

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai khalifah di bumi merupakan tujuan Allah SWT dalam menciptakan umat manusia. Manusia dalam menjalankan tugasnya di bumi dapat dipastikan membutuhkan peran orang lain karena manusia merupakan makhluk sosial. Dalam interaksi sosial yang terjadi antar manusia dibutuhkan suatu pedoman dalam bertindak yakni al-Qur'an dan as-Sunnah. Dewasa ini berbagai bentuk interaksi dapat terjadi, namun kegiatan utama yang sering dilakukan antar umat manusia terdapat pada bidang ekonomi (*muamalah*). Sebagaimana diketahui kegiatan *muamalah* pada saat ini telah melekat pada kehidupan manusia. Dijelaskan dalam hukum Islam bahwa *muamalah* merupakan aturan-aturan Allah SWT yang wajib ditaati yang mengatur bentuk interaksi antar manusia dalam menjalankan kegiatan usahanya dengan tujuan mendapatkan sesuatu dengan cara yang paling baik.¹

Kegiatan *muamalah* yang sering kita jumpai salah satunya adalah *ijārah*. *Ijārah* atau sewa menyewa dapat dilakukan pada beberapa objek. Tidak hanya sewa menyewa kepemilikan barang, *ijārah* juga sering digunakan dalam penggunaan jasa atau keahlian. *Ijārah* dalam bentuk jasa atau keahlian pada saat ini dapat digunakan pula sebagai lahan bisnis untuk sebagian orang.

¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Cetakan ke 10, (Jakarta; PT. Raja Grafindo, 2016). 3.

Namun, pada dasarnya *ijārah* merupakan bentuk tolong menolong antar sesama manusia dalam pemenuhan kebutuhan hidup.

Tidak hanya kegiatan *muamalah* yang semakin berkembang, perkembangan teknologi pula mengalami kemajuan yang sangat pesat. Media sosial merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi yang saat ini menjadi *trend*. Berdasarkan kutipan dataIndonesia.id pada Januari 2022 penduduk di Indonesia yang berjumlah 278 juta jiwa, sebanyak 191 juta diantaranya telah aktif menggunakan sosial media.² Sehingga tidak dapat dipungkiri separuh dari penduduk Indonesia turut berpartisipasi dalam mendukung kemajuan teknologi. Dengan memanfaatkan sosial media menjadi kabar baik bagi sebagian orang, seperti para pelaku usaha online. Adanya sosial media bagi para pelaku usaha online merupakan wadah atau tempat untuk pemasaran yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

Diperlukan adanya strategi yang tepat dalam pemanfaatan sosial media dengan tujuan pemasaran, salah satunya dapat dilakukan dengan jasa *endorse*. Bentuk promosi dengan menggunakan jasa *influencer* yang bermaksud mempromosikan produk yang dijual, dengan harapan menjadi bentuk dukungan bagi pelaku usaha online merupakan pengertian dari *endorsement*.³ Dan yang dikatakan sebagai *influencer* merupakan seseorang yang dapat memberikan pengaruh bagi masyarakat. Diantaranya adalah *selebgram*,

² M Ivan Mahdi, "Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022", <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-Indonesia-capai-191-juta-pada-2022>, diakses tanggal 05 Maret 2022.

³ Anak Agung et al., "Perlindungan Hukum Bagi Selebgram Yang Melakukan Promosi Terhadap Barang Dan Jasa Milik Pelaku Usaha", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol.3 No. 3, 29.

blogger, youtuber, public figure dan seseorang yang memiliki banyak *followers* pada akun pribadinya yang dapat memberikan pengaruh besar kepada *audience*.

Kecamatan Kebomas merupakan salah satu bagian wilayah di Kabupaten Gresik yang dikenal sebagai kawasan industri. Sehingga banyak pelaku UMKM yang memanfaatkan kondisi tersebut sebagai peluang usaha. Akan tetapi para pelaku usaha terutama pelaku usaha online perlu memperhatikan strategi pemasaran terhadap produk dengan latar belakang wilayah yang demikian. Sehingga kegiatan jasa *endorse* dirasa tepat untuk membantu para pelaku usaha online dalam meningkatkan penjualan. Dalam hal ini penulis akan menguraikan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap beberapa pelaku usaha online yang menggunakan jasa *endorse* di wilayah Kecamatan Kebomas. Pada praktiknya perjanjian *endorse* dilakukan dengan cara. Pelaku usaha yang akan mempromosikan produknya terlebih dahulu menghubungi pihak *endorser* dengan menjelaskan spesifikasi terkait produk. Apabila *endorser* menyetujui pelaku usaha selaku pengguna jasa akan mengirimkan produknya secara cuma-cuma untuk selanjutnya akan menjadi hak milik *endorser*. Sebagai bentuk perjanjian kerjasama, maka ditentukan pula terkait *fee* atau tarif yang akan diberikan dimana berdasarkan kesepakatan atau memang telah mendapat ketentuan harga sendiri dari pihak *endorser*. Mengenai tarif yang berdasarkan kesepakatan dalam penentuannya tidak ada spesifikasi khusus, namun dapat juga dilihat berdasar dari seberapa banyak *feedback* pada setiap postingannya maupun *followers* aktif yang dimiliki

endorser tersebut. Akan tetapi sering terjadi pada kegiatan *endorse* mereka tidak perlu membayarkan honor terkait jasa, cukup dengan memberikan produk yang akan dipromosikan secara gratis.⁴ Dan tentunya memberikan kesempatan pula bagi para *endorser* untuk memperoleh keuntungan pula.

Terdapat ketentuan mengenai kualifikasi postingan supaya dapat menarik banyak *audience*. Apakah postingan yang digunakan berupa gambar maupun video yang diunggah pada *feed*, *story* instagram maupun *highlight* dan ditentukan pula jangka waktu postingan tersebut. Terkait produk berbagai macam produk dapat dijadikan objek dalam kegiatan *endorse* mulai dari *fashion*, kecantikan, makanan, barang elektronik, aplikasi, dll.

Dalam melakukan perjanjian *endorse* ini perlu diperhatikan bagaimana pemenuhan prestasi terhadap isi perjanjian. Namun yang menjadi perhatian penulis pada penelitian ini, banyak pelaku usaha dalam melakukan perjanjian *endorse* hanya berlandaskan pertemanan. Sehingga banyak dari mereka terkadang tidak memperhatikan bagaimana melaksanakan tanggung jawab atas perjanjian yang telah dibuat sebelumnya. Adanya rasa saling percaya pada pembuatan perjanjian tidak dilakukan sesuai ketentuan. Akan tetapi terjadi pula terhadap perjanjian *endorse* yang telah sesuai yakni tertulis, namun pemenuhan terhadap isi perjanjian tidak sesuai. Sehingga menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Dengan demikian apakah praktik perjanjian kerjasama dengan cara *endorse* ini diperbolehkan atau tidak dari perspektik

⁴ Muhammad Nurul Fahmi, "Endorse dan Paid Promote Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam," *Jurnal Hukum Islam*, Vol. XXII, 2018, 13.

hukum Islam. Bahwa sewa menyewa terhadap jasa orang lain pada perjanjian *endorse* merupakan hal yang baru dengan sistem atau pola yang bervariasi dalam melakukan perjanjian. Sehingga perjanjian *endorse* yang terjadi memiliki keberagaman dalam pelaksanaan, tetapi tetap dengan tujuan yang sama yakni promosi terhadap produk. Hal ini membuat penulis tertarik melakukan penelitian dengan berdasarkan tinjauan *masalah*. Bilamana sesuai dengan tujuan ekonomi Islam yakni kemaslahatan bagi umat manusia.

Dengan permasalahan tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan beberapa pelaku usaha online yang menggunakan jasa *endorse*, dalam sebuah skripsi yang berjudul **“Tinjauan Masalah Terhadap Praktik Perjanjian Endorse Sebagai Sarana Pemasaran (Studi Kasus di Kecamatan Kebomas, Gresik)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik perjanjian *endorse* antara pelaku usaha dengan *endorser* sebagai sarana pemasaran di Kecamatan Kebomas, Gresik?
2. Bagaimana tinjauan *masalah* terhadap praktik perjanjian *endorse* sebagai sarana pemasaran di Kecamatan Kebomas, Gresik?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana praktik perjanjian *endorse* antara pelaku usaha dengan *endorser* sebagai sarana pemasaran di Kecamatan Kebomas, Gresik.
 - b. Untuk mengetahui tinjauan *masalah* terhadap praktik perjanjian *endorse* sebagai sarana pemasaran di Kecamatan Kebomas, Gresik.
2. Kegunaan Penelitian
- a. Kegunaan Teoritis
- Kegunaan teoritis dimaksudkan dapat memberikan kontribusi wacana dan pemikiran yang berkaitan dengan tinjauan metode hukum Islam, dalam praktik perjanjian *endorse* sebagai sarana pemasaran ditinjau dari segi *masalah*.
- b. Kegunaan Praktis
- Kegunaan praktis dimaksudkan menyelesaikan permasalahan yang bersifat praktis. Dan dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya maupun sebagai pengetahuan bagi penulis dan masyarakat luas tentang tinjauan *masalah* terhadap praktik perjanjian *endorse*.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan uraian secara singkat mengenai penelitian yang telah dilakukan dengan permasalahan yang penulis teliti. Adapun skripsi yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang penulis angkat sehingga juga dapat dijadikan sebagai referensi. Berikut adalah karya ilmiah yang berkaitan antara lain:

1. Skripsi oleh Rizki Mukarromah dengan judul “Implementasi Akad *Ijārah* Jasa Layanan Tukang Kurir Purwosari dalam Perspektif Kemaslahatan (Studi di Purwosari-Pasuruan)”, tahun 2017.⁵

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan akad *ijārah* terhadap jasa layanan Tukang Kurir Purwosari. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Hasil penelitian skripsi ini menjelaskan bahwa perjanjian yang dilakukan oleh Tukang Kurir Purwosari telah sesuai dengan ketentuan akad *ijārah*. Bilamana antara perjanjian yang dibuat dengan pelaksanaannya telah sesuai, sehingga dapat dikatakan *maslahah*. Dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain.

Perbedaan skripsi tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian ini berfokus pada perjanjian terkait akad *ijārah* yang dilakukan antara Tukang Kurir Purwosari sebagai pemilik blog dengan para pelaku usaha UMKM dan kurir. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada praktik perjanjian *endorse* yang dilakukan antara pelaku usaha online dengan *endorser*. Persamaan peneliti sebelumnya dengan penelitian penulis adalah terkait tinjauan *maslahah* terhadap apa yang diperjanjikan.

⁵ Rizki Mukarromah, “Implementasi Akad *Ijārah* Jasa Layanan Tukang Kurir Purwosari Dalam Perspektif Kemaslahatan (Studi Di Purwosari-Pasuruan)” (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2017).

2. Skripsi oleh Muhammad Ismail Husin dengan judul “Tinjauan *Maslahah Mursalah* Terhadap Praktik Jual Beli Pedagang Asongan di Pusat Grosir Surabaya”, tahun 2018.⁶

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktik jual beli pedagang asongan di Pusat Grosir Surabaya. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan melakukan penelitian lapangan. Hasil pada penelitian ini menjelaskan bahwa dalam praktiknya kegiatan jual beli yang terjadi di Pusat Grosir Surabaya merupakan jual beli yang sah dan diperbolehkan karena telah sesuai dengan hukum Islam. Namun, apabila ditinjau dari segi *masalahah mursalah* jual beli yang dilakukan oleh pedagang asongan tersebut tidak mencapai tujuan kemaslahatan umat. Dikarenakan dampak negatif yang ditimbulkan lebih besar seperti halnya banyak sampah berserakan dan menurunnya pemasukan bagi pedagang yang telah menyewa lapak.

Perbedaan skripsi tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian ini berfokus pada praktik jual beli pedagang asongan yang berada di Pusat Grosir Surabaya yang telah menimbulkan permasalahan sosial. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus pada praktik perjanjian terkait jasa *endorse*. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan sama-sama membahas terkait kegiatan *muamalah* yang ditinjau dari segi *masalahah mursalah*.

⁶ Muhammad Ismail Husin, “Tinjauan Masalahah Mursalah Terhadap Praktik Jual Beli Pedagang Asongan Di Pusat Grosir Surabaya,” skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018.

3. Skripsi oleh Yuliana dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Jasa *Endorsement* Pada Klinik Kecantikan (Studi kasus di Sumia Clinic Bandar Lampung)”, tahun 2018.⁷

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran dengan menggunakan jasa *endorsement* pada klinik kecantikan di Sumia Clinic Bandar Lampung dalam perspektif hukum Islam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan penelitian kualitatif, dengan melakukan penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Hasil pada penelitian ini menjelaskan bahwa pada saat melakukan kegiatan *endorsement* kedua belah pihak tidak teliti. Pelaku usaha tidak selektif dalam menentukan *endorser* dan pihak *endorser* terkesan hanya menginginkan honor yang diberikan saja. Dalam hal ini *endorser* terkesan melebih-lebihkan dalam *me-review* sebuah produk. Sehingga penggunaan jasa *endorsement* dirasa hanya untuk tujuan keuntungan saja dan berfokus pada minat beli masyarakat.

Perbedaan skripsi tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan, penelitian tersebut hanya berfokus pada metode pemasaran dengan menggunakan jasa *endorsement* sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus pada praktik perjanjian *endorse* ditinjau dari segi *masalah*. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti terkait penggunaan jasa *endorse*.

⁷ Yuliana, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Jasa *Endorsement* Pada Klinik Kecantikan (Studi Kasus di Sumia Clinic Bandar Lampung)”, skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada skripsi ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahaminya. Peneliti menyusun penelitian secara sistematis yang terdiri dari lima bab, dan terbagi menjadi beberapa sub-sub bab sebagai perincian. Adapun sistematika pembahasan sebagai berikut:

1. **BAB 1 (Pendahuluan):** pada pendahuluan berisi tentang pengantar skripsi secara keseluruhan. Terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, serta sistematika pembahasan.
2. **BAB II (Kerangka Teori):** berisi terkait penjelasan teori yang digunakan sebagai landasan pembahasan untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan praktik *endorse* sebagai sarana pemasaran ditinjau dari segi *masalah*. Terdapat beberapa teori yang akan digunakan untuk memecahkan masalah yang dijelaskan dalam beberapa sub bab, antara lain bab tentang akad, bab tinjauan akad *ijārah*, bab tentang *masalah*, dan bab tentang jasa *endorse*.
3. **BAB III (Metode Penelitian):** berisi tentang metode yang digunakan dalam penyusunan skripsi yang meliputi jenis penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.
4. **BAB IV (Hasil Penelitian dan Analisis):** pada bab ini berisikan hasil penelitian dari data yang penulis temukan untuk selanjutnya di analisis untuk pemecahan masalah. Dengan memuat bagaimana praktik perjanjian *endorse* antara pelaku usaha dengan *endorser* di Kecamatan Kebomas,

Gresik serta bagaimana tinjauan *masalah* terhadap praktik perjanjian *endorse* sebagai sarana pemasaran.

5. **BAB V (Penutup):** bab ini berisi kesimpulan terhadap penelitian yang dilakukan oleh penulis. Sebagai jawaban yang sah dalam pokok permasalahan yang telah dijabarkan dan di analisis. Serta menyertakan saran yang bermanfaat untuk penelitian ini.