiran dan pemikiran filsafat hukum islam menyatakan Hukum amal yang identik dengan hukum Islam terbagi menjadi dua, yaitu hukum peribadatan yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya, dan hukum perlakuan yang mengatur hubungan manusia dengan sesamanya. Menurut para ahli, hakikat ibadah adalah penyerahan jiwa, yang terjadi karena hati merasakan cinta kepada yang disembah (Allah) dan merasakan kebesaran-Nya. Karena ibadah adalah perintah Allah dan pada saat yang sama hak-Nya, tindakan ibadah orang harus mematuhi aturan yang ditetapkan oleh Allah.

Ketentuan tidak dapat ditambah atau dihilangkan dalam urusan ibadah. Allah mengatur ibadah dan menjelaskannya melalui utusan-Nya. Karena ibadah

---

<sup>1</sup> Palmawati Tahir dan Dini Handayani Tahir, *Hukum Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018). hlm. 7.

<sup>2</sup> Saija dan Iqbal Taufik, *Dinamika Hukum Islam Indonesia* (Yogyakarta: Deepublish, 2006). hlm. 1.

<sup>3</sup> Faisar Ananda, *Filsafat Hukum Islam* (Medan: Cipta Pustaka Media Perintis, 2007). hlm. 113.

bersifat tertutup (terbatas), berlaku prinsip umum dalam ibadah, yaitu pada dasarnya semua ibadah boleh kecuali jika diperintahkan secara tegas.

Bertentangan dengan masalah ibadah, penilaian Allah tentang muamalah terbatas pada prinsip-prinsip. Penjelasan Nabi Shallallahu Alaihi Wasallam tidak sedetail titik tempat ibadah, sehingga daerah muamalah terbuka untuk dikembangkan melalui ijtihad. Karena sifatnya yang terbuka maka berlaku prinsip umum dalam bidang muamalah, yaitu pada dasarnya semua kontrak dan muamalah diperbolehkan kecuali ada bukti yang membatalkan dan melarangnya. Aturan dalam bidang muamalah dapat berubah seiring dengan perkembangan zaman, selama tidak bertentangan dengan syariat Islam. Dilihat dari pembagiannya, ruang lingkup hukum Islam dalam bidang pengobatan meliputi hukum perseorangan/keluarga, hukum perdata, hukum pidana, hukum acara peradilan, dan hukum ekonomi dan harta benda.<sup>4</sup>

Dalam Bermuamalah, tidak mungkin jika manusia melakukannya tanpa kehadiran orang lain. Manusia sebagai makhluk sosial adalah dimana manusia akan selalu melibatkan orang lain dalam pemenuhan kebutuhannya. Dalam hampir semua kegiatan, orang selalu melibatkan orang lain. Hal itu membuktikan bahwa manusia memiliki sifat saling membutuhkan. Saling membutuhkan terutama dalam hal menentukan tujuan yang akan dicapai. Tujuan yang ingin dicapai adalah cara bagi manusia untuk melakukan aktivitas hidupnya. Orang tidak hanya memprioritaskan kepentingan, tetapi juga struktur yang memobilisasi mereka dan mengubah tindakan mereka.<sup>5</sup>

Aktivitas dan Kehidupan masyarakat saat ini berkembang sangat pesat. Akulturasi budaya, tumbuh dan berkembangnya Pandemi COVID-19 serta kemajuan teknologi informasi dan komunikasi merupakan fenomena pendorong perubahan tersebut. Coronavirus 2019 atau COVID-19 merupakan

---

<sup>4</sup> Izomiddin, *Pemikiran Dan Filsafat Hukum Islam* (Jakarta: Prenada Media grup, 2018). hlm. 77.

<sup>5</sup> Indraddin dan Irwan, *Strategi Dan Perubahan Sosial* (Yogyakarta: Deepublish, 2018). hlm. 14.

pandemi yang menyebabkan tingginya angka kematian di berbagai belahan dunia. Penting untuk mendapatkan informasi yang baik tentang pandemi COVID-19 dan mempraktikkan perilaku hidup bersih dan sehat sebagai upaya pencegahan penularan COVID-19.<sup>6</sup> Hal tersebut mengakibatkan Perubahan mata pencaharian yang terjadi dalam masyarakat tidak atas kepentingannya sendiri akan tetapi ada struktur yang menjadikan mereka untuk bertindak atas aktivitas tersebut. Alternatif yang diambil untuk bisa menjalankan aktivitas kehidupan adalah melakukan strategi sosial untuk bisa berbuat, bertindak dan menghasilkan ditengah semakin sulitnya menjalani kehidupan karena timbulnya suatu wabah. Salah satunya adalah dengan munculnya strategi transaksi jual beli berbasis online atau lebih dikenal dengan istilah *Online Shopping*.

Perubahan pola gaya hidup masyarakat yang lebih memilih untuk melakukan perdagangan atau transaksi jual beli berbasis *online* ini disebabkan karena munculnya anggapan bahwa dengan berbelanja berbasis *online* atau *Online Shopping* ini dapat lebih menghemat waktu, tenaga dan usaha serta merupakan upaya pencegahan terbaik yang dilakukan dengan menghindari paparan virus yang didasarkan pada PHBS (Perilaku Hidup Bersih dan Sehat) untuk mendapatkan apa yang kita inginkan jika dibandingkan dengan membeli ketempatnya secara langsung seperti pasar atau mall.

Ahmad Sarwat (2018) menyatakan bahwa Jual beli (al-bai') adalah salah satu akad kegiatan bermuamalah yang berarti menukar barang dengan barang atau menukar barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak milik atas dasar kesepakatan bersama.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Ni Putu Emy Darma Yanti et al., "Public Knowledge about Covid-19 and Public Behavior During the Covid-19 Pandemic," *Jurnal Keperawatan Jiwa* 8, no. 4 (2020): 491, <https://doi.org/10.26714/jkj.8.4.2020.491-504>.

<sup>7</sup> Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual Beli* (Jakarta: Rumah Fiqh Publishing, 2018). hlm. 6.

Semakin canggihnya teknologi informasi dan komunikasi yang ada saat ini menjadikan trend *online shopping* atau jual beli berbasis *online* semakin meluas diberbagai platform media social seperti Tiktok, Instagram, Twitter, Facebook dan lain-lain. Para pelaku usaha khususnya para pemilik toko *Online Shopping* saat ini berlomba-lomba memanfaatkan media social sebagai sarana untuk memasarkan produknya. Berbagai cara ditempuh oleh para pelaku usaha untuk memasarkan produknya di social media. Para pelaku usaha terus menerus berinovasi dan berkreasi agar meningkatkan penjualan usaha mereka. Salah satu cara yang paling menarik dan sedang trending saat ini adalah pemasaran melalui Endorsement.

Budi Rahayu Tanama Putri (2017) menulis bahwa Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan jasa dan nilai antara satu orang dan orang lain. Dia melanjutkan dengan mengatakan Peran pemasaran saat ini tidak hanya menawarkan produk atau jasa kepada konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang berkesinambungan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan melakukan pembelian ulang.<sup>8</sup>

Endorsement sebagai sarana pemasaran yang dipilih banyak pelaku usaha (*online shop*) kini lebih banyak muncul dan dijumpai pada berbagai macam sosial media terutama Tiktok. Dimana sosial media Tiktok menjadi salah satu sosial media yang saat ini sangat digemari oleh berbagai kalangan usia. Tiktok sebagai salah satu media hiburan, cara mengungkapkan kekesalan, mengekspresikan kreativitas, menghabiskan waktu dirumah hingga menjadi

---

<sup>8</sup> Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran* (Denpasar, 2018). hlm. 10.

tempat berolahraga dirumah. Konten dalam aplikasi Tiktok ini mulai dari musik, video, visual, hingga dance didalamnya.<sup>9</sup>

Endorsement merupakan sebuah bentuk promosi penjualan untuk mengenalkan suatu produk atau brand yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan pelaku jasa endorsement yaitu endorser, yang dimana endorser ini bisa disebut sebagai *celebrity* endorser yang memiliki banyak *followers* atau pengikut di media sosialnya yaitu Tiktok. Endorser sebagai pemasar melakukan promosi untuk menkomunikasikan informasi tentang produk yang dimiliki oleh pelaku usaha online dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk dari pemilik usaha tersebut. Promosi yang dilakukan endorser adalah sebagai upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima oleh public. Anang Firmansyah (2019).<sup>10</sup> Endorsement dianggap sebagai jasa yang saat ini menjadi tren mekanisme pemasaran dimana hal tersebut dapat berupa pemasaran produk-produk kebutuhan sehari-hari, produk makanan, kesehatan, kosmetik serta produk-produk lainnya.

Salah satunya *celebrity* jasa endorser di sosial media Tiktok yang menjadi perbincangan saat ini yaitu @aqillahjd dimana ia menjadi salah satu *celebrity* Tiktok yang berkecimpung dalam dunia endorsement di media social Tiktok. Seseorang yang aktif, periang, ceria dan gigih dalam bekerja satu ini adalah sosok *celebrity* Tiktok yang digemari banyak orang dengan jumlah *followers* atau pengikut mencapai 168,6 Ribu dengan jumlah Likes sebanyak 5,5 juta . Banyaknya *followers* atau pengikut itulah yang menjadi tolak ukur penghasilan yang akan didapatkan oleh seorang endorser. Oleh karena itu menjadi *celebrity* Tiktok tentunya bukan perkara yang mudah, karena harus selalu aktif dan dapat

---

<sup>9</sup> Agia Dwi Visi Utami, "Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat Dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19," *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2021): 40–47, <https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.962>.

<sup>10</sup> Anang Firmansyah, *Pemasaran Dasar Dan Konsep* (Surabaya: Qiara Media, 2019). hlm. 307.

terus mampu mengajak *audience* untuk menyukai apa yang telah ia pasarkan tersebut.

Hal ini berhubungan dengan salah satu akad Muamalah yaitu *Ijarat al-a'mal* atau *ijarat al-asykhash* yang artinya ijarah atas jasa. Yaitu akad ijarah untuk kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan tertentu dan karenanya berhak atas Upah (upah).<sup>11</sup> Upah dalam hukum Islam disebut dengan Upah dimana ia merupakan salah satu rukun Ijarah. Upah adalah iwadh (pahala/pembanding) atas manfaat yang diterima musta'jir. Apabila dibandingkan dengan konsep pertukaran (jual-beli), kedudukan manfaat tersebut sebagai mutsman, sedangkan kedudukan Upah sebagai tsaman (harga).<sup>12</sup>

Salah satu syarat dari pembayaran Upah, adalah sesuatu yang dijanjikan dan dibayar oleh Mu'jir atas manfaat yang dilakukan oleh Ajir (Ijarah al-amal) haruslah jelas besarannya dan diketahui oleh para pihak yang berakad.<sup>13</sup> Manfaat yang diterima haruslah manfaat yang sesuai dengan syariah islam. Apabila manfaat tersebut bertentangan dengan prinsip atau ketentuan syariah maka Upah yang diterima tersebut tidak sah. Begitu juga menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Upah, ketentuan mengenai pembayaran Upah yang diterima terkait Upah haruslah memiliki Kuantitas dan/atau kualitas Upah harus jelas, baik berupa angka nominal, presentase tertentu, maupun rumus yang disepakati dan diketahui oleh para pihak dalam akad.<sup>14</sup>

Salah satu ketentuan yang berlaku pada jasa endorsement adalah pemilik usaha atau *online shop* tidak bisa *request* waktu (tanggal dan jam) upload video.

<sup>11</sup>Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Ijarah Dan Ju'alah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017). hlm. 73.

<sup>12</sup> Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Ijarah Dan Ju'alah...* hlm. 21.

<sup>13</sup> Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2014). hlm. 233.

<sup>14</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Nomor : 112/DSN-MUI/IX/2017

Endorser atau *celebrity* tiktok juga tidak memberikan waktu yang pasti kapan video produk akan di upload, jadwal upload video akan di random (acak) sesuai keinginan endorser atau *celebrity* tiktok tersebut. Hal ini dapat menimbulkan kecemasan dan kebingungan pihak pemilik usaha (*online shop*) yang hanya dapat menunggu endorser atau *celebrity* tiktok untuk mengupload video produk mereka.

Ketentuan lainnya yaitu pembayaran endorsement dilakukan oleh pihak pemilik usaha (*online shop*) dengan cara mentransfer *fee* berupa uang dengan jumlah tertentu serta menyerahkan produk endorse yang secara otomatis akan menjadi milik endorser atau *celebrity* tiktok. Sedangkan kepastian penjualan atau *feedback* yang didapatkan oleh pemilik usaha (*online shop*) belum tentu mendapatkan untung kembali. Dengan kata lain sang pemilik usaha (*online shop*) tidak dapat meminta kembali produk yang sudah diberikan kepada endorser atau *celebrity* tiktok.

Terkait dengan hal diatas, setelah penulis cermati tentang jasa endorsement di sosial media Tiktok Persoalannya adalah penentuan Upah yang berdasarkan presentase jumlah *followers* atau pengikut serta jumlah *feedback* yang tidak bisa diperkirakan mengandung ketidakjelasan. Syariat islam tentunya sangat mengedepankan prinsip-prinsip perjanjian agar terhindar dari gharar, maisir, qimar serta dharar oleh karena itu segala bentuk perjanjian yang terjadi dalam melakukan suatu akad haruslah jelas dan dapat diterima dengan baik oleh kedua belah pihak.

Isu ini menggugah minat penulis untuk mendalami persoalan penentuan Upah ditinjau dari sudut pandang Hukum Ekonomi Syariah dengan mengacu pada fatwa DSN MUI tentang ketentuan Upah. Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah**

## **Terhadap Penentuan Upah Jasa Endorsement Media Sosial Tiktok (Study kasus pada *celebrity* tiktok @Aqillahjd).”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas yang telah penulis kemukakan dalam latar belakang masalah apabila ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah mengenai ijarah al- a'mal atas jasa endorsement ini mengandung ketidakjelasan atau keraguan bahkan kecemasan dalam pelaksanaannya antara pihak pelaku usaha (*online shop*) dan pelaku jasa endorser atau *celebrity* endorsemenet di media sosial tiktok ini. Berdasarkan pemaparan diatas Penulis mencoba membatasi agar pembahasan ini lebih jelas dan terarah sehingga pembahasannya tidak melebar atau meluas, oleh karena itu maka dapat dibuat beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme penentuan Upah dalam Jasa Endorsement di Sosial Media Tiktok oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd?
2. Bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariah mengenai Upah yang diterima dalam jasa endorsement di Sosial Media Tiktok oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mekanisme penentuan Ujran dalam jasa Endorsement di Sosial Media Tiktok oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd
2. Untuk mengetahui tinjauan Hukum Ekonomi Syariah mengenai Upah yang diterima oleh jasa endorsement di Sosial Media Tiktok oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis, sebagai upaya untuk menambah pengetahuan tentang mekanisme yang dapat dilakukan dalam penentuan Upah dan pembiayaan Ijarah Jasa Endorsement di sosial media Tiktok oleh *celebrity* tiktok

@Aqillahjd, sehingga dapat digunakan bagi pembaca yang ingin memperdalam ilmu mengenai Hukum Ekonomi Syariah, dan juga sebagai bahan penelitian lebih lanjut.

2. Kegunaan Praktis, Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan evaluasi dalam penggunaan Upah oleh para pemikir Hukum Ekonomi Syariah sebagai salah satu metode ijtihad dalam proses penetapan dan sosialisasi, serta dalam mempertajam analisis teoritis dan praktis tentang pembelian dan penjualan. sistem penjualan pada umumnya dan Ijarah dan Upah pada khususnya.

#### **E. Studi Terdahulu**

Erna Solehah (2020), Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap endorsement sebagai media pemasaran melalui Instagram. Skripsi ini membahas tentang mekanisme endorsement melalui Instagram sebagai alat pemasaran dan pandangan masyarakat terhadap praktik endorsement melalui Instagram sebagai alat pemasaran, serta tinjauan hukum ekonomi syariah tentang endorsement melalui Instagram sebagai alat pemasaran.

Berdasarkan penelitian yang dihasilkan dapat disimpulkan Dalam pelaksanaan pemasaran dengan menggunakan omzet penyedia jasa, tidak ada kedudukan hukum yang jelas antara fuqoha yang mengatur hukum pemasaran dan penjualan jasa ini, masih banyak pengguna dan penyedia jasa yang merasa dirugikan oleh salah satu pihak, padahal kenyataannya bahwa yang terjadi di masyarakat tidak memahami hukum penggunaan jasa endorsement.<sup>15</sup>

Ambaryati Hartati (2020), endorsement sebagai strategi pemasaran ditinjau dari etika bisnis islam. Skripsi ini membahas tentang Endorsement dimana Endorsement tersebut adalah sebuah tindakan mendukung (support)

---

<sup>15</sup> Erna Solehah, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Endorsement Sebagai Media Pemasaran Melalui Instagram.," *UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 2020.

atau setuju terhadap sesuatu. Namun, mereka yang mempromosikan suatu produk di media sosial atau selebriti kebanyakan didasarkan pada persepsi, tidak sesuai dengan kenyataan, dan bahkan produk yang dipromosikan tidak digunakan dalam kehidupan nyata. Oleh karena itu, dalam menjalankan bisnis tentunya sebuah perusahaan tidak lepas dari etika dalam menjalankan bisnisnya, ia berfungsi sebagai pedoman berdasarkan etika, kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas dan tanggung jawab.

Berdasarkan penelitian yang dihasilkan dapat disimpulkan bahwa Strategi pemasaran Hayu Olshop menggunakan dua jenis endoser yaitu jenis testimonial adalah tokoh yang berasal dari kalangan orang biasa yang dianggap netral untuk menyampaikan keunggulan produk, dan jenis endoser accesivist adalah penggunaan tokoh yang memiliki keunikan pada bidang tertentu. Namun dalam aktivitas endorsement pada Hayu Olshop masih terdapat penyimpangan etika bisnis Islam, karena masih terdapat selebgram yang kurang jujur saat melakukan kegiatan promosi di media sosial. Selebgram tersebut tidak jujur dalam memberikan review produk kepada konsumen.<sup>16</sup>

Nisa Gumati (2018), Endorsement sebagai Media Pemasaran Melalui Instagram Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Skripsi ini membahas tentang endorsement sebagai profesi yang menjual jasa dapat dianalogikan kepada akad ijarah. Secara etimologi Ijarah adalah menjual manfaat. Demikian pula artinya menurut terminologi syara. Ijarah sebagai jual beli jasa (upah-mengupah), yakni mengambil manfaat dari tenaga manusia atau jual beli manfaat (sewa-menyewa), yakni mengambil manfaat dari barang. Regulasi mengenai ijarah terdapat dalam Fatwa DSN MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Ijarah dan Undang- Undang RI. No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

---

<sup>16</sup> Ambaryati Hartati, "Endorsement Sebagai Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Hayu Olshop Metro)," *Skripsi*, no. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro (2019): 1–101.

Berdasarkan penelitian yang dihasilkan maka dapat disimpulkan bahwa Endorsement dalam pelaksanaannya sebagai media pemasaran melalui instagram hanya dilakukan secara online saja (digital), tidak ada tatap muka secara langsung antara para pihak dalam membuat kontrak atau perjanjian. Mekanisme endorsement dimulai dengan menambahkan endorser atau selebriti sebagai teman atau contact person, menghubungi pemegang akun untuk informasi endorsement, membaca aturan, dan terakhir membuat endorsement dengan mengikuti aturan dan alur yang relevan.

Ketentuan (aturan) tersebut antara lain; pengguna tidak dapat memprediksi waktu unggah foto dan tidak ada jadwal tetap untuk mengunggah foto, serta tidak ada pembayaran (biaya) dalam bentuk uang yang tidak dapat dikembalikan dan produk endorse kepada pengguna. Menurut tinjauan Hukum Ekonomi Syariah, endorsement termasuk ke dalam akad mu'awadhat yaitu transaksi yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan atau manfaat material, khususnya ke dalam akad ijarah 'ala asykhah atau ijarah 'ala al-'mal yaitu sewa atas jasa atau pekerjaan orang.<sup>17</sup>

Berdasarkan beberapa Skripsi diatas memang hampir mirip dengan perihal yang penulis teliti yaitu mengenai ijarah, namun pada intinya berbeda dengan skripsi yang akan penyusun buat ini adalah praktik ijarah atas endorsement melalui aplikasi Tiktok dengan pendekatan hukum yang sekarang berlaku dan tentu ada perbedaan dengan hukum yang digunakan skripsi diatas. Permasalahan yang diteliti penulis saat ini adalah untuk mengetahui endorsement melalui sosial media tiktok dalam pandangan hukum ekonomi syariah.

**Tabel 1.1 Studi Terdahulu**

No	Tinjauan Studi Terdahulu
----	--------------------------

<sup>17</sup> Nisa Gumati, "Endorsement Sebagai Media Pemasaran Melalui Instagram Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," (Diploma Thesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung), 2018, <http://digilib.uinsgd.ac.id/13909/>.

1	<b>Erna Soleha (2020)</b>	
	Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap endorsement sebagai media pemasaran melalui instagram	
	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
	Sama-sama membahas Tentang Praktik Endorsement	Perbedaan skripsi ini dengan skripsi penulis yaitu skripsi ini berfokus pada bidang Jasa Endorsement, sedangkan Penulis berfokus kepada pemberian Upah yang didapatkan
2	<b>Ambaryati Hartati (2020)</b>	
	Endorsement sebagai strategi pemasaran ditinjau dari Etika bisnis islam	
	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
	Sama sama membahas tentang Praktik Endorsement	Perbedaan Skripsi ini dengan skripsi penulis terletak pada perspektif penelitiannya, dimana skripsi penulis membahas tentang praktik endorsement dari sudut pandang etika bisnis islam sedangkan penulis menjelaskan tentang jasa endorsement dalam tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.
3	<b>Nisa Gumati (2018)</b>	
	Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap endorsement sebagai media pemasaran melalui instagram	
	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
	Sama-sama membahas tentang praktik endorsement	Penelitian Nisa berfokus pada Jasa Endorsement, sedangkan Penulis berfokus kepada pemberian Upah yang didapatkan endorser

Tabel. 1.1

## F. Kerangka Pemikiran

Al-Ijarah mengambil dari bahasa arab yang mempunyai makna upah, sewa, jasa, atau imbalan. Al-ijarah merupakan salah satu format muamalah dalam memenuhi keperluan hidup manusia, seperti sewa menyewa, kontrak, atau memasarkan jasa perhotelan dan lain-lain.

Ayat Al-Qur'an tentang akad Sewa menyewa.

فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَكَاتُوهُنَّ أَجُورَهُنَّ وَأَمْرُهُنَّ بِئِنَّكُمْ بِمَعْرُوفٍ وَإِنْ تَعَاَسَرْتُمْ فَسْتَزِضِعْ لَهُ أُخْرَى

“Kemudian jika mereka menyusukan (anak-anakmu) untukmu maka berikanlah kepada mereka Upahnya, dan Musyarawahkanlah diantara kamu (segala sesuatu) dengan baik. Dan jika kamu menemui kesulitan. Maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya.” (QS. Al-Thalaq 65:6).<sup>18</sup>

Adapun dalam Hadis Qudsi, riwayat muslim serta riwayat Ibnu majah yang berbunyi ;

قَالَ اللَّهُ: ثَلَاثَةٌ أَنَا خَصْمُهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ: رَجُلٌ أَعْطَى بِي ثُمَّ عَدَرَ، وَرَجُلٌ بَاعَ حُرًّا فَأَكَلَ ثَمَنَهُ، وَرَجُلٌ اسْتَأْجَرَ أَجِيرًا فَاسْتَوْفَى مِنْهُ وَلَمْ يُعْطِ أَجْرَهُ.

“Allah SWT berfirman (dalam hadis Qudsi): “ada tiga orang yang akulah musuh mereka di hari kiamat: 1. Orang yang memberikan (sumpahnya) demi nama-Ku lalu berkhiat; 2). Orang yang menjual orang merdeka lalu memakan uangnya (hasil Penjualannya); dan 3) orang yang menyewa (jasa) buruh ia sudah memanfaatkannya namun tidak membayar upahnya.” (HR. Al Bukhari).<sup>19</sup>

Sedangkan kadiyah fiqh tentang Ijarah sebagai berikut.

الْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا.

“Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

دَرْءُ الْمَفَاسِدِ مُقَدَّمٌ عَلَى جَلْبِ الْمَصَالِحِ

“Menghindarkan mafsadat (kerusakan, bahaya) harus didahulukan atas Mendatangkan kemashlahatan.”<sup>20</sup>

<sup>18</sup> M Quraish Shihab, *Al-Quran Dan Maknanya* (Lentera Hati, 2020). Hlm. 559

<sup>19</sup> Yoli Hemdi, *Kitab Shahih Bukhari Jilid 2* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019). Hlm. 43.

<sup>20</sup> Prof H.A Dzajuli, *Kaidah-Kaidah Fikih* (Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP, 2006). Hlm. 10.

Berdasarkan pendapat syara' Ijarah mempunyai arti “aktivitas akad untuk mengambil manfaat sesuatu yang diterima dari orang lain dengan jalan membayar sesuai dengan perjanjian yang telah ditentukan dengan syarat-syarat tertentu.”<sup>21</sup>

Secara terminologi (istilah) pengertian Ijarah dalam sebagaimana yang dikemukakan oleh para ulama, sebagai berikut:

1. Menurut Ulama Syafiiyah

عَقْدٌ عَلَىٰ مَنْفَعَةٍ مَّقْصُودَةٍ مَّغْلُومَةٍ قَابِلَةٌ لِلبَدْلِ وَالْإِبَاحَةِ بِعَوَضٍ مَّغْلُومٍ

“Akad atas suatu manfaat yang diketahui kebolehnya dengan serah terima dan ganti yang diketahui manfaat kebolehnya.”

2. Menurut Ulama Hanafiyah

عَقْدٌ يُفِيدُ مَنْفَعَةً مَّغْلُومَةً مَّقْصُودَةً مِنَ الْعَيْنِ الْمُسْتَأْجَرَةِ بِعَوَضٍ

“Akad terhadap suatu manfaat dengan adanya ganti.”

3. Menurut Ulama Malikiyah

Ijarah adalah menjadikan milik suatu kemanfaatan yang boleh dalam jangka waktu tertentu.

4. Menurut Sayid Sabiq

Ijarah secara Syariah ialah akad untuk suatu manfaat dengan adanya imbalan.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pemilik yang memberi manfaat disebut mu'ajir (orang yang menyewakan). Pihak lain yang memberikan sewa disebut Musta'jir (orang yang menyewa = penyewa). Kemudian sesuatu yang diakadkan untuk diambil manfaatnya disebut ma'jur (sewaan). Sedangkan jasa yang diberikan sebagai imbalan manfaat disebut ajran atau Upah (upah). Lalu setelah terjadi akad ijarah telah berlangsung orang yang menyewakan

<sup>21</sup> Akhmad Farroh Hasan, “*Fiqh Muammalah Dari Klasik Hingga Kontemporer ( Teori Dan Praktek )*,” 2018, 226. Hlm. 49.

berhak mengambil upah, dan orang yang menyewa berhak mengambil manfaat, akad ini disebut pula mu'addhah (penggantian).<sup>22</sup>

Al-Ijarah berupa sewa menyewa maupun upah mengupah merupakan akad muamalah yang telah disyariatkan dalam islam. Hukum asal menurut jumhur ulama adalah mubah atau boleh jika dilakukan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh syara berdasarkan ayat-ayat Al-Qur'an, hadits Nabi, dan ketentuan ijma ulama.

Pengaturan tentang ijarah dalam kompilasi hukum ekonomi syariah terdapat dalam Bab XI (pasal 295-334).

Adapun syarat syah pemberian uang Ijarah dan cara pembayarannya dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah :

1. KHES BAB XI Bagian pertama pasal 307 Jasa ijarah dapat berupa yang, surat berharga, dana tau benda lain berdasarkan kesepakatan.
2. KHES BAB XI bagian kedua pasal 307 Jasa ijarah dapat dibayar dengan atau tanpa uang muka, pembayaran didahulukan, pembayaran setelah ma'jur selesai digunakan, atau diutang berdasarkan kesepakatan.
3. KHES BAB XI Pasal 308 bagian pertama Uang muka ijarah yang sudah dibayar tidak dapat dikembalikan kecuali ditentukan lain dalam akad.
4. KHES BAB XI Pasal 308 Bagian kedua uang muka ijarah harus dikembalikan oleh Mu'ajir apabila pembatalan ijarah dilakukan olehnya.
5. KHES BAB XI Pasal 308 bagian ketiga uang muka ijarah tidak harus dikembalikan oleh mu'ajir apabila pembatalan ijarah dilakukan mustajir.
6. KHES BAB XI pasal 311 bagian pertama Uang Ijarah wajib dibayar oleh pihak mus'tajir meskipun ma'jur tidak digunakan.<sup>23</sup>

Dalam Ijarah memiliki syarat-syarat sahnya akad Ijarah, berikut 5 syarat sah ijarah :

<sup>22</sup> M DR. SRI SUDIARTI, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, vol. 53, 2013, [http://digilib.uin-suka.ac.id/25151/1/12380073\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/25151/1/12380073_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf).

<sup>23</sup> Mahkamah Agung RI, "Peraturan Mahkamah Agung RI No. 02 Tahun 2008 Tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah," *Eksklusive.Www.Badilag.Net*, 2008, 10–186.

1. Yang terkait dengan dua orang yang berakad disyarakan telah balig dan berakal
2. Kedua belah pihak yang berakad menyatakan kerelaannya melakukan akad al-ijarah.
3. Manfaat yang menjadi objek al-ijarah harus diketahui sehingga tidak muncul perselisihan dikemudian hari.
4. Objek al-ijarah itu boleh diserahkan dan digunakan secara langsung dan tidak ada cacatnya
5. Objek al-ijarah itu sesuatu yang dihalalkan oleh syara'<sup>24</sup>

Syarat sah ijarah nomor 5 menjelaskan bahwa manfaat yang menjadi objek al-ijarah harus diketahui sehingga tidak muncul perselisihan dikemudian hari begitu pula dengan upah yang akan diberikan haruslah jelas sesuai dengan kesepakatan diantara kedua belah pihak agar tidak menimbulkan kerugian disalah satu pihak yang berakad.<sup>25</sup>

Jualah ialah meminta agar mengembalikan barang yang hilang dengan bayaran yang ditentukan. Di dalam al Quran, Allah SWT menerangkan model aplikasi al Ju'alah pada kisah Nabi Yusuf alaihissalam beserta saudara-saudaranya. Tepatnya di dalam surat Yusuf ayat ke-72. Allah SWT berfirman:

قَالُوا نَفَقْدُ صَوَاعِ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

Artinya :

“Penyeru-penyeru itu berkata, "Kami kehilangan gelas piala Raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya". (QS. Yusuf : 72).

Adapun rukun ji'alah sebagai berikut:

<sup>24</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *FIQH MUAMALAT*, 1st ed. (Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP, 2010). Hlm. 285

<sup>25</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* (Erlangga, 2012). Hlm. 122

- a. Lafaz, kalimat itu hendaknya mengandung arti izin kepada yang bekerja, juga ditentukan waktunya.
- b. Orang yang menjanjikan upahnya. Orang yang menjanjikan upah tersebut boleh orang yang kehilangan itu sendiri atau orang lain.
- c. Pekerjaan (mencari barang yang hilang).
- d. Upah.

Sedangkan yang membatalkan Ju'alah antara lain masing-masing pihak membolehkan penghentian perjanjian (membatalkannya) sebelum bekerja. Kalau yang membatalkannya orang yang bekerja, dia tidak mendapat upah, sekalipun dia sudah bekerja. Tetapi jika yang membatalkannya adalah pihak yang menjanjikan upah, maka yang bekerja berhak mendapatkan upah sebanyak yang sudah dia kerjakan.

Jasa Endorsement adalah trend baru dikalangan pengguna sosial media Tiktok saat ini karena dengan jasa inilah para pelaku usaha *Online shop* dapat menjual dan memasarkan produknya masing-masing yang di pasarkan oleh pelaku jasa endorsement yang disebut endorser sehingga pelaku usaha (*online shop*) hanya perlu memberikan upah kepada endorser pilihan mereka tersebut.

## **G. Langkah-langkah Penelitian**

Langkah-langkah Penelitian merupakan suatu proses dalam menentukan bagaimana penelitian dapat menghasilkan sebuah kesimpulan. Langkah-langkah penelitian juga biasa disebut dengan prosedur penelitian atau metode penelitian. Secara garis besar langkah-langkah penelitian ini mencakup:

### **1. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif (studi kasus). Yang dimaksud dengan metode deskriptif (studi kasus) dalam penelitian ini yaitu bahwa peneliti mendeskripsikan suatu objek, fenomena, atau *setting* sosial yang akan ditulis dalam karangan naratif. Makna yang

tertulis adalah data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar berisi kutipan data (fakta) yang diungkap di lapangan untuk mendukung apa yang disajikan.<sup>26</sup> Dalam hal ini penulis akan memaparkan bagaimana praktik Ijarah Al a'mal Jasa Endorsement di sosial media Tiktok oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd serta bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik Ijarah al a'mal jasa endorsement di sosial media Tiktok oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd. Maka dari itu, antara praktik yang terjadi dilapangan serta bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah yang lebih mendalam serta terperinci supaya dapat menjadi satu kesatuan yang terintegrasi sehingga dapat memberikan sebuah informasi berupa penjelasan-penjelasan maupun keterangan-keterangan apakah praktik Ijarah Al-a'amal tersebut sesuai atau tidak dengan ketentuan teori fiqh muamalah yang menjadi salah satu landasan pengembangan keilmuan di bidang hukum ekonomi syariah.

## 2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah darimana data-data tersebut diperoleh. Ada dua jenis sumber data yang biasa digunakan dalam penelitian sosial, yaitu:

- a. Sumber data primer, yaitu data yang paling pokok dalam sebuah penelitian.<sup>27</sup> Artinya sumber data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya. Dalam hal ini, sumber data primer yang didapat peneliti ialah data langsung yang berasal dari hasil wawancara yang mendalam dengan narasumber yaitu *celebrity* tiktok pemilik akun sosial media Tiktok @Aqillahjd, pemakai aplikasi tiktok dan non pemakai aplikasi tiktok. Data primer ini akan diberlakukan atau dipergunakan yang

<sup>26</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan , *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. Ella Delfi Lestari (Sukabumi: CV Jejak, 2018), Hlm. 11

[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=59V8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=memahami+penelitian+kualitatif&ots=5HbvvdbyDp&sig=SNPAOpPBib4y6Fhd97osL8Zftsw&redir\\_esc=y#v=onepage&q=memahami+penelitian+kualitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=59V8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=memahami+penelitian+kualitatif&ots=5HbvvdbyDp&sig=SNPAOpPBib4y6Fhd97osL8Zftsw&redir_esc=y#v=onepage&q=memahami+penelitian+kualitatif&f=false)

<sup>27</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010).

mendasari hasil penelitian ini. Objek dalam penelitian ini yaitu Upah atau Upah yang yang didapatkan oleh @Aqillahjd sebagai *celebrity* Tiktok di media sosial Tiktok.

- b. Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>28</sup> Sumber data sekunder dapat diperoleh dari penggalian informasi seperti dari media masa, media elektronik dan lain sebagainya. Dalam hal ini, sumber data sekunder peneliti ialah buku-buku yang berhubungan dengan penelitian, jurnal, catatan- catatan, skripsi, laporan, makalah dan lain sebagainya yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

### 3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Data kualitatif dalam penulisan ini berupa data-data yang berhubungan dengan:

- a. Gambaran umum Ijarah al a'mal yang dilakukan sebagai dasar dari upah atau Upah yang diberikan kepada *celebrity* Tiktok @Aqillahjd di sosial media Tiktok.
- b. Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap Upah atau Upah yang diberikan dari praktik Jasa Endorsement di sosial media tiktok oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu langkah yang paling strategis dalam Teknik sebuah penelitian, karena tujuan terpenting dalam sebuah penelitian adalah untuk mendapatkan data.<sup>29</sup> Dalam rangka untuk mendukung penelitian ini, maka ada beberapa teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan, diantaranya:

<sup>28</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010). Hal 70

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2006). Hal 224

a. Wawancara (Interview)

Dalam memudahkan untuk mengetahui suatu kondisi yang diinginkan maka seorang peneliti menggunakan metode interview. Metode interview merupakan sebuah bentuk komunikasi secara langsung antara peneliti dengan informan.<sup>30</sup>

Wawancara merupakan sebuah proses percakapan antara dua orang atau lebih untuk memperoleh suatu keterangan sebagai tujuan penelitian dengan cara bertatap muka dan tanya jawab antara pewawancara dengan responden yang dibantu dengan instrumen sebagai pedoman wawancara serta dilengkapi dengan alat bantu seperti tape recorder, dan material lain.<sup>31</sup>

Dalam proses penelitian ini, peneliti menggunakan jenis interview bebas terpimpin. Interview bebas terpimpin adalah pedoman pertanyaan yang menjadi poin penting atau secara garis besarnya saja. Maka dari itu peneliti harus menyiapkan beberapa pertanyaan yang menjadi garis besar untuk ditanyakan kepada narasumber yaitu celebrity tiktok pemilik akun media sosial Tiktok @Aqillahjd, pemakai aplikasi tiktok dan non pemakai aplikasi tiktok.

b. Observasi

Observasi atau istilah lain disebut dengan pengamatan, merupakan suatu teknik pengumpulan data yang meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek penelitian dengan menggunakan panca indera yakni melalui penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba, dan pengecap. Observasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh dan mendapatkan data tentang aktivitas Ijarah al a'mal dan upah atau

---

<sup>30</sup> Lexy J. Melong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002).

<sup>31</sup> H. B. Sutopo, *Metode Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006).

Upah yang diberikan atas jasa endorsement oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd di media sosial tiktok.

Sehingga peneliti dapat melihat langsung bagaimana transaksi Ijarah al a'mal dan upah atau Upah yang diberikan atas jasa endorsement oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd di media sosial tiktok.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik dalam pengumpulan data dengan cara mempelajari dan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan bahkan dibutuhkan oleh objek penelitian. Dokumentasi disini peneliti senantiasa menyelidiki bagaimana transaksi Ijarah al a'mal dan upah atau Upah yang diberikan atas jasa endorsement oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd di media sosial tiktok.

5. Analisis Data

Langkah terakhir yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu analisis data. Teknik analisis data merupakan suatu proses mencari, menyusun, bahkan menyederhanakan data dari hasil wawancara, catatan-catatan, dan bahan dokumen lainnya ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipahami untuk diinformasikan kepada orang lain.<sup>32</sup>

Ada tiga langkah yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data, yaitu:

- a. Reduksi Data Adalah suatu proses pemilihan, penyederhanaan, perumusan perhatian, pengabstrakan dan informasi mengenai data kasar yang telah didapatkan dari suatu catatan yang terlulis di lapangan.<sup>33</sup> Dalam proses ini, peneliti akan senantiasa memilih dan merangkum data yang telah dianggap pokok pikiran serta lebih difokuskan terhadap fokus penelitian yaitu data Ijarah al a'mal dan upah atau Upah yang

<sup>32</sup> Nawawi Hadari, *Metodologi Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada, University Press, 2001). Hal 67

<sup>33</sup> Suryana, *Analisis Data Kualitatif Terjemahan Oleh TjepTjep Rohendi Rohidi* (Jakarta: UI Press, 1992). Hal 16

diberikan atas jasa endorsement oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd di media sosial tiktok.

- b. Sajian Data Adalah menyajikan serta mengorganisir data kedalam bentuk narasi, tabel, matrik, grafik, atau kedalam bentuk lain. Data yang telah disajikan dalam penelitian ini yaitu data yang sebelumnya telah dianalisis, namun analisis yang telah dilakukan masih dalam bentuk catatan bagi kepentingan peneliti sebelum disusun dalam bentuk laporan. Dalam hal ini, sajian data yang telah disajikan yaitu berupa catatan-catatan setelah interview dengan pihak narasumber yaitu *celebrity* tiktok pemilik akun media sosial Tiktok @Aqillahjd, pemakai aplikasi tiktok dan non pemakai aplikasi tiktok.
- c. Menyimpulkan Data Adalah suatu cara untuk mendapatkan bukti-bukti atau mengambil intisari dari proses penyajian data yang telah terorganisir dalam bentuk narasi yang sistematis serta mengandung makna yang luas. Fakta-fakta atau bukti-bukti tersebut dalam konteksnya akan ditelaah peneliti serta akan menghasilkan suatu kesimpulan yang sangat berarti. Pada langkah ini, peneliti akan menyusun secara sistematis data yang telah disajikan yaitu data-data yang berhubungan dengan ijarah al a'mal dan upah atau Upah yang diberikan atas jasa endorsement oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd di media sosial tiktok menurut pandangan hukum ekonomi syariah, selanjutnya peneliti akan berusaha untuk menarik kesimpulan dari data yang telah didapatkan tersebut sesuai dengan fokus penelitian yaitu transaksi yaitu upah atau Upah yang didapatkan atas jasa endorsement yang dilakukan oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd di media sosial tiktok.