

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini membawa dampak yang cukup signifikan di berbagai sisi kehidupan manusia, termasuk dalam kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi yang semula dilakukan melalui secara tatap muka, saat ini sudah banyak dilakukan secara elektronik atau dikenal dengan *Electronic Commerce (E-Commerce)*.

Secara umum pengertian *elektonic commerce* adalah kegiatan jual beli barang/jasa atau transmisi dana/data melalui jaringan internet.<sup>1</sup> *E-Commerce* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai media pertukaran barang atau jasa antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to customer*) melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan.<sup>2</sup>

Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, hal ini membuat transaksi perdagangan yang dilakukan oleh masyarakat sangat mungkin dilakukan melalui internet.

---

<sup>1</sup>Rebeca, "Pengertian E-Commerce (Perdagangan Elektronik), dalam <https://www.progresstech.co.id/blog/pengertian-e-commerce/>, diakses pada Hari Kamis tanggal 30 Januari 2020, pada pukul 17.41 WIB

<sup>2</sup>Walia Nabila Sa'ad, Skripsi "*Pengaruh E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau dari Etika Bisnis Islam*", (Bandarlampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2017), hlm. 21

Seiring berjalannya waktu, transaksi dalam platform *e-commerce* di Indonesia terus mencatatkan pertumbuhan fantastis. Hal demikian dipicu oleh adopsi teknologi yang cepat oleh masyarakat Indonesia. Tingkat penetrasi internet dan penggunaan ponsel pintar yang tinggi jadi pemicu kebiasaan masyarakat untuk berbelanja secara online. Menurut Survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2019 setidaknya ada 171,2 juta orang Indonesia adalah pengguna Internet atau setara dengan 64,8% dari total populasi. Sementara studi yang dilakukan oleh McKinsey & Company, jumlah pengguna ponsel pintar di Indonesia mencapai 105 juta orang pada tahun 2017.<sup>3</sup>

Untuk mencari keuntungan yang maksimal dalam melaksanakan bisnis online, pelaku usaha melakukan berbagai teknik pemasaran. Salah satunya adalah teknik *endorsement*. Pengertian *endorsement* itu sendiri menurut para ahli adalah dukungan atau saran. Sedangkan menurut Sonwalkar, dkk *Endorser* adalah sebuah bentuk komunikasi dimana seorang selebritas bertindak sebagai juru bicara dari sebuah produk atau merek tertentu.<sup>4</sup> *Endorsement* dapat disebut sebagai salah satu sistem periklanan yang sedang naik daun di abad ke-21 ini. Sistem ini didasari oleh perjanjian *endorsement* antara pelaku usaha dengan *public figure* yang akan digunakan. Pada praktiknya, pemilik bisnis akan melakukan penawaran

---

<sup>3</sup> Citradi, Tirta, "E-Commerce Indonesia Tumbuh Pesat, Tapi Kalah dari China & Singapura, dalam <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191223152017-37-125264/e-commerce-ri-tumbuh-pesat-tapi-kalah-dari-china-singapura>, diakses pada Hari Kamis, 16 April 2020 Pukul 19.00 WIB

<sup>4</sup> Sonwalkar Jayant dan Manohar K, "Celebrity Impact : A Model of Celebrity Endorsement", *Journal of Marketing and Communication*, Vol. 7 Issue 1, Februari 2017.

kepada *public figure* seperti artis, *selebgram*, *youtuber*, *vlogger* untuk meng-*endorse* barang/jasa dagangannya. Pemilik bisnis yang nantinya menggunakan jasa *endorse* ini disebut *Endorsee*. Sedangkan pihak artis yang akan meng-*endorse* disebut *Endorser*. *Endorser* dapat menolak ataupun menerima tawaran tersebut.

Apabila *Endorser* bersedia melakukan *endorse*, *Endorser* akan mengajukan syarat dan ketentuan untuk melakukan *endorsement*, dan pihak *online shop* atau pelaku usaha harus menghormati ketentuan yang ditetapkan oleh *Endorser*. Setelah terdapat kesepakatan kedua belah pihak, maka timbulah hak dan kewajiban oleh para pihak yang harus dilaksanakan sesuai dengan isi perjanjian *endorsement* tersebut.

Dalam melakukan kegiatan *endorsement* ini terdapat aturan dan ketentuan yang berlaku, namun umumnya ketentuan dan aturan tersebut tidak mengikat kedua pihak sehingga sangat memungkinkan salah satu pihak melanggar atau tidak menepati perjanjian tersebut. Perjanjian *endorsement* sendiri tidak diatur dalam undang-undang secara khusus, akan tetapi berkembang di masyarakat. Terjadinya perjanjian *endorsement* seringkali melalui percakapan dalam media *chatting* seperti *whatsapp*, *instagram*, *facebook*, *telegram*, *twitter* dan lain sebagainya guna membicarakan terkait perjanjian *endorsement* yang akan dilaksanakan. Setelah terjadi kesepakatan antara keduanya, maka selanjutnya *endorser* bisa langsung melaksanakan kewajiban yang telah disepakati bersama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu *endorser* terkenal di media online *instagram* yang selanjutnya bisa disebut *selebgram* (selebritas di *instagram*) bernama Intania Pristy Julietha yang menggunakan id *instagram* @intaniapije memaparkan bahwa Intania sering menerima tawaran *endorsement* dari beberapa pelaku usaha. Kesepakatan *endorsement* dilakukan melalui fitur di salah satu media *chatting* yang disebut dengan *dirrect message*. Setelah sepakat, Intania diharuskan untuk membuat video *review* produk dari *endorsee* yakni *body lotion* dengan memperlihatkan testimoni hasil sebelum dan sesudah intania menggunakan *body lotion* tersebut. Setelah perjanjian *endorsement* usai, Intania mengaku diberikan pujian oleh pelaku usaha *body lotion* tersebut bahwa penjualan produknya meningkat pesat. Hal ini membuktikan bahwa teknik *endorsement* sangat menguntungkan pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Namun bagaimana jika perjanjian *endorsement* tidak dilakukan sebagaimana mestinya karena bentuk perjanjian yang tidak mengikat antara kedua pihak? Selanjutnya bagaimana Islam menanggapi fenomena tersebut?

Kegiatan antar manusia yang mencakup pula dalam tujuan perdagangan, yaitu dikenal dengan muamalah. Kata “muamalah” berasal dari bahasa Arab yang secara etimologi sama dan semakna dengan *al-muf’alah* (saling berbuat). Sebenarnya kegiatan ekonomi berdasarkan syariah tumbuh dan berkembang bersamaan dengan lahir dan berkembangnya agama Islam di dunia ini yang dibawa oleh Rasulullah

SAW.<sup>5</sup> Situasi tersebut menggambarkan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dengan seseorang atau beberapa orang dalam memenuhi kebutuhan masing-masing, dimulai sejak zaman Rasulullah SAW. Sedangkan Fiqh Muamalah secara terminologi didefinisikan sebagai hukum-hukum yang berkaitan dengan tindakan hukum manusia dalam persoalan-persoalan keduniaan. Misalnya dalam persoalan jual beli, utang-piutang, kerjasama dagang, perserikatan, dan sewa menyewa.<sup>6</sup>

Perlu kita pahami bersama bahwa kegiatan *endorsement* ini merupakan bentuk perjanjian kerja sama antara pelaku usaha dan tokoh terkenal yang berkaitan dengan kegiatan iklan/promosi suatu barang/jasa. Sedangkan istilah promosi dalam hukum Islam dikenal dengan sebutan *al-hawafiz al muraghghibah fi al-shira'*. Menurut bahasa *al-hawafiz al muraghghibah fi al-shira'* diartikan sebagai, “Segala sesuatu yang mendorong atau menarik minat (membujuk) orang lain untuk membeli.<sup>7</sup> Hal ini didasarkan pada firman Allah Swt dalam QS. An Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan

---

<sup>5</sup> Nurul Hak, *Ekonomi Islam Hukum Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2011) hlm.1

<sup>6</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007) hlm.1

<sup>7</sup> Syabbul Bahri, *Jurnal : Episteme* Vol. 8, No. 1 “*Hukum Promosi Produk dalam Perspektif Hukum Islam*,” (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2013), hlm. 141

*yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*<sup>8</sup>

Berpedoman dari isi firman Allah SWT di atas, maka sesungguhnya seorang muslim dilarang melakukan perbuatan batil antar sesama manusia, termasuk juga didalamnya saat melakukan kegiatan perekonomian. Pada salah satu asas muamalah terdapat Asas Kebolehan (*Mabda al-Ibahah*), yang berdasar pada kaidah fiqiyah yang memiliki arti “pada dasarnya segala sesuatu itu dibolehkan sampai terdapat dalil yang melarang”.<sup>9</sup> Sehingga perihal perjanjian *endorsement* ini menjadi hal baru untuk dikaji dalam perspektif hukum Islam, mengingat pula pada salah satu prinsip dasar muamalah itu sendiri hukum asalnya adalah *mubah* (diperbolehkan) kecuali terdapat *nash* yang melarangnya.

Sedangkan dilihat dari segi perjanjiannya, bentuk perjanjian *endorsement* ini tidak saling mengikat antara kedua pihak, baik itu pihak pelaku usaha maupun pihak penyedia jasa *endorsement* karena perjanjian dilaksanakan atau dibentuk melalui media *chatting* yang menjadi objek dari perjanjian tersebut, sehingga penting untuk dikaji bagaimana keabsahan bentuk perjanjian *endorsement* melalui media *chatting* ditinjau dari perspektif hukum Islam yang selanjutnya menjadi topik utama penelitian penulis pada skripsi ini. Sebenarnya ada bentuk perjanjian *endorsement*

---

<sup>8</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: CV. Khasanah Ilmu, 2013), hlm. 106

<sup>9</sup> Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005) hlm.

yang menggunakan kertas dan materai sebagai media perjanjian pada umumnya, akan tetapi perjanjian jenis ini jarang sekali dilakukan oleh pelaku usaha karena dianggap tidak efisien.

Bersadarkan latar belakang di atas, tujuan daripada tulisan ini adalah untuk mengetahui terkait **“Analisis Yuridis Keabsahan Perjanjian *Endorsement* melalui Media *Chatting* ditinjau dari Perspektif Hukum Islam”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Proses Pembentukan dan Isi Perjanjian *Endorsement* Melalui Media *Chatting* ?
2. Bagaimana Keabsahan Perjanjian *Endorsement* Melalui Media *Chatting* Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Pembentukan dan Isi Perjanjian *Endorsement* Melalui Media *Chatting*.

2. Untuk Mengkaji dan Menganalisa Bagaimana Keabsahan Perjanjian *Endorsement* Melalui Media *Chatting* Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Bahwa hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan nilai dan manfaat bagi semua pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Aspek Keilmuan (Teoritis)

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang hukum kontrak dalam Islam mengenai bagaimana bentuk perjanjian *endorsement* dan bagaimana keabsahan perjanjian *endorsement* yang dilakukan melalui media sosial yang dikaji menurut hukum Islam.

2. Aspek Terapan (Praktis)

- a. Bagi penyusun penelitian ini merupakan usaha meningkatkan kemampuan berfikir melalui karya tulis ilmiah yang juga merupakan implementasi dari teori-teori yang telah diperoleh selama bangku perkuliahan dan merupakan penerapan tri dharma perguruan tinggi yakni penelitian.

- b. Bagi masyarakat penelitian ini diharapkan memberikan informasi terkait bagaimana bentuk perjanjian *endorsement* melalui media *chatting*, apakah sudah memenuhi rukun dan syarat perjanjian

menurut hukum Islam atau belum. Selain itu juga memberikan informasi terkait penjualan produk dengan sistem pemasaran *endorsement* yang belakangan ini sedang marak dilakukan oleh pelaku usaha karena dianggap sangat mendongkrak penjualan produknya.

## **E. Penegasan Istilah**

Demi kemudahan serta kelancaran dalam memahami penyusunan penelitian ini, maka peneliti akan merangkumkan beberapa istilah yang masih terbilang asing agar tidak terjadi kesalahan penafsiran.

Ada dua jenis penegasan istilah yakni penegasan istilah secara konseptual dan penegasan istilah secara operasional. Masing-masing akan dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Konseptual**

Adapun maksud dengan penegasan istilah secara konseptual adalah penegasan berdasarkan teori dari judul yang penulis ambil yakni:

- a. Analisis, yang dimaksud dengan analisis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pemahaman tentang percakapan dengan cermat, pembahasan (untuk memahami), pandangan, diskusi (dibahas, percakapan dan sebagainya).<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Definisi Analisis*, dalam <https://kbbi.kemendikbud.co.id> diakses pada hari Rabu, 25 November 2020, pukul 14.48

- b. Yuridis menurut kamus hukum berasal dari kata Yuridisch yang sesuai dengan hukum atau dari segi hukum.<sup>11</sup>
- c. Keabsahan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sifat yang sah; kesahan.<sup>12</sup>
- d. Perjanjian menurut pasal 1313 kitab Undang-Undang Hukum Perdata adalah perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Dari peristiwa ini timbul sebuah hubungan hukum antara dua orang atau lebih yang disebut perikatan yang di dalamnya terdapat hak dan kewajiban masing-masing pihak.<sup>13</sup>
- e. *Endorsement* adalah dukungan atau saran.<sup>14</sup>
- f. Media adalah suatu alat yang digunakan untuk mencapai tujuan.<sup>15</sup>
- g. *Chatting* adalah aktivitas berkomunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan memanfaatkan aplikasi dan jaringan internet.<sup>16</sup>

---

<sup>11</sup>Sovia Hasanah, *Arti Landasan Filosofis, Sosiologis, dan Yuridis*, dalam <https://m.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt59394de7562ff/arti-landasan-filosofis--sosiologis--dan-yuridis/#:~:text=Unsur%20yuridis%20menggambarkan%20bahwa%20peraturan%20hukum%20dan%20rasa%20keadilan%20masyarakat>, diakses pada Hari Selasa, Tanggal 25 Februari 2020, Pukul 20.41 WIB

<sup>12</sup> Pust Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Definisi Keabsahan*, dalam <https://kbbi.kemendikbud.co.id> diakses pada hari Rabu, 25 November 2020, pukul 14.50

<sup>13</sup> R. Subekti, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2009) hlm. 43

<sup>14</sup> Muchlisin Riadi, *Pengertian Adpek, Bentuk dan Peran Endorser*, dalam <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/pengertian-aspek-bentuk-dan-peran-endorser.html>, diakses pada Hari Selasa tanggal 25 Februari 2020, pukul 21.06 WIB

<sup>15</sup> Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Definisi Meedia*, dalam <https://kbbi.kemendikbud.co.id> diakses pada hari Rabu, 25 November 2020, pukul 14.48

- h. Perspektif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah cara melukiskan suatu benda pada permukaan yang mendarat sebagaimana yang terlihat oleh mata dengan tiga dimensi (panjang, lebar, tingginya); sudut pandang; pandangan.<sup>17</sup>
- i. Hukum Islam menurut wikipedia adalah peraturan yang mengatur seluruh kehidupan umat Islam baik di dunia maupun di akhirat.<sup>18</sup>

## 2. Operasional

Sedangkan yang dimaksud dengan penegasan istilah secara operasional adalah penegasan istilah berdasarkan resolusi yang mengarah pada operasional yang dititik beratkan kepada pemahaman penulis terkait dengan judul yang diambil.

Adapun penegasan istilah secara operasional antara lain sebagai berikut: Judul yang penulis ambil memiliki maksud menganalisa atau meneliti terkait sah atau tidaknya suatu perjanjian *endorsement* melalui media *chatting* dengan memakai pemahaman hukum Islam.

## F. Metode Penelitian

Dalam hal menulis penelitian ini, ada beberapa metode penelitian yang peneliti gunakan, antara lain sebagai berikut :

---

<sup>16</sup>Hemi, *Pengertian Chatting*, dalam <https://www.selamatpagi.id/pengertian/chatting/amp/> Dikutip dari Diakses pada Hari Minggu pukul 13.05 WIB

<sup>17</sup> Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Definisi Perspektif*, dalam <https://kbbi.kemendikbud.co.id> diakses pada hari Rabu, 25 November 2020, pukul 14.51

<sup>18</sup> Wikipedia, *Pengertian Hukum Islam*, dalam [https://id.m.wikipedia.org/wiki/syariat\\_islam/](https://id.m.wikipedia.org/wiki/syariat_islam/) Dikutip dari diakses pada hari Selasa tanggal 25 Februari pukul 21.12 WIB

## 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian untuk menyusun skripsi ini, penulis menggunakan metode yuridis normatif. Metode yuridis normatif adalah metode penelitian hukum yang dilakukan dengan cara menelaah dan menginterpretasikan hal-hal yang bersifat teoritis yang menyangkut asas, konsepsi, doktrin dan norma hukum yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi konsep dan asas-asas keabsahan perjanjian *endorsement* melalui media *chatting* ditinjau dari perspektif hukum Islam.<sup>19</sup>

## 2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini dilakukan secara deskriptif analitis. Penelitian hukum normatif merupakan penelitian kepustakaan, yaitu penelitian terhadap data sekunder.<sup>20</sup> Ciri-ciri dari metode deskriptif analitis seperti yang dikemukakan oleh Nasution dalam bukunya yang berjudul *Metode Research* antara lain memusatkan diri pada pemecahan-pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang atau masalah-masalah yang aktual, dan data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisa, oleh karena itu metode ini sering disebut metode analisa.<sup>21</sup>

## 3. Jenis dan Sumber data

---

<sup>19</sup> Soerjono Soekanto, Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2007) hlm. 43

<sup>20</sup> *Ibid*, hlm 24

<sup>21</sup> Nasution S, *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm 57

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan dan dokumen, yang merupakan hasil penelitian dan pengolahan orang lain, yang sudah tersedia dalam bentuk buku atau dokumen yang biasanya disediakan di perpustakaan atau milik pribadi,<sup>22</sup> seperti data yang diperoleh dari beberapa literatur dan peraturan perundang-undangan.

Dalam penelitian hukum, data sekunder mencakup bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.<sup>23</sup>

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat, seperti :

- 1) Al-Qur'an dan Al-Hadits terkait dengan perjanjian hukum Islam.
- 2) Fatwa Dewan Syari'ah Nasional – Majelis Ulama Indonesia No:112/dsnmuyix/2017 tentang Akad Ijarah
- 3) Fatwa Majelis Ulama Indonesia No.24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial
- 4) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan-bahan yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu

---

<sup>22</sup> Hilman Hadikusuma, *Metode Pembuatan Kertas Kerja atau Skripsi Ilmu Hukum*, (Bandung: Mandar Maju, 1995) hlm. 65

<sup>23</sup> *Ibid*, hlm. 66

menganalisis dan memahami bahan hukum primer,<sup>24</sup> seperti buku-buku, hasil penelitian, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, dan makalah hasil seminar.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik studi kepustakaan (*library research*), yaitu membaca, mengutip buku-buku atau referensi serta menelaah peraturan perundang-undangan, dokumen dan informasi lain yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti dalam penulisan tugas akhir ini.

Data yang telah dikumpulkan kemudian akan diolah dengan cara sebagai berikut :

- a. Menghimpun, yaitu kegiatan mengumpulkan data atau riset dengan menggunakan sumber data primer maupun sekunder.
- b. *Editing*, yaitu meneliti kembali kelengkapan data yang diperoleh, apabila masih belum lengkap maka diusahakan melengkapinya kembali dengan mengoreksi ulang ke sumber data yang bersangkutan. Selain itu juga melakukan pemeriksaan bila ada kesalahan atau kekeliruan terhadap data yang diperoleh.
- c. Sistematisasi, yaitu melakukan penyusunan data pada tiap pokok bahasan secara sistematis sehingga memudahkan pembahasan.
- d. Klasifikasi, yaitu penggolongan atau pengelompokan data menurut pokok bahasan yang telah ditentukan.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Ronny Hanitjo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1994) hlm. 12

## 5. Metode Analisis Bahan Hukum

Dalam penelitian ini, setelah bahan hukum terkumpul maka bahan hukum tersebut dianalisis untuk mendapatkan konklusi, bentuk dalam teknik analisis bahan hukum adalah *Content Analysis*. Sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya, bahwa dalam penelitian normatif tidak diperlukan data lapangan untuk kemudian dilakukan analisis terhadap sesuatu yang ada di balik data tersebut. Dalam analisis bahan hukum jenis ini dokumen atau arsip yang dianalisis disebut dengan istilah "teks". *Content analysis* menunjukkan pada metode analisis yang integratif dan secara konseptual cenderung diarahkan untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah, dan menganalisis bahan hukum untuk memahami makna, signifikansi, dan relevansinya.<sup>26</sup>

## G. Sistematika Pembahasan

Adapun terkait rencana sistematika pembahasan dalam penelitian ini, nantinya dibagi dalam beberapa bagian bab sebagaimana berikut:

### BAB I : PENDAHULUAN

Dalam ketentuan bab ini akan dibahas terkait dengan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, metode penelitian, serta rencana sistematika

---

<sup>25</sup> Jhonny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. (Malang: Bayumedia Publishing, 2006), hal.46

<sup>26</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologi Ke arah Ragam Varian Kontemporer*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 203

penelitian terkait dengan “Analisis Yuridis Keabsahan Perjanjian *Endorsement* melalui Media *Chatting* Ditinjau dari Perspektif Hukum Islam.

**BAB II : PEMBAHASAN**

Dalam ketentuan bab ini akan dibahas terkait rumusan masalah dan kajian teori terkait konstruksi pembentukan dan isi perjanjian *endorsement* melalui media *chatting*.

**BAB III : PEMBAHASAN LANJUTAN**

Dalam ketentuan bab ini akan membahas terkait pembahasan rumusan masalah dan kajian teori lanjutan mengenai konstruksi pembentukan dan isi perjanjian *endorsement* melalui media *chatting*.

**BAB IV : ANALISIS DATA**

Dalam bab ini akan dibahas terkait dengan analisis data yang diperoleh yakni mengenai keabsahan perjanjian *endorsement* melalui media *chatting* ditinjau dari perspektif hukum Islam dimana data akan digabungkan, serta dianalisis serta akan disajikan dalam bentuk analisis-deskriptif guna untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

**BAB V : KESIMPULAN DAN PENUTUP**

Dalam bab ini akan dipaparkan kesimpulan dan saran dari penelitian “Analisis Yuridis Keabsahan Perjanjian

*Endorsement* Melalui Media *Chatting* Ditinjau dari  
Perspektif Hukum Islam”