

**BAB IV**  
**TINJAUAN HUKUM ISLAM**  
**DALAM PERJANJIAN *ENDORSEMENT***

**A. Konstruksi Perjanjian *Endorsement* melalui Media *Chatting***

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan 5 (lima) subjek penelitian, yaitu tiga diantaranya merupakan pelaku *endorsement* dan yang dua lainnya merupakan pemberi *endorsement*, diperoleh hasil sebagai berikut:

**1. Pelaku *Endorsement***

Beberapa pelaku *endorsement* memberikan keterangannya melalui media *chatting* sebagai berikut:

- a. Berdasarkan keterangan dari PJ, yang merupakan seorang model asal Tulungagung yang saat ini berdomisili di Bali yang sudah beberapa kali melakukan kegiatan *endorsement* menerangkan bahwa dirinya sudah melakukan kegiatan *endorsement* sejak tahun 2016. Menurutnya dalam pelaksanaan perjanjian *endorsement* dirinya hanya membantu mempromosikan produk yang diberikan oleh pemberi *endorsement* dengan cara mengunggah foto/video saat PJ mengenakan/mengonsumsi produk tersebut melalui media sosial *instagram* miliknya yang sudah memiliki 29 ribu pengikut. Memang kerap kali kegiatan *endorsement* banyak dilakukan pada akun jejaring sosial

*instagram* karena memiliki fitur yang sangat mendukung untuk mempromosikan suatu bisnis. Menurut keterangan PJ, perjanjian *endorsement* yang diterimanya selama ini dilakukan melalui media sosial *instagram* melalui fitur *direct message* yang disediakan oleh aplikasi tersebut. *Direct message* merupakan fitur untuk mengirim pesan singkat kepada akun orang lain.

Pada awalnya pemilik bisnis online menghubungi PJ melalui akun *instagram* miliknya, pesan yang dikirimkan berupa penawaran untuk melakukan *endorsement*. Sebelum menerima tawaran tersebut, PJ menentukan jadwal terlebih dahulu apakah dalam bulan ini masih bisa melakukan *endorse* atau tidak. Jika dirasa masih ada slot untuk melakukan *endorsement*, maka PJ akan menyeleksi produk yang ditawarkan apakah sesuai dengan dirinya atau tidak. Kebanyakan produk yang diterima PJ adalah produk kecantikan berupa *make up* dan *body care* lainnya. PJ selalu melakukan seleksi karena menurut dirinya, ditengah zaman serba digital seperti ini semakin banyak pelaku usaha yang melakukan hal curang dengan memalsukan produk, maka dari itu penting untuk mengetahui apakah produk yang hendak dipromosikan sudah masuk Badan POM (BPOM) dan bersertifikasi halal atau belum. “Misalnya saya mendapati produk curang, maka otomatis akan saya blokir kontaknya” begitu tutur PJ dalam percakapan online yang dilakukan oleh penulis melalui

akun *Instagram*. Akan tetapi, selama menerima perjanjian *endorsement* dirinya belum pernah menemukan produk yang mencurigakan karena ketelitiannya dalam proses seleksi. Sebelum menerima *endorsement*.

Selain itu, PJ juga memberikan persyaratan berupa:

1) Daftar harga:

Opsi 1 : Rp. 100.000,- per foto akan di unggah pada Instagram story selama 24 jam

Opsi 2 : Rp. 500.000,- per foto akan di unggah pada *feed instagram* selama 1 bulan, ditambah memposting foto di Instagram story 2 minggu 1 kali.

Opsi 3 : Rp. 750.000,- 1 foto dan 1 video review akan di unggah pada feed Instagram selama 1 bulan, di tambah memposting foto di Instagram story 1 minggu 1 kali.

Opsi 4 : mengirim produk kepada PJ untuk *direview* dan sebagai pengganti upah produk tersebut diberikan untuk PJ .

Biasanya produk tersebut di unggah melalui *instagram story* selama 24 jam.

Kemudian negosiasi terjadi pada *direct message* di *Instagram*. Jika pemilik bisnis menyetujui persyaratan yang diberikan oleh PJ, maka selanjutnya pemilik bisnis diminta untuk mengirim produknya ke alamat PJ kemudian PJ mengunggah foto/video produk (sesuai paket yang dipilih) di

akun *instagram* miliknya. Biasanya upah akan diberikan 1 minggu setelah foto/video diunggah oleh PJ dengan mentransfer ke rekening yang telah diinformasikan sebelumnya.

2) Produk yang dipilih *endorser*

Menurut keterangan dari PJ bahwasannya dirinya tidak sembarang menerima produk untuk di *endorse*, apalagi produk yang di *endorse* olehnya merupakan produk kecantikan yang langsung diaplikasikan pada bagian tubuh. Sebelum menerima perjanjian *endorse*, dirinya mengecek terlebih dahulu apakah produk tersebut aman dan sudah masuk dalam daftar BPOM atau belum. Jika produk tersebut dirasa tidak meyakinkan, maka PJ tidak menerima produk tersebut bahkan tidak segan untuk menolaknya.

3) Ketentuan promosi

Sejak awal PJ melakukan *endorse* dirinya banyak mendapati pemilik bisnis online yang tidak memberikan ketentuan khusus terkait foto/video yang dibuat dan diunggah oleh PJ. Pemilik bisnis hanya menerima hasil dari foto/video yang diunggah oleh PJ dan kemudian mendapat *feedback* dari pengikut akun *instagram* PJ. Namun ada beberapa pemilik bisnis yang menentukan perihal bagaimana bentuk pose foto saat melakukan promosi produk. Ada juga pemilik bisnis

yang memiliki fotografer sendiri untuk melakukan *photoshoot* kepada PJ saat menggunakan produk tersebut. Hal demikian juga disepakati pada saat melakukan perjanjian endorsement di akun *instagram* melalui *direct message*.

- b. Berdasarkan keterangan dari DLK, tidak jauh berbeda dengan keterangan PJ, bahwa pada dasarnya saat melakukan *endorsement* terkadang pelaku usaha telah menentukan bentuk pose atau tema foto saat mempromosikan produknya. Tidak jarang pelaku usaha memiliki fotografer sendiri untuk memotret model *endorsement* saat mengenakan produknya.

Namun, DLK menjelaskan bahwa dirinya belum pernah mendapat tawaran untuk melakukan perjanjian *endorsement* menggunakan fotografer dari pelaku usaha. Berbeda dengan PJ yang sudah memiliki banyak pengikut di akun *instagram*nya, DLK yang hanya memiliki 5 ribu pengikut tidak mematok biaya *endorsement* yang ia terima. DLK hanya menerima produk dan mengulas manfaat dan keunggulan produk yang dipromosikan ke dalam bentuk foto yang disertai keterangan atau berupa video.

Kendati demikian, DLK lebih sering menerima *paid promote* yang hampir menyerupai *endorsement* namun berbeda waktu dan cara mengunggah foto/video dari produk tersebut. *Paid promote* adalah cara mempromosikan suatu produk dengan mengunggah foto/video produk secara teratur sesuai waktu yang

telah ditentukan, misalnya dalam satu paket *paid promote* DLK menerima upah sebesar 25 ribu untuk 3 foto yang akan diunggah melalui *instagram story* yang bertahan hingga 24 jam dan akan diunggah kembali selama 2 kali dalam seminggu tergantung waktu yang ditentukan dalam perjanjian. Sedangkan produk yang dipromosikan akan menjadi milik DLK. Menurut keterangan DLK, perjanjian *endorsement* yang ia terima dilakukan melalui pesan singkat yang berada di media sosial *instagram* dan juga *whatsapp*.

Tidak ada perjanjian tertulis, kesepakatan juga dilakukan melalui *chatting* di akun media sosial tersebut. Dalam menerima *endorsement* dan juga *paid promote* DLK mengedepankan prinsip kepercayaan antara dirinya dan juga pihak pemberi *endorsement*.

- c. Berdasarkan keterangan dari FH, sedikit berbeda dengan PJ dan DLK, dalam melakukan *endorsement* dirinya tidak menentukan upah atau gratis tanpa biaya sepeserpun. Pelaku usaha cukup memberikan produknya secara cuma-cuma kepada FH kemudian akan diulas mengenai manfaat, keunggulan dan juga keistimewaan daripada produk tersebut. FH banyak menerima *endorse* berupa makanan dan minuman, sehingga FH sering menampilkan ulasan berupa video saat menikmati produk tersebut. Selanjutnya FH akan mengunggah foto/video tersebut kedalam beranda dan juga cerita *instagramnya* yang akan

bertahan selama 24 jam. Akun *instagram* FH yang memiliki 2 ribu pengikut tersebut memiliki respon yang cukup baik terhadap kegiatan *endorsement* yang FH lakukan.

## **2. Pemberi *Endorsement***

### **a. Berdasarkan wawancara penulis dengan admin dari Kuliner**

Tulungagung (KT) yang memiliki usaha di bidang *review* seputar kuliner di Tulungagung menuturkan bahwa usaha yang dilakukan olehnya merupakan usaha yang banyak dilakukan di era milenial saat ini. KT merintis usaha ini sejak tahun 2016 dan saat ini sudah berhasil memiliki 137 ribu pengikut pada akun *instagramnya*. Dengan jumlah pengikut yang banyak, tentu akan meningkatkan kualitas usahanya. Akun ini menjadi satu-satunya akun rujukan di bidang kuliner di Tulungagung. Adapun ketentuan dan daftar harga yang ditawarkan oleh Kuliner Tulungagung untuk jasa *endorsement* antara lain:

- 1) Mengirimkan produk ke rumah admin. Selanjutnya admin akan melakukan ulasan jujur mengenai kualitas rasa dan tampilan produk yang akan diulas melalui video atau foto dengan *caption*, dan akan diunggah di *Instagram story*. Pembayaran melalui transfer di rekening bank yang telah ditentukan oleh admin sebesar 50.000 rupiah.

- 2) Admin hanya mengunggah foto/video produk dari pemilik usaha. Diunggah 3x di *Instagram story*. Biaya yang harus dikeluarkan oleh pemilik usaha hanya 30.000 rupiah.
  - 3) Untuk restoran, tempat makan atau *cafe* wajib mengundang admin, selanjutnya menyediakan menu andalan untuk *direview* oleh admin. Foto dan video dibuat oleh admin. Foto/video diunggah di *instagram feed* dan *instagram live*. Pelaku usaha harus menyediakan biaya sebesar 100.000 rupiah.
- b. Berdasarkan wawancara online dengan salah satu pemilik usaha kecantikan atau *beauty care* di Tulungagung yang selanjutnya penulis sebut dengan inisial NT, menerangkan bahwa usaha yang dirintisnya sejak tahun 2019 baru merambah ke media sosial *Instagram* sejak Juli 2020. NT yang memiliki kurang lebih 8.000 pengikut di akun *Instagram* beberapa kali menggunakan jasa *endorsement* dengan artis *instagram* yang memiliki pengikut lebih banyak seperti salah satu *selebritas instagram* bernama Intania yang menggunakan username @intaniapije yang sudah memiliki 29 ribu pengikut. NT memaparkan bahwa jumlah pengikut atau *follower* dari *selebritas instagram* sangat mempengaruhi efektivitas penjualan produknya.

Setelah NT melakukan *endorsement* bersama Intania, prosentase penjualan naik sebesar kurang lebih 50%. Tentu



kegiatan *endorsement* ini sangat bermanfaat untuk pelaku usaha. Sedangkan total biaya yang dikeluarkan oleh NT untuk melakukan jasa *endorsement* sebesar 3.000.000 rupiah untuk *photoshoot* dan juga *fee* untuk Intania.

Dalam proses pembentukan perjanjian *endorsement* bersama Intania, NT melakukan negosiasi melalui *direct message* yang disediakan oleh *instagram*. Namun, NT juga melakukan pertemuan bisnis di salah satu *cafe* di Tulungagung setelah Intania menyetujui untuk melakukan perjanjian *endorsement* bersama NT.

Perjanjian *endorsement* yang dilakukan keduanya beraskan kepercayaan dan tidak dituangkan melalui tulisan seperti perjanjian pada umumnya. Namun kedua pihak sama-sama bertanggung jawab memenuhi prestasi terhadap perjanjian *endorsement* yang telah disepakati bersama. Intania yang bertindak sebagai *endorser* memiliki kewajiban untuk mengunggah konten yang telah disediakan oleh pihak NT berdasarkan waktu yang telah ditentukan, sedangkan NT memiliki kewajiban untuk menyelesaikan pembayaran setelah *photoshoot* dilaksanakan.

## **B. Konstruksi Hukum Perjanjian *Endorsement***

Berdasarkan keterangan di atas mengenai gambaran umum perjanjian *endorsement* pada umumnya, maka pada sub bab ini penulis akan menjabarkan terkait konstruksi hukum dari perjanjian *endorsement* itu sendiri. Sebelumnya patut dijelaskan bahwa secara gambalang, konstruksi hukum terbentuk dari kata “konstruksi” yang artinya susunan.<sup>1</sup> dan “hukum” yang artinya adalah undang-undang, peraturan dan sebagainya untuk mengatur pergaulan hidup masyarakat.<sup>2</sup> Oleh karena itu, konstruksi hukum memiliki pengertian susunan aturan dan konstruksi hukum dalam kehidupan beragama khususnya agama Islam yang berpedoman pada sumber-sumber hukum Islam yakni al-Qur’an dan al-Hadits.

Dalam proses penentuan hukum terkait praktik perjanjian *endorsement* ini, penulis menggunakan metode dengan menggunakan penalaran *ta’lili*, yaitu dimana metode yang bercorak pada upaya penggalian hukum yang bertumpu pada penentuan *’illah-’illah* hukum (suatu yang menetapkan adanya hukum) yang terdapat dalam suatu hadits. Selanjutnya proses pengkajian lebih dalamnya, penulis menggunakan penalaran *ta’lili* dengan metode *qiyas*, dimana mengacu pada pengertian terminologi *qiyas* yang berasal dari Ibn as-Subki dalam kitabnya *Jam’ul al-Jamawi* yang memberikan definisi *qiyas* sebagai metode untuk menghubungkan sesuatu

---

<sup>1</sup> Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Definisi Konstruksi*, dalam <http://kbbi.web.id/konstruksi> diakses pada tanggal 1 Desember 2020 Pukul 15.50 WIB

<sup>2</sup> Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Definisi Hukum*, dalam <http://kbbi.web.id/hukum> diakses pada tanggal 1 Desember 2020 Pukul 21.01 WIB

yang diketahui kepada sesuatu yang diketahui kepada kesamaan dalam 'illah hukumnya menurut pihak yang menghubungkan (*mujtahid*).<sup>3</sup>

Berdasarkan keterangan pada bab sebelumnya terkait gambaran umum perjanjian *endorsement*, dapat memberikan kesimpulan dari proses dan tahapan transaksi dalam praktik perjanjian *endorsement* sebagai berikut:

1. Pada awalnya pelaku usaha atau pemilik bisnis *online* mencari calon *endorser* yang memiliki pengalaman pada bidang tersebut. Karena kegiatan *endorsement* ini dilaksanakan melalui media sosial, maka pelaku usaha bisa mencari calon *endorser* dari aplikasi-aplikasi tersebut misalnya seperti aplikasi yang bernama *Instagram*.
2. Pelaku usaha atau pemilik bisnis *online* yang telah mendapat kontak pelaku *endorsement* dapat bertemu langsung maupun tidak langsung dengan pihak pelaku *endorsement* untuk membicarakan isi dari perjanjian tersebut.
3. Selanjutnya, kedua belah pihak melakukan negosiasi untuk menemukan kesepakatan terkait upah dan ketentuan promosi yang dilakukan oleh *endorser*. Biasanya negosiasi terjadi melalui fitur *direct message* atau *messenger*, yaitu fitur pesan singkat yang tersedia pada aplikasi media sosial yang sering digunakan pada era digital saat ini.

---

<sup>3</sup> Chairumman Pasaribu dan Surahwadi Lubis, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1996), hlm. 30

4. Jika telah ditemukan kesepakatan antara keduanya, pihak pelaku usaha mengirimkan produk yang akan dijadikan objek dari jasa *endorsement* tersebut untuk selanjutnya dapat dipromosikan oleh *endorser*.
5. Pihak *endorser* dapat menentukan jenjang waktu durasi postingan produk *endorsement* itu sendiri pada kolom *feed* sosial medianya.

Melihat dari proses pembentukan transaksi yang telah dijabarkan di atas, kiranya perlu di telaah lebih jauh apakah perjanjian *endorsement* ini termasuk dalam jual beli (*ba'i*) atau akad sewa menyewa dan upah (*ijarah*) ?

Selanjutnya akan dibahas mengenai hasil penalaran penulis berdasarkan penalaran *ta'lili* dengan metode *Qiyas*. Mengutip dari pendapat Chairuman Pasaribu dan Suharwadi K. Lubis terdapat rukun dan syarat sahnya jual beli antara lain<sup>4</sup>:

### **1. Rukun Jual Beli**

Adapun rukun jual beli menurut Jumhur Ulama, yaitu :

- a. Adanya pihak penjual (*al-ba'i*)
- b. Adanya pihak pembeli (*al-musyitari*)
- c. Adanya barang yang di akadkan (*ma'qud alaihi*)
- d. Adanya akad (*ijab* dan *qabul*)
- e. Syarat Jual Beli

### **2. Syarat Jual Beli**

Adapun syarat jual beli antara lain:

- a. Pihak yang mengadakan akad

---

<sup>4</sup> Chairumman Pasaribu dan Surahwadi Lubis, *Hukum Perjanjian...* hlm. 33

Adapun syarat pihak yang mengadakan akad antara lain<sup>5</sup>:

1) Berakal atau *Tamyiz*.

Jumhur ulama memberikan batasan umur terhadap orang yang dapat dikatakan *baligh*, tetapi menurut Ahmad Azhar Basyir, kecakapan seseorang untuk melakukan akad lebih ditekankan pada pertimbangan akal yang sempurna bukan pada jumlah umur semata, karena ketentuan dewasa itu tidak hanya dibatasi dengan umur tetapi tergantung juga dengan *rusyd* atau kematangan pertimbangan akal.<sup>6</sup>

2) Atas kehendak sendiri

Dapat diartikan bahwa tidak boleh terdapat paksaan atau tekanan yang dilakukan salah satu pihak terhadap pihak yang lainnya, sehingga apabila terjadi suatu transaksi harus berdasarkan dari kehendak dari masing-masing individu yang melakukan perjanjian<sup>7</sup>, mengenai hal ini ditegaskan pada Surah An-Nisa ayat 29 yang artinya berbunyi: "*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*".<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> *Ibid*, hlm. 35

<sup>6</sup> *Ibid*, hlm. 35

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm. 36

<sup>8</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan...* hlm. 83

### 3) Bukan Pemboros

Dapat diartikan bahwa kedua pihak yang melaksanakan perjanjian bukanlah orang yang sering melakukan perbuatan boros.

Seorang yang pemboros dalam perbuatan hukumnya berada dalam pengawasan seorang walinya, mengenai hal ini ditegaskan dalam Surah An-Nisa ayat 5 yang berbunyi:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا  
وَاکْسُوهُمْ

وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya: *“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaan) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil hart aitu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik”*.<sup>9</sup>

#### b. Syarat yang berkaitan dengan barang yang diperjualbelikan.

Adapun syarat yang berkaitan dengan barang yang diperjualbelikan antara lain<sup>10</sup>:

##### 1) Suci barangnya

---

<sup>9</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan...* hlm. 77

<sup>10</sup> Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 75

Dimaksud dengan suci barangnya, adalah hukum zat dari barang yang diperjualbelikan tersebut tidak dikategorikan barang yang najis atau diharamkan oleh syarak, sebagai contohnya adalah narkoba dan anjing.

2) Dapat dimanfaatkan

Pada dasarnya, barang/benda yang diperjualbelikan seharusnya memiliki manfaat bagi pihak pembeli. Untuk benda yang tidak memiliki manfaat tidak boleh diperjualbelikan atau ditukarkan dengan barang lain, karena termasuk dalam arti perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT, yaitu hal tersebut merupakan perbuatan menyia-nyiakan harta atau *mubazir*. Akan tetapi, pengertian barang yang dapat dimanfaatkan ini sangat relatif, sebab pada hakikatnya seluruh barang dapat dimanfaatkan, baik untuk dikonsumsi secara langsung maupun tidak langsung. Sejalan dengan zaman yang semakin canggih, barang yang semula tidak memiliki manfaat kini telah ditemukan solusinya agar bisa dimanfaatkan kembali, seperti contohnya sampah plastik yang dapat di daur ulang.

3) Barang dimiliki secara sah oleh pihak yang berakad.

Seseorang yang akan melakukan transaksi jual beli atas suatu barang adalah pemilik sah barang tersebut. Dengan begitu, jual beli yang dilakukan oleh seseorang yang bukan pemilik barang yang sah atau berhak atas barang tersebut

berdasarkan kuasa atas si pemilik sah, dipandang sebagai jual beli yang batal.

4) Dapat diserahkan

Barang yang ditansaksikan dapat diserahkan pada waktu akad tersebut dilakukan, namun bukan berarti harus seketika diserahkan, melainkan dapat diserahkan pada jatuh tempo yang ditentukan pada akad yang telah dibuat. Selama belum datang hari penyerahan, pihak yang bersangkutan cukup menunjukkan bukti kepemilikan yang sah sehingga pihak yang lain percaya akan keberadaan barang yang diperjualbelikan.

5) Keberadaan barang harus dapat diketahui oleh kedua belah pihak, baik oleh penjual maupun pembeli, yaitu terkait bentuk, takaran, sifat, jenis, spesifikasi dan kualitas barang.<sup>11</sup>

Selanjutnya penulis menjabarkan mengenai akad sewa menyewa dan upah atau lebih dikenal sebagai *ijarah*. Secara terminologi *ijarah* memiliki banyak pengertian dari para ulama fikih beserta rukun dan syaratnya, antara lain:

### 3. Pengertian *Ijarah*

Beberapa ulama mendefinisikan *ijarah* sebagai berikut:

- a. Menurut Sayyid Sabiq, *al-ijarah* adalah suatu jenis akad atau transaksi untuk mengambil manfaat dengan jalan memberi penggantian atau upah.

---

<sup>11</sup> *Ibid*, hlm. 76



- b. Menurut Ulama Syafi'iyah, *al-ijarah* adalah suatu jenis akad atau transaksi terhadap suatu manfaat yang dituju, tertentu, bersifat *mubah* dan boleh dimanfaatkan dengan cara memberi imbalan tertentu.
- c. Menurut Amir Syarifuddin, *al-ijarah* secara sederhana dapat diartikan dengan akad atau transaksi manfaat atau jasa dengan imbalan tertentu. Bila yang menjadi objek transaksi manfaat atau jasa dari suatu benda disebut *Ijarah al-Ain*, seperti sewa menyewa rumah untuk ditempati. Bila yang menjadi objek transaksi manfaat atau jasa dari tenaga seseorang disebut dengan *Ijarah ad-Dzimah* atau upah mengupah, seperti upah mengetik skripsi. Sekalipun objeknya berbeda keduanya dalam konteks fikih disebut dengan *al-ijarah*.<sup>12</sup>

#### **4. Rukun Ijarah**

Terdapat 4 (empat) rukun *ijarah*, yaitu:

- a. Dua orang yang berakad;
- b. *Sighat* (Ijab dan Qabul);
- c. Sewa atau imbalan;
- d. Manfaat.<sup>13</sup>

#### **5. Syarat Ijarah**

Adapun syarat *ijarah* antara lain sebagai berikut:

- a. Terkait dengan dua orang yang berakad;

---

<sup>12</sup> *Ibid*, hlm 75

<sup>13</sup> *Ibid*, hlm. 78

- b. Kedua belah pihak yang berakad menyatakan kerelaannya melakukan akad *al-ijarah*;
- c. Manfaat yang menjadi objek *al-ijarah* harus diketahui, sehingga tidak muncul perselisihan dikemudian hari;
- d. Objek *al-ijarah* boleh diserahkan dan digunakan secara langsung dan tidak ada cacatnya;
- e. Objek *al-ijarah* itu sesuatu yang dihalalkan oleh syarak;
- f. Yang disewakan itu bukan suatu kewajiban bagi penyewa, misalnya menyewa orang lain untuk melaksanakan shalat untuk diri penyewa, atau menyewa orang yang belum haji untuk menggantikan haji si penyewa;
- g. Objek *al-ijarah* itu merupakan sesuatu yang biasa disewakan seperti, rumah, kendaraan dan alat-alat perkantoran;
- h. Upah atau sewa menyewa dalam *al-ijarah* harus jelas, tertentu dan sesuatu yang memiliki nilai ekonomi.<sup>14</sup>

Melihat penjabaran di atas, serta setelah membandingkan antara jual beli (*al-ba'i*) dengan sewa menyewa (*al-ijarah*) terkait dengan perjanjian *endorsement*, maka penulis menyimpulkan bahwa kegiatan *endorsement* termasuk ke dalam akad pemberian upah atau sewa menyewa atau *al-ijarah*. Hal ini dikarenakan objek dalam *al-ijarah* merupakan sesuatu yang bisa disewakan seperti rumah, kendaraan dan alat-alat perkantoran, serta upah atau sewa menyewa dalam *al-ijarah* harus jelas, tertentu dan sesuatu yang

---

<sup>14</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), hlm. 232-235

memiliki nilai ekonomi. Hal demikian dipertegas dengan adanya pendapat dari Amir Syarifuddin, bila objek transaksi manfaat atau jasa dari tenaga seseorang disebut dengan *ijarah ad-dzimah* atau upah mengupah, dan menurut ulama Syafi'iyah, *al-ijarah* adalah suatu jenis akad atau transaksi terhadap suatu manfaat yang dituju, tertentu, bersifat boleh dimanfaatkan dengan cara memberi imbalan tertentu.<sup>15</sup>

Pada perjanjian *endorsement* terdapat rukun dari sewa menyewa atau upah (*al-ijarah*) dikarenakan adanya 2 (dua) orang yang berakad yaitu *mu'jir* (pemberi sewa) dan *musta'jir* (penerima sewa), *sighat* (ijab dan qabul), sewa atau imbalan, dan manfaat. Dalam praktiknya dapat diketahui bahwa perjanjian *endorsement* pada umumnya terdapat pemberian upah yang dapat berupa uang, atau hanya produk yang dijadikan objek dari perjanjian *endorsement* itu sendiri.

Adapun ulama Syafi'iyah berpendapat, *al-ijarah* atau *ujrah* adalah suatu akad atas suatu manfaat yang dibolehkan oleh syarak dan merupakan tujuan daripada transaksi tersebut.<sup>16</sup>

### **C. Keabsahan Kontrak Perjanjian *Endorsement* dalam Perspektif Hukum Islam.**

Berdasarkan penjabaran pada bab sebelumnya, secara garis besar pengertian perjanjian *endorsement* ialah bentuk perjanjian akad *ijarah*, sedangkan menurut pendapat Abdul Rahman Ghazaly rukun *ijarah*

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm 337

<sup>16</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 308

terpenuhi apabila telah terbukti adanya penyewa atau penerima jasa (*musta'jir*) dan pemberi jasa (*ta'jir*), ijab dan qabul (*sighat*), sewa atau imbalan dan manfaat dari perjanjian tersebut. Sedangkan M. Ali Hasan mengartikan *ijarah* dilihat dari objeknya dapat dibagi menjadi dua macam yaitu:

1. Upah yang bersifat manfaat (*ijarah 'ayan*), contohnya adalah sewa menyewa rumah, ruko, kendaraan bermotor, pakaian, perhiasan dan lain sebagainya.
2. Upah yang bersifat (*ijarah 'amal*), adalah pemberian upah untuk seseorang yang melakukan pekerjaan tertentu. Misalnya, buruh bangunan, tukang jahit, tukang sol sepatu, satpam, dan lain sebagainya.<sup>17</sup>

Melihat penjabaran dari M. Hasan Ali maka dapat disimpulkan bahwa perjanjian *endorsement* ini mirip dengan akad *ijarah al-amal* dimana pelaku usaha mempekerjakan seseorang *endorser* untuk melakukan suatu promosi produk yang dimilikinya. Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indoensia (MUI) No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Ijarah* pada poin ke-3 (ketiga) menyebutkan bahwa:

1. Akad *ijarah* harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta dimengerti oleh *Mu'jir/Ajir* dan *Musta'jir*.

---

<sup>17</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, (Jakarta: Rajawali Press, 2003), hlm. 236

2. Akad *ijarah* boleh dilakukan secara lisan, tertulis, isyarat, dan perbuatan/tindakan, serta dapat dilakukan secara elektronik sesuai Syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>18</sup>

Berdasarkan penjelasan bagian ketiga Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/ 2017 tentang Akad *Ijarah* di atas, menunjukkan adanya kebolehan untuk melakukan akad *ijarah* secara tidak tertulis. Sebagaimana penjabaran sebelumnya, bahwa menurut DLK selaku pelaku *endorsement* mengungkapkan bahwa mayoritas perjanjian *endorsement* tidak memiliki bentuk tertulis, namun pada asas tertulis yang merujuk pada Q.S Al-Baqarah ayat 283, dimana didalamnya disebutkan pula bahwa:

*“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedangkan kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) ndan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.*<sup>19</sup>

Dalam penjabaran isi ayat tersebut salah satunya menyebutkan bahwa: *...sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika*

---

<sup>18</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia tanggal 19 September 2019 No. 112/DSN-MUI/2017 tentang Akad Ijarah

<sup>19</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan...* hlm.

sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persiksaan.

Jadi, apabila tidak ada bentuk perjanjian tertulis yang terjadi maka setidaknya terdapat barang yang ditangguhkan atau 2 (dua) orang saksi yang dapat dipercaya akan adanya proses akad dari perjanjian *endorsement* tersebut. Dalam perjanjian *endorsement* ini yang dapat menjadi saksi tentunya adalah pihak-pihak yang ada pada saat negosiasi berlangsung. Adapun bentuk otentik dari pelaksanaan perjanjian *endorsement* ini ada pada bentuk postingan pelaku *endorsement* yang melakukan *posting* pada halaman sosial medianya dan secara tidak langsung pengikut (*followers*) pelaku *endorsement* ini menjadi saksi bahwa *postingan* tersebut memang pernah dilakukan.

Terkait persoalan upah dalam perjanjian *endorsement* ini menjadi cukup menarik karena pada dasarnya bentuk pengupahan tersebut dapat berupa produk yang hendak dipromosikan oleh pelaku *endorsement*.<sup>20</sup>

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Ijarah*, pada point ke-8 (kedelapan) menyebutkan<sup>21</sup>:

1. *Ujrah* (upah) boleh berupa uang, manfaat barang, jasa atau barang yang boleh dimanfaatkan menurut Syariah (*mutaqawwam*) dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

---

<sup>20</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi...* hlm. 238

<sup>21</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia tanggal 19 September 2017 No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Ijarah*.

2. Kuantitas dan/atau kualitas *ujrah* harus jelas, baik berupa angka nominal, prosentase tertentu atau rumus yang disepakati dan diketahui oleh para pihak yang melakukan akad.
3. *Ujrah* boleh dibayar secara tunai, bertahap/angsur dan tangguh berdasarkan kesepakatan sesuai dengan syariah dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. *Ujrah* yang telah disepakati boleh ditinjau ulang atas manfaat yang belum diterima oleh *Musta'jir* sesuai kesepakatan.

Dari penjabaran di atas, maka pada dasarnya mengenai upah (*ujrah*) semuanya bermuara pada kesepakatan kedua belah pihak. Dalam pelaksanaan muamalah terdapat pula asas konsensualisme atau asas kerelaan (*mabda' arrada'iyah*), yang dijelaskan pada Q.S An-Nisa (4): 29 yang artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu...*” dari penjelasan ayat di atas dapat dipahami bahwa segala transaksi yang dilakukan harus berdasarkan suka sama suka atau memiliki kerelaan diantara kedua belah pihak yang melakukan perjanjian, keduanya tidak diperbolehkan ada tekanan dari pihak lain, paksaan dan penipuan. Jika hal ini tidak dipenuhi maka transaksi tersebut termasuk transaksi yang dilakukan secara batil dan dapat dikatakan batal demi hukum.<sup>22</sup> Asas ini terdapat pula pada hadits riwayat Ibn Hibban dan al-Baihaqi yang artinya: “*Sesungguhnya jual beli berdasarkan*

---

<sup>22</sup> Mariam Darus Badzruzaman, *Kompilasi Hukum Perikatan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 250

*perizinan (ridha)*”. Perjanjian *endorsement* pada dasarnya adalah bentuk akad yang baru dimana karena keunikannya terletak pada mayoritas pembayarannya menggunakan produk, dan perjanjian tidak dilakukan secara tertulis melainkan menggunakan media elektronik, maka pada dasarnya berlaku hukum *mubah* atau boleh sampai nanti apabila terdapat ketentuan lain yang melarangnya.

Pada dasarnya perjanjian *endorsement* ini mengaitkan suatu perjanjian *ijarah al-‘amal* yang dimana dalam pelaksanaannya tidak luput dari penggunaan sosial media, sebagaimana saat ini telah terdapat Fatwa DSN-MUI No. 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial yang pada poin ke—2 (kedua) mengenai ketentuan hukum pada fatwa tersebut menyebutkan bahwa<sup>23</sup>:

1. Dalam bermuamalah dengan sesama, baik di dalam kehidupan riil maupun media sosial, setiap muslim wajib mendasarkan pada keimanan dan ketakwaan, kebajikan (*mu‘asyarah bil ma‘rufi*), persaudaraan (*ukhuwwah*), saling wasiat akan kebenaran (*al-haqq*) serta mengajak pada kebaikan (*al-arm bi ma‘ruf*) dan mencegah kemunkaran (*al-nahyu ‘an al-munkar*)
2. Setiap muslim yang bermuamalah melalui media sosial wajib memperhatikan hal-hal sebagai berikut:
  - a. Senantiasa meningkatkan keimanan dan ketakwaan, tidak mendorong kekufuran dan kemaksiatan.

---

<sup>23</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia tanggal 13 Mei 2017 Nomor. 24/DSN-MUI/V/2017 tentang Hukum Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial.



- b. Mempercepat persaudaraan, baik persaudaraan keislaman (*ukhuwah islamiyyah*), persaudaraan kebangsaan (*ukhuwah wathaniyyah*), maupun persaudaraan kemanusiaan (*ukhuwah insaniyyah*).
    - c. Memperkokoh kerukunan, baik kepada sesama muslim maupun antar umat beragama lain.
  3. Setiap muslim yang bermuamalah melalui media sosial diharamkan untuk:
    - a. Melakukan *ghibah*, fitnah, namimah, dan menyebabkan permusuhan,
    - b. Melakukan *bullying*, ujaran kebencian dan permusuhan atas dasar suku, agama, rasa tau antar golongan.
    - c. Menimbulkan *hoax* serta menebar berita bohong dan ujaran kebencian.
    - d. Menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan dan segala hal yang terlarang secara syar'i.
  4. Memproduksi, menyebarkan dan/atau membuat dapat diaksesnya konten/informasi yang tidak benar kepada masyarakat hukumnya haram.<sup>24</sup>

Pada poin ke-2 (kedua) Fatwa DSN-MUI No. 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial di atas pada dasarnya perlu diperhatikan bahwa pada angka 3 (tiga) huruf d menyebutkan

---

<sup>24</sup> Mariam Darus Badzrulzaman, *Kompilasi Hukum...* hlm 251

bahwa diharamkan untuk menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan dan segala hal yang terlarang secara syariah.<sup>25</sup> Oleh karena itu, patutnya untuk tidak diperbolehkannya kegiatan promosi suatu barang yang terdapat unsur manipulasi dalam pengiklanannya serta harus mempertimbangkan segi syariatnya serta etika-etika bisnis dalam Islam. Sebutlah suatu contoh, seorang muslim maupun muslimah yang menjadi model pelaku *endorsement* harus tetap menutup auratnya dan jangan sampai menimbulkan pikiran negatif bagi orang lain yang melihatnya, dengan cara menghindari *postingan* dari pihak pemberi *endorsement* yang menginginkan pelaku *endorsement* memakai pakaian terbuka dan melakukan hal diluar ketentuan syariat Islam.

Untuk menghindari terjadinya hal tersebut, pelaku usaha bisa memilih *endorser* yang mengenakan baju sesuai ketentuan Islam dan tidak menampilkan wajah *endorser* bilamana bisnis tersebut merupakan bisnis dibidang busana. Dalam perjanjian *endorsement* terkait dengan Teknik pelaksanaannya tidak lepas dari waktu yang telah ditentukan sebagaimana yang tercantum pada point ke-6 (enam) Fatwa DSN-MUI Nomor 112/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Ijarah yang menyebutkan bahwa ketentuan terkait manfaat dan waktu sewa menyebutkan bahwa:

1. Manfaat harus berupa manfaat yang dibenarkan (tidak dilarang) secara Syariah (*muttaqawwam*).
2. Manfaat harus jelas sehingga diketahui oleh *Mu'jir* dan *Musta'jir/Ajir*.

---

<sup>25</sup>Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia tanggal 13 Mei 2017 Nomor. 24/DSN-MUI/V/2017 tentang Hukum Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial.

3. Tata cara penggunaan barang sewa serta jangka waktu sewa harus disepakati oleh *Mu'jir* dan *Musta'jir/Ajir*.
4. *Musta'jir* dalam akad *ijarah 'ala al-a'yan*, boleh menyewakan kembali (*al-ijarah min al bathin*) kepada pihak lain, kecuali tidak diizinkan (dilarang) oleh *Mu'jir*.
5. *Musta'jir* dalam akad *ijarah 'ala al-a'yan*, tidak wajib menanggung risiko terhadap kerugian yang timbul karena pemanfaatan, kecuali karena *al-ta'addi*, *al-taqshir*, atau *mukhalafat al-syuruth*.

Pada pembahasan sebelumnya telah dijabarkan bahwa pada dasarnya telah terjadi negosiasi antara kedua belah pihak dan tidak terdapat unsur-unsur yang melanggar syariat Islam. Selanjutnya pada poin ke-7 (ketujuh) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor: 112/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Ijarah menyebutkan ketentuan terkait dengan '*Amal* yang dilakukan *Ajir* antara lain:

1. '*Amal* (pekerjaan atau jasa) yang dilakukan *Ajir* harus berupa pekerjaan yang tidak dilarang menurut syariat Islam dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. '*Amal* yang dilakukan '*Ajir* harus diketahui jenis, spesifikasi dan ukuran pekerjaannya serta jangka waktu kerjanya.
3. '*Amal* yang dilakukan '*Ajir* harus berupa pekerjaan yang sesuai dengan tujuan akad.

Berdasarkan penjabaran di atas, penulis menyimpulkan bahwa pada dasarnya keabsahan perjanjian *endorsement* dalam perspektif Hukum Islam

sama halnya dengan *Ijarah al-'Amal* yaitu memberikan upah kepada seseorang untuk melakukan suatu jasa. Dalam hal ini pelaku usaha yang bertindak sebagai pemberi *endorsement* (*mu'jir*) dan pelaku *endorsement* yang bertindak sebagai *'ajir*, selanjutnya terkait dengan bentuk pelaksanaan teknis dalam perjanjian *endorsement* itu sendiri tidak terdapat hal yang bertentangan dengan syariat Islam selama produk yang menjadi objek *endorsement* tidak menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan dan segala hal yang dilarang oleh syariat Islam.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia tanggal 19 September 2017 No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Ijarah.