

PERJANJIAN PAID PROMOTE PERSPEKTIF KUHPerdata DAN KHES

(Studi di Akun Instagram @dindaayprtw dengan @mcijombang_)

SKRIPSI

Disusun Oleh:

SITI MUNAWAROH

NIM 16220112



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH

FAKULTAS SYARI'AH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2020



PERJANJIAN PAID PROMOTE PERSPEKTIF KUHPerdata DAN KHES

(Studi di Akun Instagram @dindaayprtw dengan @mcijombang)

SKRIPSI

Disusun Oleh:

SITI MUNAWAROH

NIM 16220112



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH

FAKULTAS SYARI'AH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, penulis menyatakan bahwa dengan judul:

PERJANJIAN PAID PROMOTE PERSPEKTIF KUHPerdata DAN KHES

(Studi di Akun Instagram @dindaayprtw dengan @mcijombang)

Benar- benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan di duplikasi atau memindah dan milik orang lain, kecuali yang di sebutkan refrensinya secara benar, jika di kemudian hari terbukti disusun oleh orang lain, ada penjiplakan, duplikasi, atau memindah data orang lain, baik secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang saya peroleh karenanya, batal demi hukum.

Malang, 19 Juni 2020

Penulis,



Siti Munawaroh

NIM: 16220112

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Siti Munawaroh NIM: 16220112
Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana
Malik Ibrahim Malang dengan judul:

PERJANJIAN PAID PROMOTE PERSPEKTIF KUHPerdata DAN KHES

(Studi di Akun Instagram @dindaayprtw dengan @mcijombang_)

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat- syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji pada Majelis Dewan Peguji.

Malang, 27 November 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan

Dosen Pembimbing,

Hukum Ekonomi Syariah




Dr. Fakhruddin, M.H.I.

Dwi Fidhayanti, S.H.I., M.H.

NIP 197408192000031002

NIP 199103132019032036

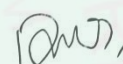
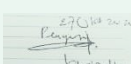
PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan penguji skripsi saudara Siti Munawaroh, NIM 16220112, Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

PERJANJIAN PAID PROMOTE PERSPEKTIF KUHPerdata DAN KHES (Studi di Akun Instagram @dindaayprtw dengan @mcijombang_)

Telah dinyatakan lulus dengan nilai (A)

Dengan Penguji:

- | | | | |
|----|---------------------------|---|---------------|
| 1. | Dr. Suwandi, M.H. | () | |
| | NIP. 196104152000031001 | | Ketua |
| 2. | Dwi Fidayanti, S.HI., MH. | () | |
| | NIP. 19910313201608012027 | | Sekretaris |
| 3. | Dr. Khoirul Hidayah, M.H | () | |
| | NIP. 197805242009122 | | Penguji Utama |

Malang, 11 Januari 2021

Dekan,



Dr. Saifullah. S.H. M.Hum

NIP.1965126520000310011

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan penguji skripsi saudara Siti Munawaroh, NIM 16220112, Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

PERJANJIAN PAID PROMOTE PERSPEKTIF KUHPerdata DAN KHES (Studi di Akun Instagram @dindaayprtw dan @mcijombang)

Telah dinyatakan lulus dengan nilai : A

Malang, 11 Januari 2021



Prof. Dr. Saifullah. S.H. M.Hum
NIP.1965126520000310011

BUKTI KONSULTASI

Nama : Siti Munawaroh

NIM/Prodi : 16220112/ Hukum Ekonomi Syariah

Dosen Pembimbing : Dwi Fidayanti,S.HI.,MH.

Judul Skripsi : **PERJANJIAN PAID PROMOTE PERSPEKTIF
KUHPerdata DAN KHES (Studi di Akun Instagram
@dindaayprtw dengan @mcijombang_)**

No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	2 Februari 2020	Proposal	
2	26 Maret 2020	BAB I-III	
3	14 April 2020	Revisi BAB I-III	
4	1 Mei 2020	BAB IV-V	
5	8 Mei 2020	Revisi BAB IV-V	
6	4 Juni 2020	Revisi BAB IV-V	
7	19 Juni 2020	ACC Skripsi	

Malang, 19 Juni 2020

Mengetahui,

a/n Dekan

Ketua Program Studi Hukum
Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M.H.I.

NIP 197408192000031002

MOTTO

“Karatnya Hati Muda Lebih Berbahaya dari Karatnya Besi Tua”



KATA PENGANTAR

Alhamd li Allâhi Rabb al-‘Âlamîn, lâ Hawl Walâ Quwwat illâ bi Allâh al-‘Âliyy al-‘Âdhîm, dengan hanya rahmat Tuhan Yang Maha Esa serta hidayahNya penulisan skripsi yang berjudul ***”Perjanjian Paid Promote Perspektif KUHPerdata Dan KHES (Studi di Akun Instagram @dindaayprtw dengan @mcijombang_)”*** dapat diselesaikan dengan curahan kasih sayangNya, kedamaian dan ketenangan jiwa. Sholawat dan salam senantiasa kami haturkan kepada baginda Nabi Muhammah SAW yang telah membimbing umatnya dari alam kegelapan menuju alam terang menderang dalam kehidupan ini. Semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafa’at dari Beliau di hari akhir kelak. Amien ...

Dengan segala daya dan upaya serta bantuan, bimbingan maupun pengarahan dan hasil diskusi dari berbagai pihak dalam proses penulisan laporan penelitian ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih tiada batas kepada:

1. Prof. Dr. Abd Haris, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Dr. Saifullah, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

3. Dr. Fakhruddin, M.H.I., selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Burhanuddin Susanto, S.HI.,M.Hum. selaku dosen wali perkuliahan penulis selama kuliah di program studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penulis menghaturkan terimakasih atas bimbingan, motivasi, arahan serta saran selama ini.
5. Dwi Fidhayanti,S.HI.,MH., selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih penulis haturkan atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Dr. Suwandi, M.H, Dr. Khoirul Hidayah, SH., Dr. Dwi Fidhayanti,S.HI.,MH., selaku Majelis Penguji seminar proposal yang telah menguji dan membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Manjelis penguji skripsi yang telah memeberikan kritik yang membangun serta arahan dalam memnyempurnakan kekurangan yang ada dalam penelitian ini.
8. Segenap Dosen Fakultas Syariah yang telah membina, mendidik, dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa menjadikan ilmu yang diberikan sebagai amal mulia dan pahala di akhirat kelak.

9. Segenap Staff Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terimakasih penulis haturkan atas kemudahan-kemudahan yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Dinda Ayu Pratiwi pemilik akun instagram @dindaayprtw karena telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi demi kelanjutan skripsi ini.
11. Rena Kinanti Amirulloh pemilik akun instagram @mcijombang_ karena telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi demi kelanjutan skripsi ini.
12. Orang tua dan kakak-kakak penulis, yang selalu mendokan penulis, memberi nasehat, mendukung penulis baik itu secara moril dan materiil,
13. Serta seluruh pihak yang turut serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga segala kebaikan yang telah dilakukan mendapatkan balasan dari Allah Swt.

Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya bagi kami. Di sini penulis sebagai manusia biasa yang tak pernah luput dari salah dan dosa, menyadari bahwasannya skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharap kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Malang, 19 Juni 2020

Penulis,



Siti Munawaroh

NIM 16220102

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi adalah peimindah alihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemah bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Araba, sedangkan nama Arab dari bangsa Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam *gootnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang standar internasional. Nasional maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 22 Januari 1998, No. 159/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliterasi bahasa Arab (*A Guidige Arabic Transliteration*), INIS Fellow 1992.

B. Konsonan

ا = Tidak dilambangkan	ض = dl
ب = B	ط = th
ت = T	ظ = dh
ث = Ta	ع = ‘ (menghadap ke atas)
ج = J	غ = gh
ح = H	ف = f
خ = Kh	ق = q
د = D	ك = k
ذ = Dz	ل = l
ر = R	م = m
ز = Z	ن = n
س = S	و = w
ش = Sy	ه = h
ص = Sh	ي = y

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma di atas (‘), berbalik dengan koma (‘) untuk penggantian lambang ع.

C. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal	Panjang	Diftong
a = fathah	Â	قال menjadi qâla
i = kasrah	î	قيل menjadi qîla
u = dlommah	û	دون menjadi dûna

Khusus untuk bacaan ya’ nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “î”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya’ nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya’ setelah *fathah* ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

Diftong	Contoh
aw = و	قول menjadi qawlun
ay = ي	خير menjadi khayrun

D. Ta’marbûthah (ة)

Ta’ marbûthah (ة) ditransliterasikan dengan “ṭ” jika berada di tengah kalimat, tetapi ta’ marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya الرسالة المدرسة menjadi *al-*

risala li-mudarrisah, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka dytransiterasikan dengan menggunakan “t” yang disambungkan dengan kalimat berikut, miasalnya الله في رحمة menjadi *fi rahmatillâh*.

E. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalâlah

Kata sandang berupa “al” (ال) dalam lafadh jalâlah yang erada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut :

1. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan.....
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan
3. *Masyâ’Allah kânâ wa mâlam yasyâ lam yakun*
4. *Billâh ‘azza wa jalla*

F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh : شيء - syai’un أمرت - umirtu

النون - an-nau’un تأخذون - ta’khudzûna

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* atau *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh : وان الله لهو خير الرازقين - wa innalillâha lahuwa khairar-râziqîn.

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sanfangnya.

Contoh : وما محمد الا رسول = wa maâ Muhammadun illâ Rasûl

ان اول بيت وضع للدرس = inna Awwala baitin wu dli'a linnâsi

Penggunaan huruf capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan jika penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh : نصر من الله فتح قريب = nas'rûn minallâhi wa fathun qarîb

الله الامر جميعا = lillâhi al-amru jamî'an

Begi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETJUAN	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
BUKTI KONSULTASI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITASI	xii
DAFTAR ISI.....	xviii
ABSTRAK.....	xxii
ABSTRACT.....	xxiii
المسخلص	xxiv

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6

C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Operasional.....	7
F. Sistematika Pembahasan	8

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kerangka Teori	17
1. Definisi Instagram	17
2. Perjanjian Dalam KUHPdata	18
a. Definisi Perjanjian.....	18
b. Subjek dan Objek Perjanjian	19
c. Jenis-Jenis Perjanjian	20
d. Asas-Asas Perjanjian.....	22
e. Syarat-Syarat Sah Perjanjian.....	24
f. Akibat Hukum Perjanjian.....	27
g. Berakhirnya Perjanjian.....	28
3. Perjanjian (Akad) <i>Paid promote</i> Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	29
a. Definisi Ijarah	29
b. Dasar Hukum Ijarah.....	30
c. Rukun Ijarah.....	31

d. Macam-macam Ijarah	32
e. Berakhirnya Ijarah.....	33

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	35
B. Pendekatan Penelitian	35
C. Lokasi Penelitian.....	36
D. Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Metode Pengolahan Data	38

BAB IV: PEMBAHASAN

A. Ketentuan Umum <i>Paid Promote</i> @dindaayprtw dengan @mcijombang_	41
1. Gambaran umum akun instagram @dindaayprtw	41
2. Gambaran umum <i>online shop</i> @mcijombang_	44
B. Perjanjian <i>Paid Promote</i> antara selebgram @dindaayprtw dengan @mcijombang_ Perspektif KUHPerdata	46
C. Perjanjian <i>Paid Promote</i> antara selebgram @dindaayprtw dengan @mcijombang_ Perspektif KHES	54

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA.....	66
----------------------------	-----------

LAMPIRAN	71
RIWAYAT HIDUP	73



ABSTRAK

Siti Munawaroh, 16220112, 2020, **PERJANJIAN PAID PROMOTE PERSPEKTIF KUHPerdata DAN KHES (Studi Di Akun Instagram @Dindaayprtw dengan @mcijombang)**. Skripsi, Pogram Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Fakultas Syariah, Universitas Islam Negri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: Dwi Fidhayanti,S.HI.,MH.



Kata Kunci: Kesepakatan, Instagram, KUHPerdata, KHES

Akun selebgram @dindaayprtw adalah salah satu akun instagram bisnis yang menerima *paid promote*. Pada praktik *paid promote* nya tidak memiliki ketentuan untuk minimal umur, produk yang akan dipromosikannya, semua jenis produk diterimanya dan perjanjian *paid promote* nya tidak dituangkan dalam bentuk surat perjanjian secara formal.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas tentang, 1) hukum perjnajian *paid promote* para pihak di akun instagram @dindaayprtw dengan @mcijombang_ perspektif KUHPerdata, 2) hukum perjanjian *paid promote* para pihak di akun instagram @dindaayprtw dengan @mcijombang_ perspektif KHES.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum empiris (field research), menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. Lokasi penelitian di pemilik akun instagram @dindaayprtw dan @mcijombang_. Metode pengumpulan data meliputi wawancara. Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif.

Hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa, perjanjian dituangkan dalam DM instagram dianggap sah dan mengikat menurut pasal 5 UUTE, hukum perjanjian *paid promote* antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ ini menurut KUHPerdata dianggap sah namun dapat dibatalkan karena usia pemilik bisnis @mcijombang_ belum genap 21 tahun, menurut KHES *paid promote* yang dilakukan di akun instagram @dindaayprtw disebut dengan akad ijarah. Dalam pelaksanaan akad *ijarah* ini pemilik akun instagram @dindaayprtw telah memenuhi rukun dan syarat dari akad *ijarah*, sehingga transaksi yang dilakukan dianggap sah.

ABSTRACT

Siti Munawaroh, 16220112, 2020, **Paid Promote Agreement Perspective Of The Civil Conduct And Compilation Of Sharia Economic Law (Study On Instagram Account @Dindaayprtw with @mcijombang_)**. Thesis, Departement of Sharia Economy Law, Fakulty of Sharia, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, Adviser: Dwi Fidhayanti,S.HI.,MH.



Keywords: Agreement, Instagram, Indonesian Civil Code, Compilation Of Sharia Economic Law

The celebrity account @dindaayprtw is one of the business Instagram accounts that receives paid promotion. In the paid promote practice, it does not have a minimum age requirement, the product to be promoted, all types of products it receives, and the paid promote agreement is not written in the form of a formal agreement letter.

This study aims to discuss, 1) the legal agreement paid to promote parties on the @dindaayprtw Instagram account with @mcijombang_ KUHPersdata perspective, 2) the legal agreement paid to promote parties on the Instagram account @dindaayprtw with @mcijombang_ KHES perspective.

This study uses a type of empirical legal research (field research), using a sociological juridical approach. The location of the study is the owner of the Instagram account @dindaayprtw and @mcijombang_. Data collection methods include interviews. The analysis used is qualitative descriptive analysis.

The results of the analysis and discussion show that, the agreement stated in the DM Instagram is considered valid and binding according to article 5 of the UUIITE, the law of the paid promote agreement between @dindaayprtw and @mcijombang_ according to KUHPersdata is considered valid but can be canceled because the age of the business owner @mcijombang_ is not yet 21 years old, According to KHES, the promoted paid on the Instagram account @dindaayprtw is called the ijarah contract. In the implementation of this ijarah contract, the owner of the @dindaayprtw Instagram account has met the pillars and requirements of the ijarah contract, so the transaction is considered valid.

المسخلص

ستي منورة، 15220112، 2020، اتفاق الترويج المدفوع من منظور السلوك المدني وتجميع القانون الاقتصادي الشرعي (دراسة على حساب دندا ي.ف.ر.ط.و. مع مجي جومبانغ.)، البحث الجامعي، برنامج دراسة القانون الاقتصادي الإسلامي، كلية العلوم الشريعة، جامعة مولان مالك إبراهيم الحكومية الإسلامية مالانج، المشرفة: دوي فيدايتي، الماجستير.

■

الكلمات الرئيسية: الاتفاق ، إنستغرام ، القانون المدني الإندونيسي ، تجميع الشريعة الاقتصادية

حساب المشاهير دندا ي.ف.ر.ط.و. هو أحد حسابات إنستغرام للأعمال التي تتلقى ترويجًا مدفوعًا. في ممارسة الترويج المدفوعة ، لا يشترط حد أدنى للعمر ، والمنتج المراد الترويج له ، وجميع أنواع المنتجات التي يتلقاها ، ولا تتم كتابة اتفاقية الترويج المدفوعة في شكل خطاب اتفاق رسمي.

تهدف هذه الدراسة إلى مناقشة (1) الاتفاقية القانونية المدفوعة للترويج للأحزاب على حساب دندا ي.ف.ر.ط.و. على إنستغرام مع مجي جومبانغ بإنطباع كتاب القانون المدني ، (2) الاتفاقية القانونية المدفوعة للترويج للأطراف على حساب دندا ي.ف.ر.ط.و. على إنستغرام مع مجي جومبانغ بإنطباع تجميع القانون الاقتصادي الإسلامي.

تستخدم هذه الدراسة نوعًا من البحث القانوني التجريبي (البحث الميداني) ، باستخدام نهج قانوني اجتماعي. موقع الدراسة هو مالك حساب إنستغرام دندا ي.ف.ر.ط.و. مع مجي جومبانغ تتضمن طرق جمع البيانات المقابلات. التحليل المستخدم هو التحليل الوصفي النوعي.

تظهر نتائج التحليل والمناقشة أن الاتفاقية المنصوص عليها في الرسالة المباشرة على إنستغرام تعتبر سارية المفعول وملزمة وفقًا للمادة الخامسة من قانون المعلومات والمعاملات الإلكترونية ، وقانون الاتفاقية المروجة بين دندا ي.ف.ر.ط.و. و مجي جومبانغ وفقًا للقانون المدني يعتبر ساريًا ولكن يمكن إلغاؤه نظرًا لسن صاحب العمل. مجي جومبانغ لم يبلغ من العمر واحدًا وعشرين عامًا بعد ، وفقًا لتجميع قانون الشريعة الاقتصادي الذي يتم دفعه مقابل الترويج على حساب إنستغرام دندا ي.ف.ر.ط.و. المسمى عقد الإجارة. في إطار تنفيذ عقد الإجارة هذا ، استوفى مالك حساب دندا ي.ف.ر.ط.و. إنستغرام أركان ومتطلبات عقد الإجارة ، لذلك تعتبر المعاملات التي تمت صالحة.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi masa kini memberikan dampak positif kepada masyarakat yaitu mempermudah interaksi, komunikasi, antara satu sama lain meski dengan jarak jauh sekalipun. Salah satu wujud dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah munculnya beraneka ragam aplikasi media social seperti twitter, Instagram, whatsapp, youtube, facebook, dan lain sebagainya.

Dengan adanya aplikasi-aplikasi media social tersebut dapat juga menunjang perkembangan ekonomi masyarakat dimana para pelaku usaha tidak lagi hanya bisa berjualan di toko, kedai, dan warung secara langsung, secara tunai atau bertatap muka, namun kini mereka bisa menjajakan dagangannya secara online seperti yang sering kita jumpai di beranda facebook, Instagram, group whatsapp, dan lain sebagainya.

Pelaku usaha online biasa disebut dengan online shop atau yang disingkat dengan olshop. Sebelum adanya kemajuan teknologi, sebuah transaksi niaga hanya dilakukan dengan cara kedua belah pihak hadir dalam satu majelis, namun dengan adanya telepon dan internet maka jarak yang jauh

antara dua pihak yang bertransaksi bukan lagi menjadi penghalang untuk melaksanakannya.¹

Dengan berjualan secara online tentu saja dapat merauk keuntungan berlipat-lipat, dikarenakan konsumen yang membeli datang dari berbagai penjuru tidak hanya dari dimana toko itu berasal tapi bisa saja dari luar kota, luar pulau bahkan dari luar negeri. Hal tersebut tentu saja sangat menguntungkan, baik bagi pihak penjual yang mendapatkan pesanan atau pihak pembeli yang tidak perlu mendatangi toko untuk mendapatkan produk yang diinginkan.

Saat ini banyak dari masyarakat Indonesia yang tertarik dengan bisnis online yang mengakibatkan banyak bermunculan olshop-olshop pendatang baru yang menjajakan dagangannya melalui akun media social milik mereka, mulai dari berjualan pakaian, aksesoris wanita, aksesoris pria, peralatan rumah tangga, bahan makanan, sampai makanan siap saji pun tersedia disini, tentu saja ini mengakibatkan ketatnya persaingan antara pelaku usaha yang satu dengan pelaku usaha yang lainnya. Memiliki bisnis online dengan jumlah pesaing yang tidak sedikit tentu saja menjadi sebuah tantangan bagi para pelaku usaha online shop untuk bisa terus berjualan dan bersaing secara sehat dalam menjajakan dagangan. Guna menarik minat konsumen dan

¹ Erwandi Tirmidzi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, (Bogor: P.T. Berkah Mulia Insan, 2018), 675.

meningkatkan nilai jual produk, pelaku usaha *online shop* melakukan berbagai macam strategi pemasaran atau promosi.

Pada hakekatnya promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran.² Promosi adalah memasarkan segala sesuatu yang ingin diperjualbelikan kepada konsumen. Promosi juga dilakukan sebagai media untuk mengenalkan suatu produk atau jasa yang baru atau memperkuat *brand image* suatu produk yang telah ada sebelumnya.³

Akhir-akhir ini banyak pelaku usaha menggunakan media social sebagai strategi komunikasi pemasaran. Salah satunya adalah dengan menerapkan strategi *paid promote*. *Paid promote* ini merupakan promosi berbayar, dilakukan melalui tokoh-tokoh yang terkenal dan memiliki banyak *follower* di social media seperti, *selebgram*, *public figure*, *fashion blogger*, *food blogger* dan juga akun-akun yang memiliki banyak *follower* lainnya baik itu akun pribadi maupun akun bisnis.

Pengertian *paid promote instagram* secara singkat adalah membayar kepada pemilik akun-akun instagram yang memiliki jumlah *follower* yang banyak baik itu milik artis, *selebgram* atau lainnya.⁴ Ada banyak cara untuk mendapatkan banyak *follower*, diantaranya dengan cara memposting berita-

² Agustuna Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 127.

³ Cipta Halim, *Tips Praktis Promosi Online Untuk Berbagai Event*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), 45.

⁴ Muhammad Nurul Fahmi, *Endorse dan Paid Promote Instagram dalam perspektif Hukum Islam*. Vol. 1 no.3 2017.

berita terupdate, memposting foto diri yang bagus dan menarik, dan lain sebagainya.

Perjanjian *paid promote* itu sendiri tidak dianut dalam KUHPerdara, akan tetapi hal ini diperbolehkan karena buku III KUHPerdara menganut sistem terbuka (*open system*). Buku III KUHPerdara yang mengatur tentang perikatan, didasarkan pada asas kebebasan berkontrak dalam membuat perjanjian, sebagaimana pasal 1338 yang berbunyi:

“Semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang. Persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik.”

Pasal 1338 ini memberikan kita kebebasan dalam membuat persetujuan yang artinya: kita bebas membuat persetujuan dalam bentuk apapun, asal memenuhi syarat sah persetujuan sesuai dengan yang terkandung dalam pasal 1320 KUHPerdara. Oleh sebab itu perjanjian dalam *paid promote* diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Namun, untuk diketahui bahwa tidak semua perjanjian adalah perjanjian sah secara hukum. Sebagaimana telah diatur dalam KUHPerdara syarat-syarat keabsahan perjanjian dalam pasal 1320 yang berbunyi:

- “Supaya terjadi persetujuan yang sah, perlu dipenuhi empat syarat;
1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;
 2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;

3. Suatu pokok persoalan tertentu;
4. Suatu sebab yang dilarang.”

Adapun dua syarat pertama disebut sebagai syarat subjektif karena menyangkut subjeknya atau para pihak yang melakukan persetujuan, sedangkan dua syarat terakhir disebut syarat obyektif karena itu mengenai obyeknya. Apabila syarat subjektif dalam suatu perjanjian tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut berakibat dapat dibatalkan/*vernietig*, sedangkan bila syarat objektif yang tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut demi hukum batal/*nietig*.⁵

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di perjanjian *paid promote* yang dilakukan oleh selebgram @dindaayprtw dengan @mcijombnag_. Namun dalam praktiknya @dindaayprtw tidak memiliki ketentuan minimal usia untuk pihak yang ingin menggunakan jasanya, dan semua jenis produk diterima tanpa terkecuali. Seperti yang telah diketahui dalam melakukan suatu perjanjian, objek suatu perjanjian tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum. Tidak hanya itu perjanjian *paid promote* yang dilakukan antara @dindaayprtw dengan @mcijombang tidak dituangkan secara formal dalam bentuk surat perjanjian.

⁵ Kelik Wardiono Septarina Budiwati dsb, *Hukum Perdata*, (Surakarta: Muhammadiyah Univesity Press, 2018), 184.

Dari penjelasan diatas, penulis menarik kesimpulan untuk meneliti tentang: perjanjian *paid promote* perspektif kuhperdata dan khes (studi di akun instagram @dindaayprtw dengan @mcijombang_)

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang diatas, maka permasalahan utama yang diangkat pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana hukum perjanjian *paid promote* antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ perspektif KUHPperdata?
2. Bagaimana hukum perjanjian *paid promote* antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ perspektif KHES?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah diatas, maka tujuan masalah yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hukum dari perjanjian *paid promote* antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ perspektif KUHPperdata.
2. Untuk mengetahui hukum perjanjian *paid promote* antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ perspektif KHES

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi disiplin ilmu, yang sekurang-kurangnya bermanfaat dalam dua aspek, yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan gambaran hukum mengenai perjanjian *paid promote* yang dilakukan oleh @dindaayprtw dengan @mcijombang_ yang ditinjau dari perspektif KUHPerdara dan dari segi hukum Islam yaitu Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, sehingga diharapkan dapat memberi manfaat ilmu pengetahuan dibidang hukum perdata dan hukum Islam.

2. Secara Praktis

- a. Bagi masyarakat, dapat memberikan informasi terkait kesepakatan *paid promote* di media social.
- b. Bagi akademisi, untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kesepakatan *paid promote* antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ perspektif KUHPerdara dan KHES.

E. Definisi Operasional

Menurut keterangan yang telah penulis jelaskan diatas, ada beberapa hal penting yang harus diketahui sebelum melanjutkan penelitian ini. Penulis harus memahami setiap suku kata yang dijadikan judul dalam penelitian ini. Dengan demikian maka akan diuraikan beberapa penjelasan mengenai judul penelitian sebagai berikut:

1. Paid Promote : perjanjian dua pihak antara penyedia jasa

promosi dengan pengguna jasa promosi dimana masing-masing pihak memiliki hak dan kewajiban.

2. Instagram : salah satu media social sebagai sarana untuk berbagi dan mengambil foto dan video, yang menerapkan *filter* digital, dan mengembangkannya ke berbagai jejaringan social.

F. Sistem Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan rangkaian urutan pembahasan penelitian atau karya ilmiah secara runtut guna mempermudah membaca ataupun menelaah isi dari penelitian atau karya ilmiah itu sendiri. Sistematika pembahasan dalam penelitian ini mencakup empat bab yang keseluruhannya memiliki urutan sebagai berikut:

Bab I, bab ini merupakan pendahuluan, yang didalamnya mencakup latar belakang masalah yang akan diteliti. Rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan, merupakan pokok bahasan yang nantinya akan dijawab untuk menunjukkan bahwa penting dilaksanakannya penelitian ini guna menjawab latar permasalahan yang ada. Tujuan penelitian untuk menunjukkan tujuan yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian ini. Manfaat penelitian guna

memaparkan manfaat yang dapat didapatkan dengan dilakukannya penelitian ini dan kemudian terakhir dengan sistematika pembahasan yakni cakupan keseluruhan penelitian secara sistematis, yang berguna untuk memberi gambaran penelitian secara runtut.

Bab II, bab ini berisikan tentang tinjauan kepustakaan mengenai kesepakan *paid promote* perspektif KUHPerdara dan perspektif KHES. Serta dapat juga ditinjau kesepkatan *paid promote* yang dilakukan oleh @dindaayprtw dengan @mcijombang_ berdasarkan KUHPerdara dan KHES. Kemudian, tinjauan pustaka ini nantinya dapat digunakan untuk menganalisis permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Sehingga dapat dijadikan landasan dalam menjawab permasalahan tersebut.

Bab III, bab ini berisikan mengenai metode penelitian, metode penelitian yang digunakan dalam judul penelitian ini meliputi pendekatan dan jenis penelitian, teknik analisa dan sumber data. Lebih jelasnya bab ini menguraikan tentang bagaimana penggunaan pendekatan kualitatif agar menghasilkan penelitian yang ilmiah dan bias dipertanggungjawabkan secara hukum serta kaidah ilmiah secara universal.

Bab IV, bab ini berisikan mengenai pembahasan terhadap analisis permasalahan yang diangkat diawal. Masing-masing permasalahan dianalisis serta pembahasannya disajikan dengan sistematis. Yakni disajikan pemaparan mengenai bagaimana kesepakatan *paid promote* antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ perspektif KUHPerdota dan KHES.

Bab V, bab ini merupakan penutup penelitian, yang mana di dalamnya berisikan mengenai kesimpulan dan saran. Pada kesimpulan akan dipaparkan mengenai jawaban permasalahan yang diangkat diawal dalam rumusan masalah secara singkat. Selanjutnya, saran berisi mengenai saran-saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, maupun saran-saran lainnya yang dapat bermanfaat dan berkaitan dengan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian berbentuk skripsi yang ditulis oleh, Farah Mumtaz Selian program studi Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 1439 H atau 2018 M dengan judul, “Perjanjian Baku Dalam Endorsment Di Media Sosial Instagram”. Permasalahan dalam penelitian ini menjawab tentang hukum dari pencantuman klausula baku dalam perjanjian endorsement oleh pihak endorser terhadap endorsee yang mana dinyatakan sah dan mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak sepanjang memenuhi syarat sahnya perjanjian yang terdapat dalam pasal 1320 KUHPerdara, dan penyelesaian sengketa yang terdapat dalam endorsement itu sendiri dapat meminta pertanggungjawaban pembatalan perjanjian ke pengadilan dan

apabila terdapat salah satu pihak tidak memenuhi kewajiban berdasarkan pasal 1267 KUHPerdara pihak yang dirugikan dapat meminta ganti kerugian kepada pihak yang melakukan wanprestasi.⁶

Persamaan penelitian milik Fara Mumtaz Selian dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas tentang perjanjian dalam promosi di media social instagram berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini yaitu dalam skripsi penelitian Fara Mumtaz Selian yang menjadi objek kajiannya adalah pencantuman klausa baku dalam perjanjian endorsement oleh pihak *endorser* kepada pihak *endorsee* di media social instagram dan penyelesaian sengketa terhadap pelanggaran dalam endorsement, sedangkan penelitian yang saya tulis fokus pada hukum dari perjanjian *paid promote* antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

2. Penelitian ini berbentuk skripsi yang ditulis oleh Miftakhul Laty Yuli Isfaro Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto pada tahun 1439H atau 2018 M, dengan judul skripsi “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Endorser di Media Sosial”.

Permasalahan dalam penelitian ini menjawab tentang kerjasama dalam

⁶ Farah Mumtaz Selian, “*Perjanjian Baku Dalam Endorsment Di Media Sosial Instagram*”, Skripsi (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018).

jasa endorse dalam islam termasuk dalam *ijarah* atau lebih tepatnya *ijarah 'amal* (*ijarah* jasa) dikarenakan didalam *endorse* tersebut terdapat kontrak kerjasama dengan syarat-syarat yang ditentukan dan juga terdapat tarif atau upah yang disepakati oleh para pihak. Endorsement merupakan salah satu bentuk muamalah dan muamalah hukumnya diperbolehkan. Akan tetapi jasa endorse tidak diperbolehkan jika dalam kerjasama tersebut tidak memenuhi rukun, syarat, prinsip-prinsip dalam muamalah dan etika yang ditentukan dalam syariat islam.⁷

Persamaan penelitian milik Miftakhul Laty Yuli Isfaro dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas tentang promosi di media social. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini yaitu dalam penelitian Miftakhul Laty Yuli Isfaro yang menjadi objek kajiannya adalah jasa *endorse* di media social tinjauan hukum islam. Sedangkan objek kajian yang saya tulis dalam penelitian ini fokus pada hukum dari perjanjian *paid promote* antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

3. Penelitian ini berbentuk skripsi yang ditulis oleh Agus Saripudin Jurusan Hukum Perdata Islam Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

⁷ Miftakhul Laty Yuli, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Endorser di Media Sosial*, Skripsi (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri, 2018).

pada tahun 1940H atau 2019M, dengan judul skripsi “Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Promote Pada Akun Instagram @PSMUINSA”. Permasalahan dalam penelitian ini menjawab tentang mekanisme pelayanan paid promote yang dilakukan oleh akun instagram @psmnuinsa dan juga menjawab tentang hukum ekonomi syariah terhadap transaksi *paid promote* yang mana hukum dari transaksi *paid promote* menurut Hukum Ekonomi Syariah disebut dengan akad ijarah.⁸

Persamaan penelitian milik Agus Saripudin dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas tentang *paid promote* pada akun instagram. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah penelitian milik Agus Saripudin yang menjadi objek kajiannya adalah analisis hukum islam terhadap praktik *paid promote* pada salah satu akun instagram, sedangkan yang menjadi objek penelitian penulis adalah perjanjian *paid promote* antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_, selain itu perbedaan juga terdapat pada hukum islam penelitian milik Agus Saripudin ditinjau dari Hukum Islam sedangkan milik penulis ditinjau dari Kitab Undang-undang Hukum Perdata dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

No.	Nama/PT/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Farah Mumtaz Selian program studi Ilmu Hukum	Perjanjian Baku Dalam	Sama-sama membahas tentang	Penelitian milik Fara Mumtaz Selian yang menjadi objek kajiannya

⁸ Agus Saripudin, *Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Promote Pada Akun Instagram @PSMUINSA*, Skripsi (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019).

	Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 1439 H atau 2018 M	Endorsment Di Media Sosial Instagram	perjanjian promosi di media social instagram berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.	adalah pencantuman klausa baku dalam perjanjian endorsement oleh pihak endorser kepada pihak endorsee di media social instagram dan penyelesaian sengketa terhadap pelanggaran dalam endorsement, sedangkan penelitian yang saya tulis fokus pada hukum dari perjanjian paid promote antara @dindaayprtw dengan @dindaayprtw berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.
2.	Miftakhul Laty Yuli Isfaro Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Endorser di Media Sosial	Sama-sama membahas tentang promosi di media social	Penelitian milik Miftakhul Laty Yuli Isfaro yang menajdi objek kajiannya adalah jasa endorse di media social tinjauan hukum islam. Sedangkan objek kajian yang saya tulis

	Purwokerto pada tahun 1439H atau 2018 M			dalam penelitian ini fokus pada hukum dari perjanjian <i>paid promote</i> antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.
3.	Agus Saripudin Jurusan Hukum Perdata Islam Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada tahun 1940H atau 2019M	Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Promote Pada Akun Instagram @PSMU INSA	Sama-sama membahas tentang <i>paid promote</i> pada akun instagram	Penelitian milik Agus Saripudin yang menjadi objek kajiannya adalah analisis hukum islam terhadap praktik <i>paid promote</i> pada akun instagram, sedangkan yang menjadi objek penelitian penulis adalah perjanjian <i>paid promote</i> antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_, selain itu perbedaan juga terdapat pada hukum islam. Penelitian milik Agus Saripudin ditinjau dari Hukum Islam sedangkan milik penulis

				ditinjau dari Kitab Undang-undang Hukum Perdata dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.
--	--	--	--	--

B. Kerangka Teori

1. Definisi Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi atau media untuk berbagi dan mengambil foto dan video, yang menerapkan *filter* digital, dan mengembangkannya ke berbagai jejaringan social. Asal kata instagram itu sendiri merupakan pengertian dari seluruh fungsi aplikasi ini. Kata insta berasal dari kata instan, sebagaimana pada instagram itu sendiri dapat menampilkan foto-foto secara instan. Kemudian kata gram berasal dari kata telegram, sebagaimana cara kerjanya yaitu menyampaikan informasi dengan cepat kepada orang lain. Penjelasan diatas menggambarkan instagram yang dapat mengunggah foto menggunakan jaringan internet, sehingga mengakibatkan informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan atau diterima dengan cepat.⁹

⁹ Muhammad Nurul Fahmi, *Endorse dan Paid Promote Instagram dalam perspektif Hukum Islam*. Vol. 1 no.3 2017, 5.

Menurut Atmoko pengertian instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto dan memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan *filter* digital, dan membagikan ke berbagai jejaringan social, termasuk milik instagram sendiri. Dalam instagram system pertemanannya menggunakan istilah *follower* dan *following*. *Follower* yang berarti pengikut sedangkan *following* yang berarti mengikuti. Setiap pengguna instagram dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan respon suka atas foto yang telah dibagikan.¹⁰

2. Perjanjian dalam KUHPerdara

a. Definisi Perjanjian

Menurut Prof. Subekti S.H., perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.¹¹ Menurut Prof. Dr. R. Wirjono Prodjodikoro, S.H., perjanjian adalah suatu perbuatan hukum mengenai harta benda antara dua pihak, dalam mana suatu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan suatu hal atau untuk tidak melakukan suatu hal, sedang pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu.¹²

Perjanjian menurut pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum perdata yaitu: Suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih

¹⁰ Atmoko, *Instagram Hand book tips Foto grafi Ponsel*, (Jakarta: Media Kita, 2012), 4.

¹¹ Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Intermasa, 2008), 1.

¹² R. Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Sumur Bandung, 1989), 9.

mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih. Dari rumusan perjanjian tersebut dapat disimpulkan, bahwa unsur-unsur perjanjian itu adalah:¹³

- 1) Ada para pihak.
- 2) Ada persetujuan antara para pihak.
- 3) Ada tujuan yang dicapai.
- 4) Ada prestasi yang akan dilaksanakan.
- 5) Ada bentuk tertentu, baik lisan maupun tulisan.
- 6) Ada syarat-syarat tertentu.

b. Subjek dan objek perjanjian

1) Subjek perjanjian

Terdapat dua macam subjek perjanjian yaitu:¹⁴

- a) Perorangan atau badan hukum yang mendapat beban kewajibana untuk sesuatu.
- b) Perorangan atau badan hukum yang mendapat hak atas pelaksanaan perjanjian itu.

2) Objek perjanjian

Menurut Badruzaman, objek perjanjian dapat dikatagorikan menjadi dua macam berdasarkan pasal 1332 sampai dengan pasal 1334 KUHPerdara yaitu:¹⁵

¹³ P.N.H Simanjuntak, *Hukum Perdata Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 286.

¹⁴ R. Wirjono Prodjodikoro, *Azaz-Azaz Hukum Perjanjian*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 2000), 13.

- a) Objek yang akan datang (kecuali warisan), asalkan objek tersebut dapat ditentukan jenisnya dan dapat dihitung.
- b) Objek yang dapat diperdagangkan, sedangkan barang-barang yang diperdagangkan untuk kepentingan umum tidak dapat menjadi objek perjanjian.

c. Jenis-Jenis Perjanjian

Adapun jenis-jenis perjanjian menurut Buku III BW adalah sebagai berikut:¹⁶

1) Perjanjian Cuma-Cuma dan Perjanjian Atas Beban

Pasal 1314 KUHPdata menerangkan tentang pengaturan dan pengertian perjanjian cuma-cuma dan atas beban yang berbunyi:

- a) Suatu persetujuan cuma-cuma adalah suatu persetujuan, bahwa pihak yang satu akan memberikan suatu keuntungan kepada pihak yang akan menerima imbalan.

¹⁵ Iswi Hariani, Cita Yustifia Cerfinia dan R. Serfianto D. Purnomo, *Penyelesaian Sengketa Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 12.

¹⁶ Marilang, *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, (Makassar: Indonesia Prime, 2017), 159.

- b) Suatu persetujuan memberatkan adalah suatu persetujuan yang mewajibkan tiap pihak untuk memberikan sesuatu, melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu.

Menurut J. Satrio mendefinisikan perjanjian cuma-cuma adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu memberikan suatu keuntungan kepada pihak yang lain tanpa menerima suatu manfaat bagi dirinya sendiri. Contoh: hibah. Sedangkan perjanjian atas beban adalah perjanjian dimana terdapat prestasi yang satu selalu ada kontra prestasi pihak lain, dimana prestasinya bukan semata-mata merupakan pembatasan atas prestasi yang satu atau hanya sekedar menerima kembali prestasinya.

2) Perjanjian Sepihak dan Perjanjian Timbal Balik

Menurut Abdulkadir Muhammad perjanjian sepihak dan perjanjian timbal balik adalah terletak pada kewajiban berprestasi kedua belah pihak atau salah satu pihak, jika kewajiban berprestasi dibebankan kepada satu pihak saja maka perjanjian tersebut disebut perjanjian sepihak. Sedangkan jika kewajiban berprestasi dibebankan kepada dua belah pihak, maka perjanjiannya termasuk jenis perjanjian timbal balik.

3) Perjanjian Konsensual atau Perjanjian Riil

Perjanjian konsensual adalah perjanjian yang terjadi setelah adanya kata sepakat dari para pihak, sudah melahirkan perjanjian yang sah kecuali jika

jenis perjanjian yang membutuhkan formalitas seperti perjanjian jual-beli tanah dan beberapa jenis perjanjian lainnya yang mengharuskan dibuat dalam bentuk tertulis. konsensual diartikan dengan sepakat secara lisan saja sudah melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak yang melakukan perjanjian. Sedangkan perjanjian riil adalah perjanjian yang baru dikatakan sah apabila barang yang menjadi pokok perjanjian sudah diterima atau diserahkan seperti utang-piutang, pinjam pakaian, dan penitipan barang.

4) Perjanjian Bernama dan Perjanjian Tidak Bernama

Perjanjian bernama dan tidak bernama terdapat dalam pasal 1319 KUHPerdata yang berbunyi: Semua persetujuan, baik yang mempunyai nama khusus maupun yang tidak dikenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan umum yang termuat dalam bab ini dan bab yang lalu.

d. Asas-Asas Perjanjian

Dalam melakukan perbuatan hukum membuat suatu perjanjian haruslah memahami asas-asas yang berlaku dalam dasar suatu perjanjian antara lain:¹⁷

1) Asas Kebebasan Berkontrak

¹⁷ M. Muhtarom, *Asas Hukum Perjanjian: Suatu Landasan Dalam Pembuatan Kontrak*, SUHUF, Vol. 26, No. 1, Mei 2014.

Asas kebebasan berkontrak dapat dianalisis dari ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata. Asas kebebasan berkontrak ini memberikan kebebasan kepada para pihak yang membuat perjanjian untuk:

- a) Membuat atau tidak membuat perjanjian;
- b) Mengadakan perjanjian dengan siapapun;
- c) Menentukan isi perjanjian, pelaksanaan, dan persyaratannya;
- d) Menentukan bentuk perjanjiannya apakah tertulis atau lisan.

2) Asas Konsensualisme

Asas konsensualisme dapat disimpulkan dalam Pasal 1320 ayat (1) KUHPerdata. Pasal tersebut ditentukan bahwa salah satu syarat sah nya perjanjian adalah adanya kata kesepakatan antara kedua belah pihak.

3) Asas Pacta Sunt Servanda

Asas pacta sunt servanda adalah para pihak terikat pada perjanjian yang mereka buat. Perjanjian yang dibuat berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuat.

4) Asas Itikad Baik

Asas itikad baik tercantum dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata. Asas ini merupakan asas bahwa para pihak harus melaksanakan substansi kontrak

berdasarkan kepercayaan atau keyakinan yang teguh maupun kemauan baik dari para pihak.

5) Asas Kepribadian

Asas kepribadian merupakan asas yang menentukan bahwa seseorang yang akan melakukan dan/atau membuat kontrak hanya untuk kepentingan perseorangan saja. Hal ini dapat dilihat dalam Pasal 1315 dan Pasal 1340 KUHperdata. Pasal 1315 KUHPerdata berbunyi: *“Pada umumnya seseorang tidak dapat mengadakan perikatan atau perjanjian selain untuk dirinya sendiri”*. Dan Pasal 1340 KUHPerdata berbunyi: *“Perjanjian hanya berlaku antara para pihak yang membuatnya”*.

e. Syarat-syarat sah perjanjian

Menurut pasal 1320 KUHPerdata syarat sah perjanjian yaitu:

“Supaya terjadi persetujuan yang sah, perlu dipenuhi empat syarat:

- 1) Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;*
- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;*
- 3) Suatu pokok persoalan tertentu;*
- 4) Suatu sebab yang tidak terlarang.”*

Yang dimaksud dari empat syarat sah perjanjian diatas adalah:¹⁸

¹⁸ P.N.H Simanjuntak, *Hukum Perdata Indonesia*, 287.

1) Kesepakatan mereka yang mengikatkan diri

Dimaksudkan bahwa para pihak yang hendak mengadakan suatu perjanjian, harus terlebih dahulu bersepakat atau setuju mengenai hal-hal pokok dari perjanjian yang akan diadakan itu. Kata sepakat tidak sah apabila kata sepakat itu diberikan karena kekhilafan, paksaan atau penipuan seperti yang dijelaskan pada pasal 1321 KUHPerdara.

2) Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian

Setiap orang adalah cakap untuk membuat perjanjian, kecuali jika oleh undang-undang tidak dinyatakan tak cakap seperti yang diatur dalam pasal 1329 KUHPerdara. Adapun mereka yang dianggap tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian menurut pasal 1330 KUHPerdara adalah:

- a) Orang yang belum dewasa.
- b) Mereka yang ditaruh dibawah pengampuan.
- c) Orang perempuan dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang, dan semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian tertentu.

Akibat hukum dari ketidakcakapan ini adalah bahwa perjanjian yang telah dibuat dapat dimintakan pembatalannya kepada hakim.

3) Adanya suatu hal tertentu

Maksud dari adanya suatu hal tertentu adalah menyangkut objek perjanjian harus jelas dan dapat ditentukan. Berikut ini adanya suatu hal tertentu menurut KUHPedata:

- a) Menurut pasal 1333 KUHPedata, suatu perjanjian harus memiliki sebagai pokok suatu barang yang sekurang-kurangnya ditentukan jenisnya. Jumlah barang itu tak perlu pasti, asal saja jumlah itu kemudian dapat ditentukan dan dihitung.
- b) Menurut pasal 1332 KUHPedata, hanya barang yang dapat diperdagangkan saja yang dapat menjadi pokok persetujuan.
- c) Menurut pasal 1334 KUHPedata, barang yang baru ada pada waktu yang akan datang, dapat menjadi pokok suatu persetujuan.
- 4) Adanya suatu sebab halal

Adanya suatu sebab yang halal ini menyangkut dengan isi perjanjian yang tidak bertentangan dengan pasal 1337 KUHPedata, suatu sebab adalah terlarang, jika sebab itu dilarang oleh undang-undang atau bila sebab itu bertentangan dengan kesusilaan atau dengan ketertiban umum. Pada hakikatnya undang-undang tidak mempermasalahkan apa yang menjadi sebab orang melakukan perjanjian namun yang diperhatikan oleh undang-undang adalah isi dari perjanjian tersebut yang menggambarkan tujuan yang akan dicapai. Menurut pasal 1335 KUHPedata, suatu perjanjian tanpa sebab, atau

dibuat berdasarkan suatu sebab yang palsu atau yang terlarang, tidaklah mempunyai kekuatan.

Keempat syarat perjanjian tersebut dikelompokkan menjadi dua bagian. Adapun dua bagian tersebut yaitu:

a) Syarat subjektif

Syarat subjektif adalah syarat yang harus dipenuhi oleh pihak yang melakukan perjanjian meliputi:

- Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya.
- Kecakapan untuk membuat suatu perikatan.

b) Syarat objektif

Syarat objektif adalah syarat yang harus dipenuhi oleh objek suatu perjanjian meliputi:

- Suatu pokok persoalan tertentu.
- Suatu sebab yang tidak terlarang.

f. Akibat Hukum Perjanjian

Menurut pasal 1338 KUHPPerdata akibat hukum dari suatu perjanjian dibagi menjadi tiga macam antara lain:¹⁹

¹⁹ Iswi Hariani, Cita Yustifia Cerfinia dan R. Serfianto D. Purnomo, *Penyelesaian Sengketa Bisnis*, 15.

- 1) Perjanjian bersifat mengikat para pihak. Hal ini sesuai dengan bunyi pasal 1338 ayat 1 KUHPerdara yang berbunyi: *“semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.”* Ketentuan ini mengartikan bahwa betapa kuatnya kedudukan hukum atas suatu perjanjian meski perjanjian tersebut dibuat oleh para pihak yang tergolong pejabat publik.
- 2) Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali kecuali berdasarkan kata sepakat kedua belah pihak, atau berdasarkan alasan-alasan yang dibenarkan oleh undang-undang, sesuai dengan pasal 1338 ayat 2 KUHPerdara. Maksud dari ketentuan ini adalah agar para pihak yang membuat perjanjian harus berkomitmen penuh dalam melaksanakan semua isi perjanjian dan tidak mudah untuk memperamian perjanjian tersebut.
- 3) Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik, sesuai dengan pasal 1338 ayat 3 KUHPerdara.

g. Berakhirnya Perjanjian

Pada umumnya berakhir atau hapusnya suatu perjanjian itu terjadi apabila tujuan dari perjanjian tersebut yang telah dibuat oleh para pihak telah tercapai. Suatu perjanjian akan berakhir apabila:²⁰

- 1) Ditentukan oleh para pihak dalam perjanjian, seperti perjanjian akan berlaku dalam waktu tertentu.
- 2) Batas waktu berlakunya perjanjian ditentukan oleh undang-undang.
- 3) Para pihak atau undang-undang dapat menentukan bahwa dengan terjadinya peristiwa tertentu maka perjanjian akan dihapus.
- 4) Pernyataan mengenai perjanjian (*Opzegging*), dapat dilakukan oleh kedua belah pihak. *Opzegging* hanya ada pada perjanjian-perjanjian yang bersifat sementara, seperti perjanjian kerja dan sewa menyewa.
- 5) Perjanjian hapus karena putusan hakim.
- 6) Tujuan perjanjian telah tercapai.

3. Perjanjian (Akad) Paid Promote Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Paktik *paid promote* ini merupakan praktik promosi yang memanfaatkan jasa selebgram untuk mempromosikan produk dengan memberikan imbalan. Dalam Hukum Ekonomi Syariah praktik yang demikian disebut dengan akad ijarah.

²⁰ R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, (Bandung: Bina Cipta, 1987), 69.

a. Pengertian Ijarah

Ijarah dalam bahasa Arab berarti upah, sewa, jasa, atau imbalan. Secara terminologi ada beberapa definisi ijarah yang dikemukakan oleh para ulama fiqh. Ulama Hanafiyah mendefinisikan: transaksi terhadap suatu manfaat dengan imbalan. Syafi'iyah menjelaskan ijarah adalah akad atas suatu manfaat tertentu, bersifat mubah dan boleh dimanfaatkan dengan kompensasi atau imbalan tertentu. Malikiyah mengatakan, ijarah adalah perpindahan kepemilikan manfaat sesuatu yang dibolehkan dalam waktu tertentu dengan kompensasi tertentu. Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka akad ijarah dapat diartikan sebagai akad pemindahan hak atas pakai atas barang atau jasa dalam waktu tertentu dengan imbalan (upah sewa), yang dapat diikuti pemindahan hak milik atas barang yang disewa. Subtansi akad ijarah terletak pada pengambilan manfaat atas barang atau jasa yang diimbangi dengan upah dalam waktu tertentu.²¹

Menurut Fatwa DSN MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah, definisi ijarah adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (ujrag), tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.²²

b. Dasar Hukum Ijarah

²¹ Harun, *Fiqh Muamalah*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 122.

²² Fatwa DSN MUI No. 09/DSN/MUI/2000 tentang Pembiayaan Ijarah.

Ijarah dalam Islam hukumnya diperbolehkan berdasarkan dengan firman Allah SWT QS. Al-Baqarah (2) ayat 233 sebagai berikut:

وَأِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا

آتَيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: "Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertakwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan."

Firman Allah QS. al-Qashash (28) ayat 26 sebagai berikut:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ ۖ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

Artinya: "Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya".

Ijma' sahabat telah sepakat atas kebolehan akad ijarah, hal ini berlandaskan pada kebutuhan masyarakat terhadap jasa-jasa tertentu. Ketika akad jualbeli diperbolehkan maka terdapat suatu kewajiban untuk

memperbolehkan akad ijarah atas manfaat atau jasa. Pada hakikatnya ijarah sama dengan jual beli, namun dengan objek manfaat atau jasa.²³

c. Rukun Ijarah

Rukun ijarah adalah *musta'jir* (pihak yang menyewa), *mu'ajir* (pihak yang menyewakan), *ma'jur* (benda yang diijarahkan), dan akad.²⁴ Transaksi ijarah akan dianggap sah apabila telah memenuhi rukun diatas dengan syarat-syarat keabsahan rukun ijarah sebagai berikut:

- a. Kedua belah pihak harus menyatakan kerelaan dalam bertransaksi ijarah. Apabila salah satu dari keduanya melakukan transaksi secara terpaksa maka akad ijarah yang dilakukan tidak sah.
- b. Menurut ulama Syafi'iyah dan Hanabilah bagi kedua belah pihak yang melakukan akad disyaratkan telah baliqh dan berakal. Oleh sebab itu orang yang belum baliqh dan tidak berakal, seperti anak-anak dan orang gila apabila mereka melakukan transaksi maka transaksi yang dilakukan tidak sah. Pendapat demikian berbeda dengan pendapat Hanafiyah dan Malikiyah, yang mana kedua belah pihak yang melakukan transaksi tidak harus baliqh, akan tetapi anak-anak yang telah *mumayyiz* (dapat membedakan) boleh melakukan akad ijarah dengan syarat adanya persetujuan dari walinya.

²³ Harun, *Fiqh Muamalah*, 123.

²⁴ Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

- c. Upah atau sewa dalam transaksi ijarah harus jelas, mempunyai sifat tertentu dan mempunyai nilai yang bermanfaat.
- d. Manfaat sewa harus diketahui dengan sempurna, guna menghindari perselisihan antara kedua belah pihak dikemudian hari. Apabila manfaat dari objek ijarah tidak jelas, maka transaksi tersebut tidak sah. Beberapa manfaat dapat dijelaskan dengan rinci agar menjadi manfaat dari objek ijarah tersebut.²⁵

d. Macam-Macam Ijarah

Dilihat dari segi objeknya, akad ijarah terbagi menjadi dua macam, yaitu:

- a. Al-Ijarah yang bersifat manfaat, seperti sewa-menyewa toko, ruko, kendaraan dan lain sebagainya. Apabila itu manfaat yang diperbolehkan syara' untuk dipergunakan, maka para ulama fiqh sepakat menyatakan boleh dijadikan objek sewa-menyewa.²⁶
- b. Al-Ijarah yang bersifat pekerjaan ialah dengan cara memperkerjakan seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan. Al-Ijarah seperti ini menurut para ulama fiqh hukumnya boleh apabila jenis pekerjaan itu jelas.

e. Berakhirnya Akad Ijarah

Para ulama fiqh menyatakan bahwa akad *ijarah* akan berakhir jika:

²⁵ Dr. H. Abu Azam Al-Hadi, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Sidoarjo: CV.Cahya Intan XXI, 2014), 73.

²⁶ Wahbah al-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV (Beirut: Dar al Fikr, 1984), 759.

- a. Objek hilang atau musnah
- b. Tenggang waktu yang disepakati dalam akad *ijarah* telah berakhir.
Apabila yang disewakan itu rumah, maka rumah itu dikembalikan kepada pemiliknya, dan apabila yang disewakan itu adalah jasa maka ia berhak menerima upahnya. Kedua hal ini disepakati oleh para ulama fiqh.
- c. Menurut ulama Hanafiyah, wafatnya salah seorang yang berakad, karena akad *ijarah* menurut mereka tidak dapat diwariskan. Sedangkan menurut jumhur ulama, akad *ijarah* tidak batal dengan wafatnya seorang yang berakad, karena manfaat menurut mereka dapat diwariskan.
- d. Apabila ada uzur pada salah satu pihak.²⁷

²⁷ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 237.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah yuridis empiris (*empirical legal research*). Pengertian dari yuridis empiris adalah penelitian hukum dengan cara pendekatan fakta yang ada melalui pengamatan dan penelitian lapangan, kemudian dikaji dan ditelaah berdasarkan peraturan perundang-undangan dan hukum islam yang berkaitan dalam menjadi acuan untuk memecahkan masalah. Jenis penelitian ini termasuk kedalam lingkup efektifitas hukum. Yang dimaksud dari efektifitas hukum adalah penelitian

yang membahas bagaimana hukum beroperasi dalam masyarakat.²⁸ Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian di perjnajian *paid promote* yang dilakukan oleh @dindaayprtw dengan @mcijombang_, kemudian peneliti mengkajinya menggunakan peraturan Kita Undang-Undang Hukum Perdata dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

B. Pendekatan Penelitian

Melihat dari permasalahan yang diteliti, pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis sosiologis. Yang dimaksud dari pendekatan yuridis sosiologis adalah suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan nyata masyarakat atau lingkungan masyarakat dengan maksud dan tujuan untuk menemukan fakta (*fact-finding*), yang kemudian menuju pada identifikasi (*problame solution*) dan pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah (*problame solution*).²⁹ Pendekatan yuridis sosiologis menekankan penelitian yang bertujuan memperoleh pengetahuan hukum secara empiris dengan cara terjun langsung ke objek penelitian yaitu di akun instagram @dindaayprtw dan akun instagram @mcijombang_ ditinjau dari KUHPerdata dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

C. Lokasi Penelitian

²⁸ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), 31.

²⁹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 1982), 10.

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah di akun instagram @dindaayprtw dan akun instagram @mcijombang_ dengan melakukan wawancara melalui *chatting whatsapp*.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada peneliian ini menggunakan dua sumber data yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh seorang peneliti langsung dari sumber tanpa perantara pihak lain (langsung dari objeknya).³⁰ Pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah hasil wawancara peneliti dengan pemilik akun instagram @dindaayprtw dan @mcijombang_.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari sumbernya (objek penelitian), tetapi melalui sumber lainseperti buku-buku, jurnal, majalah, koran, dokumen, peraturan perundang-undangan, dan sebagainya.³¹ Dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai data sekunder yakni buku-buku, jurnal-jurnal, artikel dan juga dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan kesepakatan dalam endorse atau promosi menurut KUHPerdara dan

³⁰ Suteki dan Taufani, *Metodelogi Penelitian Hukum*, (filsafat, teori dan praktik), (Depok: Rajawali Pers, 2018), 214.

³¹ Suteki dan Taufani, *Metodelogi Penelitian Hukum*, (filsafat, teori dan praktik), 215.

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, dan juga data-data lainnya yang berkaitan dengan perjanjian paid promote dimedia sosial, sehingga nantinya dapat memberikan informasi yang dapat digunakan untuk dan juga dapat memberi informasi untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah situasi peran antara pribadi bertatap muka, ketika seseorang (pewawancara) mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh jawaban yang relevan dengan masalah penelitian kepada responden.³² Wawancara dilakukan untuk memperoleh keterangan dalam bentuk lisan guna dapat mencapai tujuan yaitu mendapatkan informasi yang akurat dari orang-orang yang kompeten.³³

Wawancara dilakukan dengan pemilik akun instagram @dindaayprtw, pada hari sabtu tanggal 16 Juli tahun 2020 pukul 08:54, melalui *chatting whatsapp*. Sedangkan wawancara dengan pemilik akun instagram @mcijombang_ dilakukan pada hari 18 Agustus 2020, melalui *chatting whatsapp*.

2. Dokumentasi

³² Amiruddin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 82.

³³ Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 95.

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang berwujud sumber data tertulis atau gambar. Sumber tertulis atau gambar dapat berbentuk dokumen resmi, buku, arsip, dokumen pribadi, dan foto yang terkait dengan permasalahan penelitian.³⁴

F. Metode Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya adalah sesuai dengan metode yang digunakan pada penelitian ini, maka teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah pemeriksaan data (*editing*), analisis klasifikasi (*classifying*), verifikasi (*verifying*), analisis (*analyzing*), dan pembuatan kesimpulan (*concluding*).³⁵

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Pada proses ini yang pertama kali dilakukan adalah harus memeriksa kembali catatan data yang diperoleh dilapangan apakah sudah cukup baik atau belum untuk dapat kemudian dipersiapkan kembali proses selanjutnya. Peneliti melakukan pengamatan kembali terhadap data-data yang diperoleh dilapangan melalui wawancara dan catatan untuk kemudian memilih data yang akan digunakan pada keperluan analisis atau yang berkaitan dengan penelitian.

³⁴ Sudarto, *Metode Penelitian Filsafat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 71.

³⁵ Tim Penyusun Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Fakultas Syariah, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*, H. 48.

Proses ini peneliti melakukan pengumpulan data dari *webside*, buku-buku dan juga membandingkan antara ketentuan yang ada didalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dengan praktik yang terjadi antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ yang menjadi objek dalam penelitian ini.

2. Klasifikasi (*Classifying*)

Setelah mendapatkan data dari berbagai sumber peneliti akan melakukan klasifikasi dan pengecekan ulang agar data yang diperoleh terbukti valid. Tujuan dari diadakannya klasifikasi adalah untuk memilih data yang diperoleh dari informasi dan disesuaikan dengan kebutuhan peneliti.

3. Verifikasi (*Verifying*)

Peneliti melakukan verifikasi untuk melakukan pengecekan kembali atas data yang telah didapatkan agar sesuai dengan kenyataan yang ada dilapangan guna memperoleh keabsahan data.

4. Analisis (*Analysing*)

Proses analisis data merupakan peroses untuk menemukan tema-tema dan merumuskan suatu jawaban atas masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini setelah data diperoleh kemudian dilakukan penyederhanaan

dan penyesuaian dengan cara menganalisis data-data yaitu baik data dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Muapun dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

5. Kesimpulan (*Concludng*)

Concluding adalah penarikan kesimpulan dari peroses penelitian yang dilakukan untuk menghasilkan suatu jawaban dari permasalahan-permaslaahan yang ada.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Ketentuan umum *paid promote* @dindaayprtw dengan @mcijombang_

1. Gambaran umum akun instagram @dindaayprtw

Akun instagram @dindaayprtw merupakan selebgram yang menyediakan jasa *paid promote*, *endorsement*, foto katalog dan kerjasama lainnya. Akun instagram ini memiliki feed instagram yang rapi, bagus dan menarik untuk dikunjungi. Selain memposting aktivitas sehari-harinya

@dindaayprtw juga sering berbagi tips dan trik seputar *skincare*, tutorial hijab, tutorial edit foto dan masih banyak lagi hal-hal positif yang dia bagikan di akun instagram miliknya. @dindaayprtw memiliki sekitar kurang lebih 17,4 *follower*. Pemilik akun instagram ini bernama Dinda Ayu Pratiwi. Selain parasnya yang cantik, anggun, @dindaayprtw juga dikenal dengan pribadi yang baik, ramah dan sopan.

@dindaayprtw memulai karirnya sebagai selebgram kemudian menerima *endorse* dan *paid promote* ketika, pada waktu itu ada beberapa online shop yang menawarkan kepada @dindaayprtw untuk melakukan kerjasama, yang mana bentuk kerjasama yang ditawarkan berupa kerjasama dalam hal seperti *endorse* dan *paid promote*. Disitulah awal mula @dindaayprtw menggeluti bisnisnya sebagai selebgram. Seperti yang diterangkan oleh @dindaayprtw kepada penulis pada saat wawancara yaitu:

“Awalnya itu kaka ada beberapa olshop yang nawarin kerjasama kaya endorse sama paid promote”³⁶.

Alur dalam melakukan *paid promote* di akun instagram @dindaayprtw sebagai berikut:

- a. Menghubungi @dindaayprtw melalui DM (*direct messege*)
- b. Memberitahu barang yang akan di promosikan
- c. Memilih *price list* sesuai kebutuhan

³⁶ Pemilik Akun Instagram @dindaayprtw, hasil Wawancara (Malang, 16 Juli 2020).

d. Mengirim barang ke alamat yang ditentukan

e. Melakukan transaksi pembayaran

Seperti yang diterangkan @dindaayprtw pada saat wawancara:



Gambar Screenshoot percakapan dengan @dindaayprtw

“Alurnya itu, online shop biasanya menghubungi saya lewat DM, terus saya Tanya barang apa yang ada diendorse atau paid promote, kemudian saya akan berikan price list saya. Nanti online shop itu memilih untuk menggunakan endorse atau paid promote yang seperti apa, sesuai dengan price listnya. Transaksi pembayaran dan kirim barang ke alamat yang saya cantumkan.”³⁷

Produk yang di promosikan akan diunggah di instagram story atau instagram feed dengan durasi mulai dari tiga hari sampai dengan tiga bulan lamanya. Online shop yang menjual produk apa pun mulai dari baju,

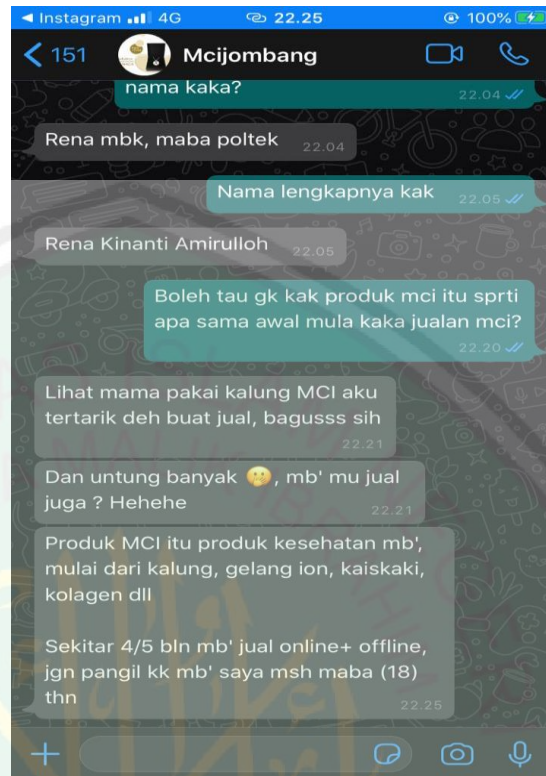
³⁷ Pemilik Akun Instagram @dindaayprtw, hasil Wawancara (Malang, 16 Juli 2020).

jilbab, makanan, dan lain sebagainya bisa melakukan kerjasama *paid promote* atau *endorse* dengan @dindaayprtw. Produk yang paling sering diterima @dindaayprtw untuk dipromosikan adalah produk baju dan jilbab. Perjanjian *paid promote* yang dilakukan antara pemilik online shop dengan pemilik akun instagram @dindaayprtw tidak dituangkan dalam bentuk surat perjanjian formal melainkan melalui *direct message* atau biasa disingkat DM.

2. Gambaran umum *online shop* @mcijombang_

Pemilik bisnis @mcijombang_ merintis bisnisnya berawal dari berjualan offline sejak bulan juni tahun 2020. Founder dari @mcijombang_ ini bernama Rena Kinanti Amirullah yang bertempat tinggal di Sumombito Jombang. @mcijombang_ ini berdiri berawal dari Rena Kinanti Amirullah melihat mamanya menggunakan kalung MCI (*Millionaire Club Indonesia*), kemudian berinisiatif untuk berjualan produk tersebut. @mcijombang_ merupakan *online shop* yang bergelut dibidang kesehatan, menjual produk berupa kalung, gelang dan kaus kaki kesehatan.³⁸

³⁸ Pemilik akun instagram @mcijombang, hasil wawancara (Santong 02 Oktober 2020).



Gambar Screenshoot percakapan dengan @mcijombang_

Alasan pemilik bisnis @mcijombang melakukan *paid promote* dengan @dindaayprtw dikarenakan pemilik bisnis @mcijombang_ ini ingin menjangkau pasar yang luas dan ingin produknya diketahui banyak orang tidak hanya dari daerah jombang tempat tinggalnya saja, tapi juga dari kota-kota lainnya sehingga penjualannya pun meningkat dan bisnisnya pun berkembang pesat. Seperti yang diungkapkannya pada saat wawancara:

“Untuk nge up jualan kaca, mau dikenal dan dapat order dari orang luar jombang juga kaca.”³⁹

B. Perjanjian *paid promote* antara selebgram @dindaayprtw dengan @mcijombang_ perspektif KUHPerdato

Segala sesuatu yang berkaitan dengan pelaksanaan perjanjian haruslah diperhatikan secara detail guna untuk dapat menghindari adanya atau terjadinya hal-hal yang tidak dibenarkan dalam suatu perjanjian. Persoalan dalam perjanjian seringkali muncul dari ketidak hati-hatian pelaku bisnis ketika menyetujui suatu kontrak atau perjanjian. Oleh sebab itu dalam melakukan perjanjian baik itu perjanjian tertulis maupun tidak tertulis, perjanjian tersebut harus memenuhi syarat sah suatu perjanjian, seperti yang diatur dalam pasal 1320 KUHPerdato karena pada dasarnya Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tidak mengatur secara khusus sebuah kontrak harus dilakukan secara tertulis ataupun tidak tertulis.

Seperti perjanjian *paid promote* yang dilakukan oleh pemilik *online shop* @mcijombang_ ketika bekerjasama dengan selebgram @dindaayprtw, mekanisme perjanjian dilakukan melalui DM (*direct messege*) instagram. Tidak dituangkan dalam kontrak berbentuk surat perjanjian secara resmi seperti yang diungkapkan selebgram @dindaayprtw dalam wawancara:

*“Kami hanya menggunakan DM (*direct messege*)”.*⁴⁰

³⁹ Pemilik Akun Instagram @mcijombang_, hasil wawancara (Santong, 19 Oktober 2020).

⁴⁰ Pemilik Akun Instagram @dindaayprtw, hasil Wawancara (Malang, 16 Juli 2020).

Perjanjian *Paid promote* antara @mcijombang_ dengan selebgram @dindaayprtw merupakan perjanjian tertulis walaupun tidak dalam bentuk hitam diatas putih, melainkan dalam bentuk *direct messege* instagram. Hal ini juga dapat dikatakan sebagai perjanjian yang sah dan mengikat antara keduanya. Sebagaimana diatur dalam pasal 5 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi, “Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat hukum yang sah.”⁴¹

Perjanjian *paid promote* ini merupakan perjanjian dibawah tangan karena kesepakatannya tertuang melalui *direct messege*. Meski kesepakatannya hanya tertuang melalui *direct messege* hal tersebut juga bisa dikatakan sebagai perjanjian yang sah dan hubungan antara kedua pihak adalah mengikat. Perjanjian tersebut merupakan perjanjian tak bernama, karena tidak diatur dalam KUHPerdara, hanya syarat sahnya mengikuti pasal 1320 KUHPerdara.

Untuk menentukan suatu perjanjian dianggap sah secara hukum perdata atau tidak, harus terlebih dahulu diketahui dan juga dipahami syarat apa saja yang menjadi syarat sah suatu perjanjian. Dalam pasal 1320 KUHPerdara menjelaskan tentang syarat sah suatu perjanjian yaitu:⁴²

1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya

Kata sepakat biasanya diapresiasi dengan kata “setuju” atau “*ijab-kabul*”(dalam hukum islam), disertai pembubuhan tanda tangan

⁴¹ Danrivanto Budhijanto, *In IT Law, Hukum Telekomunikasi, Penyiaran, dan Teknologi Informasi*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2010), 138.

⁴² Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

sebagai bukti persetujuan atas segala hal yang tercantum dalam kontrak atau perjanjian.

Kesepakatan dalam melakukan perjanjian *paid promote* ini didasari oleh unsur suka sama suka seperti yang dilakukan oleh pelaku bisnis @mcijombang_ dengan selebgram @dindaayprtw dimana pemilik bisnis @mcijombang_ memperlihatkan produk yang akan dipromosikan oleh selebgram @dindaayprtw, setelah @dindaayprtw merasa setuju dengan produk yang akan dipromosikan lalu @dindaayprtw mengirimkan *price list* kepada @mcijombang_, @mcijombang_ pun memilih *price list* sesuai kebutuhan dan keinginannya tanpa adanya paksaan dari siapapun.⁴³ Setelah memilih *price list* @mcijombang_ menghubungi pihak selebgram @dindaayprtw untuk melakukan pembayaran dan pengiriman materi yang akan digunakan untuk promosi oleh selebgram @dindaayprtw. Ketika pemilik bisnis @mcijombang_ telah melakukan pembayaran upah atas jasa promosi yang ditawarkan oleh selebgram @dindaayprtw maka itu menandakan bahwa telah kesepakatan antara kedua belah pihak. Pihak pemilik bisnis @mcijombang_ telah sepakat untuk membayarkan upah sebagaimana yang telah ditawarkan oleh pihak selebgram, dan pihak selebgram telah sepakat untuk mempromosikan produk milik @mcijombang_. Dengan demikian

⁴³ Pemilik Akun Instagram @mcijombang_, hasil wawancara (Santong, 19 Oktober 2020).

perjanjian *paid promote* ini tidak mengandung unsur yang dapat melanggar pasal 1321 KUHPerdara, “ tiada suatu persetujuan pun mempunyai kekuatan jika diberikan karena kekhilafan, atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan.”⁴⁴

2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

Cakap dalam hukum adalah orang dewasa, anak-anak dianggap belum cakap untuk melakukan perjanjian, kecuali perjanjian yang dilakukan oleh anak-anak tersebut tidak merugikan kedua belah pihak maka dianggap sah. Cara untuk mengetahui bahwa para pihak cakap untuk membuat kontrak bisa juga dengan cara melihat foto profil atau foto di *feeds* instagram dari kedua belah pihak yaitu penyedia jasa dan pengguna jasa. Biasanya pengguna instagram mengunggah foto diri mereka di *feeds* intagram dengan demikian bisa dilihat pemilik akun tersebut sudah cakap hukum atau tidak.

Pada pasal 1330 KUHPerdara disebutkan orang-orang yang tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah sebagai berikut:

- a. Anak yang belum dewasa
- b. Orang yang ditaruh dibawah pengampuan.
- c. Perempuan yang telah kawin dalam hal-hal yang ditentukan undang-undang, dan pada umumnya semua

⁴⁴ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

orang yang oleh undang-undang dilarang untuk membuat persetujuan tertentu.

Pada perjanjian *paid promote* antara selebgram @dindaayprtw dengan pemilik bisnis @mcijombang_, selebgram @dindaayprtw tidak menentukan syarat minimum umur. Karena menurutnya yang melakukan *paid promote* bukan perorangan atau akun pribadi melainkan *online shop* atau *akun bisnis*. Seperti yang diungkapkan pemilik akun instagram @dindaayprtw dalam wawancara:

*“Gak ada kak, karena yang biasanya minta paid promote itu olshop kak, bukan perorangan gitu jadi gak pakai umur.”*⁴⁵

Namun *online shop* @mcijombang_ bukan badan hukum maka dari itu *online shop* @mcijombang_ dikategorikan sebagai orang dan jika melakukan perjanjian harus mengikuti atau memenuhi syarat sebagai subjek hukum yang telah ditentukan. Pada saat melakukan perjanjian *paid promote* pemilik bisnis @mcijombang_ berusia 18 tahun dan berstatus belum menikah.⁴⁶ Menurut KUHPerdata usia 18 tahun dan belum menikah dianggap belum dewasa dan belum cakap untuk melakukan perbuatan hukum, karena pada pasal 330 KUHPerdata seseorang dianggap sudah dewasa jika sudah berusia 21 tahun atau sudah (pernah) menikah.

⁴⁵ Pemilik Akun Instagram @dindaayprtw, hasil wawancara (Malang, 16 Juli 2020).

⁴⁶ Pemilik akun instagram @mcijombang_, hasil wawancara (Santong, 19 Oktober 2020).

Agar tercapainya perjanjian yang sah secara hukum haruslah memenuhi keempat syarat sah yang diatur dalam pasal 1320 KUHPerdata. Syarat satu dan dua pada pasal 1320 KUHPerdata disebut dengan syarat subjektif karena menyangkut orang, apabila syarat tersebut tidak ada maka perjanjian tetap sah namun dapat dibatalkan. Pihak yang dapat membatalkan adalah pihak-pihak yang merasa dirugikan. Kemudian syarat ketiga dan keempat disebut syarat objektif karena menyangkut barang, apabila objek tidak dipenuhi maka perjanjian batal demi hukum artinya perjanjian dianggap tidak pernah ada.

Seperti yang telah diuraikan diatas bahwa pemilik bisnis @mcijombang_ termasuk orang yang belum cakap untuk melakukan perbuatan hukum, maka syarat sah perjanjian yang ke dua ini tidak terpenuhi. Oleh sebab itu perjanjian yang dilakuakn tetap sah namun dapat dibatalkan.

3. Suatu pokok persoalan tertentu

Suatu pokok persoalan tertentu merupakan apa yang menjadi hak dan kewajiban para pihak yang melakukan perjanjian atau biasa juga disebut dengan objek perjanjian. Mengenai objek perjanjian dalam KUHPerdata disebutkan bahwa yang menjadi objek perjanjian adalah prestasi (pokok perjanjian). Prestasi adalah apa yang menjadi

kewajiban debitur dan apa yang menjadi hak kreditur.⁴⁷ Pada pasal 1234 KUHPdata tertulis, prestasi ditujukan untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu.

Pada perjanjian *paid promote* ini pihak pemilik bisnis *online shop* @mcijombnag_ memiliki kewajiban untuk melakukan pembayaran, mengirim materi atau bahan promosi.⁴⁸ Sedangkan pihak *promoter* dalam hal ini selebgram @dindaayprtw memiliki kewajiban untuk *mereview* atau memberikan ulasan tentang produk tersebut dan kemudian mengunggahnya ke laman instagram. Kemudian hak dari pemilik bisnis *online shop* adalah diunggahnya video atau foto yang memberikan ulasan terhadap produknya. Sedangkan hak dari *promoter* adalah mendapatkan *fee* dari pemilik *online shop*. Perjanjian tersebut dinamakan perjanjian timbal balik, yang dimaksud dengan perjanjian timbal balik adalah perjanjian yang mana kedua pihak sama-sama memiliki prestasi.

4. Suatu sebab yang tidak terlarang

Suatu sebab yang tidak terlarang merupakan isi perjanjian yang menggambarkan tujuan yang akan dicapai oleh para pihak. Isi perjanjian ini tentu saja tidak boleh bertentangan dengan undang-undang kesusilaan, dan ketertiban umum seperti yang diatur pada

⁴⁷ Yahya Harapan, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, (Bandung: Alumni, 1998), 10.

⁴⁸ Pemilik Akun Instagram @mcijombang_, hasil wawancara (Santong, 19 Oktober 2020).

pasal 1337 KUHPperdata. Sebab yang halal dimaksudkan bahwa perjanjian harus dilakukan dengan iktikad baik dan juga harus memenuhi keempat syarat sah perjanjian yang diatur, dalam pasal 1320 KUHPperdata agar perjanjian yang dilakuakn sah menurut hukum.

Menurut hasil wawancara dengan selebgram @dindaayprtw mengungkapkan pada *paid promote* nya menerima semua jenis produk untuk dipromosikan. Pada perjanjian *paid promote* ini yang menjadi tujuan dari perjanjian tersebut adalah untuk mempromosikan produk yang dijualnya guna *online shop* @mcijombang_ diketahui oleh banyak orang dan untuk meningkatkan penjualan produknya. Pada pasal 1337 KUHPperdata mengatur, *"suatu sebab adalah terlarang, jika sebab itu dilarang oleh undang-undang atau bila sebab itu bertentangan dengan kesusilaan atau dengan ketertiban umum."*⁴⁹ Oleh karena itu praktik *paid promote* oleh selebgram @dindaayprtw dengan pelaku bisnis @mcijombang bukanlah praktik yang dapat melanggar pasal 1337 KUHP selama produk dan tujuan promosi bukan suatu hal yang larang oleh undang-undang, begitupun sebaliknya jika yang dipromosikan adalah suatu hal yang dilarang oleh undang-undang atau bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum maka perjanjian yang dilakukan tidak sah.

⁴⁹ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

C. Kesepakatan *paid promote* para pihak di akun instagram @dindaayprtw perspektif KHES

Sebagai umat islam tentu saja dalam melakukan segala sesuatu harus berlandaskan pada syariat agama salah satunya dalam melakukan promosi. Salah satu bentuk dari promosi adalah *Paid promote*. *Paid promote* merupakan bentuk dari promosi berbayar, yang mana pihak pengguna jasa *paid promote* dalam hal ini yaitu @mcijombang_ memiliki kewajiban untuk membayar jasa kepada pihak yang mempromosikan atau pihak penyedia jasa *paid promote* dalam penelitian ini yang menjadi pihak penyedia jasanya adalah selebgram @dindaayprtw.⁵⁰

Praktik yang demikian itu dalam Hukum Ekonomi Syariah termasuk kedalam akad *ijarah* yang bersifat pekerjaan yaitu dengan cara memperkerjakan seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan. *Al-Ijarah* demikian ini menurut para ulama fiqh hukumnya boleh apabila jenis pekerjaan itu jelas. Sebagaimana firman Allah SWT:

1. Surat Al-Baqarah (2) ayat 233 sebagai berikut:

وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا

آتَيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

⁵⁰ Pemilik Akun Instagram @dindaayprtw, hasil wawancara, (Malang, 16 Juli 2020).

Artinya: "Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertakwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan."

2. Surat al-Qashash ayat 26:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ ۖ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

Artinya: "Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya".

3. Surat ath-Thalaq ayat 6:

.... فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآتُوهُنَّ أَجُورَهُنَّ ۖ وَأَتَمِّرُوا بَيْنَكُمْ بِمَعْرُوفٍ ۚ ...

Artinya: kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak)mu untukmu maka berikanlah kepada mereka upahnya, dan musyawarahkanlah di antara kamu (segala sesuatu) dengan baik;

4. Surat al-Kahfi ayat 77:

فَانْطَلَقَا حَتَّىٰ إِذَا أَتَيَا أَهْلَ قَرْيَةٍ اسْتَطْعَمَا أَهْلُهَا فَأَبَوْا أَنْ يُضَيِّفُوهُمَا

فَوَجَدَا فِيهَا جِدَارًا يُرِيدُ أَنْ يَنْقَضَ فَأَقَامَهُ ۚ قَالَ لَوْ شِئْتَ لَاتَّخَذْتَ

عَلَيْهِ أَجْرًا

Artinya: Maka keduanya berjalan; hingga tatkala keduanya sampai kepada penduduk suatu negeri, mereka minta dijamu kepada penduduk negeri itu, tetapi penduduk negeri itu tidak mau menjamu mereka, kemudian keduanya mendapatkan dalam negeri itu dinding rumah yang hampir roboh, maka Khidhr menegakkan dinding itu. Musa berkata: "Jikalau kamu mau, niscaya kamu mengambil upah untuk itu".

Kebolehan melakukan transaksi ijarah didasarkan juga kepada hadits, diantaranya:

1. Hadits yang diriwayatkan dari ibnu Aisyah ra. Bahwa:

وَأَسْتَأْجَرَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَأَبُو بَكْرٍ رَجُلًا مِنْ بَنِي الدَّيْلِ ثُمَّ مِنْ بَنِي

عَبْدِ بْنِ عَدِيٍّ هَادِيًا خَرِيتًا الْخَرِيتُ الْمَاهِرُ بِالْهُدَايَةِ

Artinya: “*Nabi Shallallahu ‘alaihi wa sallam beserta Abu Bakar menyewa (mengupah) seorang penunjuk jalan yang mahir dari Bani ad-Dail kemudian dari Bani ‘Abdu bin ‘Adi.*” (HR. Bukhari)⁵¹

2. Al-Bukhari dan Muslim meriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Nabi SAW bersabda:

اِخْتَجَمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَأَعْطَى الَّذِي حَجَمَهُ، وَلَوْ كَانَ حَرَامًا لَمْ يُعْطِهِ

Artinya: “*Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam berbekam dan memberi upah kepada tukang bekam. Andai itu haram, tentu beliau tidak akan memberi upah.*” (HR. Bukhari dan Muslim)⁵²

Pada pasal 252 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah rukun *ijarah* adalah: *musta’jir* (pihak yang menyewa), *mu’ajir* (pihak yang menyewakan), *ma’jur* (benda yang diijarahkan), dan akad.⁵³ Menurut ulama Hanafiyah, rukun *ijarah* itu hanya satu, yaitu *ijab* (ungkapan menyewakan) dan *qabul* (persetujuan terhadap sewa menyewa). Akan tetapi jumhur ulama mengatakan bahwa rukun *ijarah* itu ada empat, yaitu:⁵⁴

1. Orang yang berakad
2. Sewa/imbalan

⁵¹ Al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, Juz IV (Beirut: Dal-Kutub al-Ilmiyyah, 1992), 442.

⁵² Syihabuddin Ahmad, *Ibanah Al-Ahkam Syarh Bulugh Al-Maram*, (Beirut: Daar al-Fikr, 2004), 181.

⁵³ Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

⁵⁴ Nurul Harun, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 231.

3. Manfaat

4. Shighat (*ijab* dan *qabul*)

Suatu perjanjian akan dianggap sah apabila rukun tersebut diiringi syarat-syarat berikut:

1. *Aqid'*

Dalam hukum islam, kecakapan manusia untuk melakukan suatu perjanjian dibagi menjadi tiga yaitu:

- a. Manusia yang tidak dapat melakukan akad apapun, seperti manusia yang cacat jiwanya, cacat mentalnya, anak kecil yang belum *mumayyiz*.
- b. Manusia yang dapat melakukan akad tertentu, seperti anak yang sudah *mumayyiz*, tapi belum mencapai *baligh*.
- c. Manusia yang dapat melakukan seluruh akad, yaitu untuk yang telah memenuhi syarat-syarat *mukallaf*.

Pada perjanjian *paid promote* ini, selebgram @dindaayprtw sebagai *mu'jir* atau penyedia jasa dan pemilik bisnis @mcijombang_ sebagai *musta'jir* atau pengguna jasa. Selebgram @dindaayprtw tidak memberikan syarat minimul umur untuk pihak yang akan menggunakan jasanya karena menurutnya yang melakukan *paid promote* bukan perorangan atau akun pribadi melainkan *online shop*. Seperti yang diungkapkannya pada saat wawancara:

“Gak ada kak, karena yang biasanya minta paid promote itu olshop kak, bukan perorangan gitu jadi gak pakai umur.”⁵⁵

Namun *online shop @mcijombang_* bukan badan hukum maka dari itu *online shop @mcijombang_* dikategorikan sebagai orang dan jika melakukan perjanjian harus mengikuti atau memenuhi syarat sebagai subjek hukum yang telah ditentukan. Syarat sebagai *mukallaf* adalah sebagai berikut:⁵⁶

- a. *Baligh*, ukuran *baligh* seseorang adalah telah bermimpi (*ihtilam*) bagi laki-laki dan telah haid bagi perempuan.
- b. Berakal sehat, seseorang yang melakukan perjanjian harus memiliki akal yang sehat sehingga dapat memahami segala perbuatan hukum yang dilakukan dan akibat hukum terhadap dirinya maupun orang lain.

Ditinjau dari pihak-pihak yang berakad dalam perjanjian *paid promote* ini, antara *mu'ajir* selebgram @dindaayprtw dan *musta'jir* pemilik bisnis @mcijombang_ sebagaimana sudah memenuhi ketentuan hukum islam karena keduanya berakal sehat dan telah *baligh* dibuktikan dengan @dindaayprtw telah menginjak usia 23 dan pemilik bisnis @mcijombang telah menginjak usia 18 tahun, usia keduanya telah melampaui minimal usia *baligh* sebagaigamana

⁵⁵ Pemilik Akun Instagram @dindaayprtw, hasil Wawancara (Malang, 16 Juli 2020).

⁵⁶ Novi Ratna Sari, *Komparasi Syarat Sahnya Perjanjian Menurut Kitab Undang-undang Hukum Perdata dan Hukum Islam*, Jurnal Repertorium Volume IV No. 2 Juli-Desember 2017.

Mazhab Syafii dan Hambali secara umum menyebutkan usia *baligh* untuk laki-laki dan perempuan adalah usia 15 tahun.⁵⁷

2. Shighat akad antara *mu'jir* dan *musta'jir*

Shighat akad ini merupakan syarat sah yang dilakukan dengan lafadz atau ucapan dengan tujuan agar dapat dimengerti oleh orang yang melakukan perjanjian sehingga tidak menimbulkan keraguan dan pertentangan.⁵⁸ Sewa-menyewa itu akan terjadi dan sah apabila ada *ijab* dan *qabul*, baik dalam bentuk perkataan atau dalam bentuk pernyataanlainnya yang menunjukkan adanya persetujuan anantara keduabelah pihak dalam melakukan sewa-menyewa.⁵⁹

Pernyataan perjanjian *paid promote* antara selebgram @dindaayprtw dengan @mcijombang_ dituangkan melalui *direct messege* instagram, sebagaimana Firman Allah SWT dalam Q.S al-Baqarah (2) ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ؕ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ

كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ؕ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ؕ ..

⁵⁷ Moh. Ali Wafa, *Telaah Kritis terhadap Perkawinan Usia Muda Menurut Hukum Islam*, Ahkam Jurnal Ilmu Syariah Volume 17, November 2017.

⁵⁸ Abdurrahman Al-Jazairi, *AL Fiqih 'ala al Madzhahibil Arba'ah* jilid 4 terj. Moh Zuhri Dkk, (Semarang: Asy-Syifa', 1994), 174.

⁵⁹ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012), 99.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya...”

Shighat ijab dan *qabul* antara *musta'jir* dan *mu'ajir*, *ijab* terjadi ketika @dindaayprtw mengirimkan *price list* kepada *musta'jir*, kemudian *musta'jir* @mcijombang_ dapat memilih *price list* yang sesuai dengan kebutuhannya. Kemudian @mcijombang_ memberitahukan *price list* pilihannya kepada @dindaayprtw, dan melakukan pembayaran dan juga pengiriman materi produk yang akan dipromosikan, maka pihak pengguna jasa tersebut telah dianggap sepakat untuk melakukan transaksi *paid promote*. Inilah yang menjadi ungkapan *qabul* dari *musta'jir* @mcijombang yang mengakibatkan terjadinya perjanjian *paid promote* antara kedua belah pihak tanpa adanya paksaan karena. Apabila salah satu pihak dipaksa melakukan akad, maka akadnya tidak sah sebagaimana yang telah disebutkan dalam al-Qur'an surat an-Nisaa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ

تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ

كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

3. Ujrah (upah)

Para ulama telah menetapkan syarat upah, yaitu: *pertama*, berupa harta yang dapat diketahui. *Kedua*, tidak boleh sejenis dengan barang manfaat *ijarah*, seperti upah menyewa rumah untuk ditempati dengan menempati rumah tersebut.⁶⁰

Pada perjanjian *paid promote* ini informasi mengenai upah yang akan diberikan kepada *mu'ajir* yaitu selebgram @dindaayprtw sangatlah transparan. Sebab sebelum berlangsungnya promosi, *mu'ajir* terlebih dahulu mengirim *price list* kepada *musta'jir* agar *musta'jir*

⁶⁰ Rachmat Syafi'e, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001) 129.

dapat menyesuaikan promosi dan jumlah upah mana yang sesuai dengan yang dinginkannya. Upah yang demikian itu merupakan upah yang telah disebutkan (*ajr al-mussamma*), yaitu upah yang telah disebutkan diawal transaksi, sebagaimana hadits yang diriwayatkan Ibn Majah, Nabis SAW bersabda:

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ

Artinya: “Berikan kepada seorang pekerja upahnya sebelum keringatnya kering.” (HR. Ibnu Majah, shahih).⁶¹

4. Manfaat, baik manfaat dari suatu barang yang disewakan atau jasa dan tenaga orang yang bekerja.

Manfaat yang menjadi objek *ijarah* harus diketahui, sehingga tidak muncul perselisihan dikemudian hari apabila manfaat yang menjadi objek tidak jelas, maka akadnya tidak sah. Adapun manfaat dari *paid promoteyang* dilakukan antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ adalah, untuk mempromosikan produk guna meningkatkan jumlah jual dari produk tersebut, untuk melancarkan perekonomian *musta'jir*. Dengan demikian manfaat dari objek *ijarah* ini bukanlah objek yang tidak jelas yang dapat menyebabkan tidak sahnya transaksi *ijarah* tersebut.

⁶¹ Syihabuddin Ahmad, *Ibanah Al-Ahkam Syarh Bulugh Al-Maram*, 185.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa dan pembahasan dari bab I sampai dengan bab IV maka hasil penelitian mengenai kesepakatan *paid promote* di akun instagram @dindaayprtw perspektif KUHPedata dan KHES dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perjanjian *paid promote* antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ menurut KUHPedata pasal 1320 dianggap sah namun dapat dibatalkan, karena perjanjian tersebut tidak memenuhi salah satu syarat sah perjanjian seperti yang diatur dalam pasal 1320 KUHPedata yakni syarat kecakapan tidak terpenuhi, disebabkan oleh pemilik bisnis @mcijombang_ belum berusia genap 21 tahun.
2. Perjanjian *paid promote* melalui *direct messege* antara @dindaayprtw dengan @mcijombang_ dianggap sebagai perjanjian yang sah dan mengikat antara keduanya. Sebagaimana diatur dalam pasal 5 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi, "*Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat hukum yang sah.*"
3. Perjanjian *paid promote* antara @dindaayprtw menurut Hukum Ekonomi Syariah disebut dengan akad ijarah. Dalam pelaksanaan akad *ijarah* ini

pemilik akun instagram @dindaayprtw telah memenuhi rukun dan syarat dari akad *ijarah*, sehingga transaksi yang dilakukan dianggap sah.

B. Saran

Dari beberapa penjelasan diatas, maka peneliti akan memberikan saran yaitu:

1. Sebaiknya selebgram @dindaayprtw memberikan syarat khusus bagi pengguna jasa *paid promote* nya agar perjanjian yang dilakukan sah dan mengikat antara kedua belah pihaknya.
2. Sebaiknya pemilik akun instagram @dindaayprtw memberikan syarat khusus untuk tidak menerima produk-produk yang dilarang atau bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

AL-Qur'an al-Karim

Ahmad, Syihabuddin, *Ibanah Al-Ahkam Syarh Bulugh Al-Maram*, Beirut: Daar al-Fikr, 2004

Al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, Juz IV Beirut: Dal-Kutub al-Ilmiyyah, 1992

Al-Hadi, Abu, Azam, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Sioarjo: Cv. Cahya Intan XXI, 2014

Ali, Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, 2011

Al-Jazairi, Abdurrahman, *AL Fiqih 'ala al Madzhahibil Arba'ah* jilid 4 terj. Moh Zuhri Dkk, Semarang: Asy-Syifa', 1994

Al-Zuhaili, Wahbah, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV, Beirut: Dar al Fikr, 1984

Amiruddin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006

Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012

Ashshofa, Burhan, *Netode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004

Atmoko, *Instagram Hand book tips Foto grafi Ponsel*, Jakarta: Media Kita, 2012

Budhijanto, Danrivanto, *In IT Law, Hukum Telekomunikasi, Penyiaran, dan Teknologi Informasi*, Bandung: PT Refika Aditama, 2010

- Budiwati, Septarina, Wardiono, Kelik dsb, *Hukum Perdata*, Surakarta: Muhammadiyah Univesity Press, 2018
- Halim, Cipta, *Tips Praktis Promosi Online Untuk Berbagai Event*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010
- Harapan, Yahya, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, Bandung: Alumni, 1998
- Hariani, Iswi, Cerfinia, Yustifia, Cita dan D. Purnomo, R. Serfianto, *Penyelesaian Sengketa Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018
- Harun, *Fiqh Muamalah*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017
- Harun, Nurul, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah
- Marilang, *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, Makassar: Indonesia Prime, 2017
- Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007
- Prodjodikoro, R. Wirjono, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Jakarta: Sumur Bandung, 1989
- Prodjodikoro, R. Wirjono, *Azaz-Azaz Hukum Perjanjian*, Bandung: CV. Mandar Maju, 2000
- Setiawan, R., *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Bandung: Bina Cipta, 1987
- Shinta, Agustuna, *Manajemen Pemasaran*, Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011

Simanjuntak, P.N.H, *Hukum Perdata Indonesia*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015

Soekanto, Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press, 1982

Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Intermasa, 2008

Sudarto, *Metode Penelitian Filsafat*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002

Suteki dan Taufani, *Metodelogi Penelitian Hukum*, (filsafat, teori dan praktik), Depok: Rajawali Pers, 2018

Tirmidzi, Erwandi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, Bogor: P.T. Berkas Mulia Insan, 2018

Wawancara

Pemilik Akun Instagram @dindaayprtw

Pemilik Akun Instagram @mcijombang_

Jurnal

Fahmi, Nurul, Muhammad, *Endorse dan Paid Promote Instagram dalam prespektif Hukum Islam*. Vol. 1 no.3 2017

Fatwa DSN MUI No.09/DSN/MUI/2000 Tentang Pembiayaan Ijarah

Muhtarom, M. *Asas Hukum Perjanjian: Suatu Landasan Dalam Pembuatan Kontrak*, SUHUF, Vol. 26, No. 1, Mei 2014.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Sari, Ratna, Novi, *Komparasi Syarat Sahnya Perjanjian Menurut Kitab Undang-undang Hukum Perdata dan Hukum Islam*, Jurnal Repertorium Volume IV No. 2 Juli-Desember 2017.

Tim Penyusun Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Fakultas Syariah, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Wafa, Ali, Moh. *Telaah Kritis terhadap Perkawinan Usia Muda Menurut Hukum Islam*, Ahkam Jurnal Ilmu Syariah Volume 17, November 2017

Skripsi

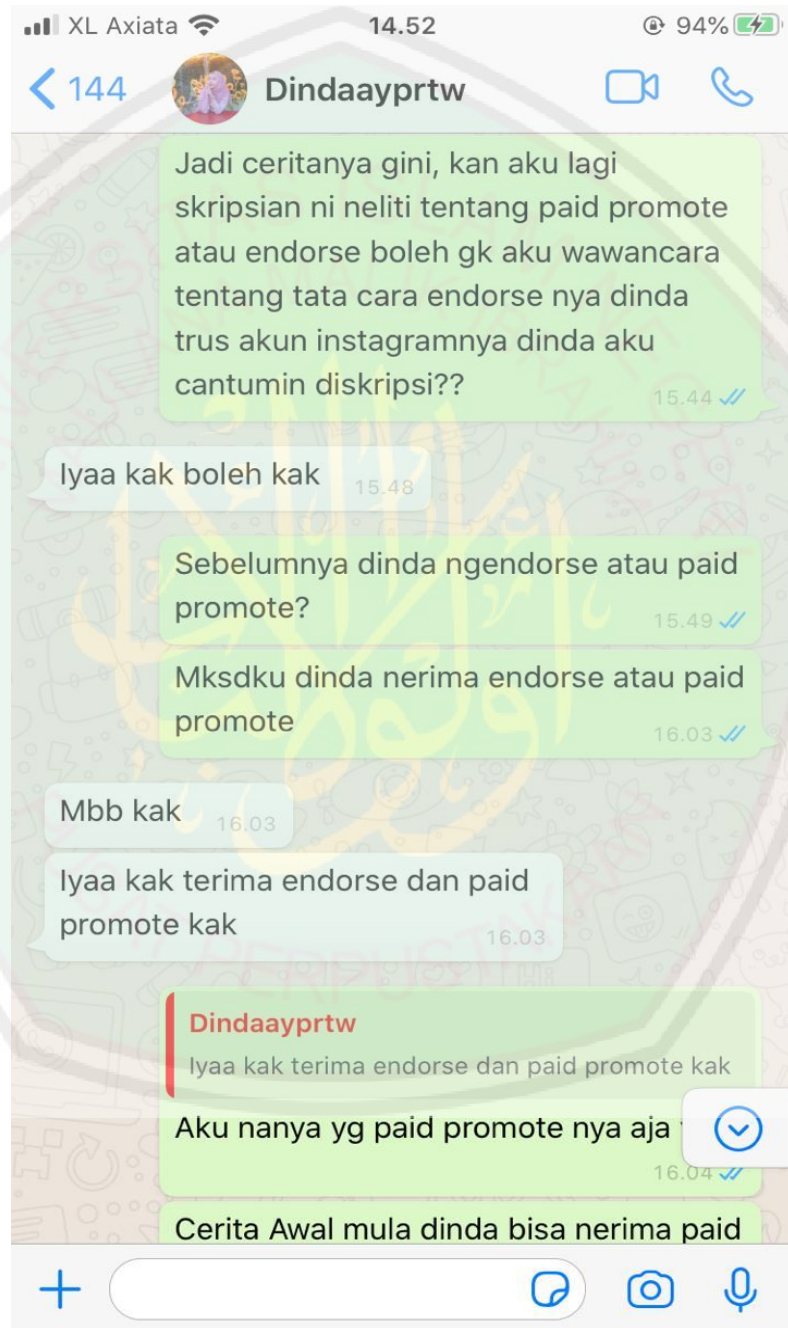
Saripudin, Agus, *Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Promote Pada Akun Instagram @PSMUINSA*, Skripsi Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019s

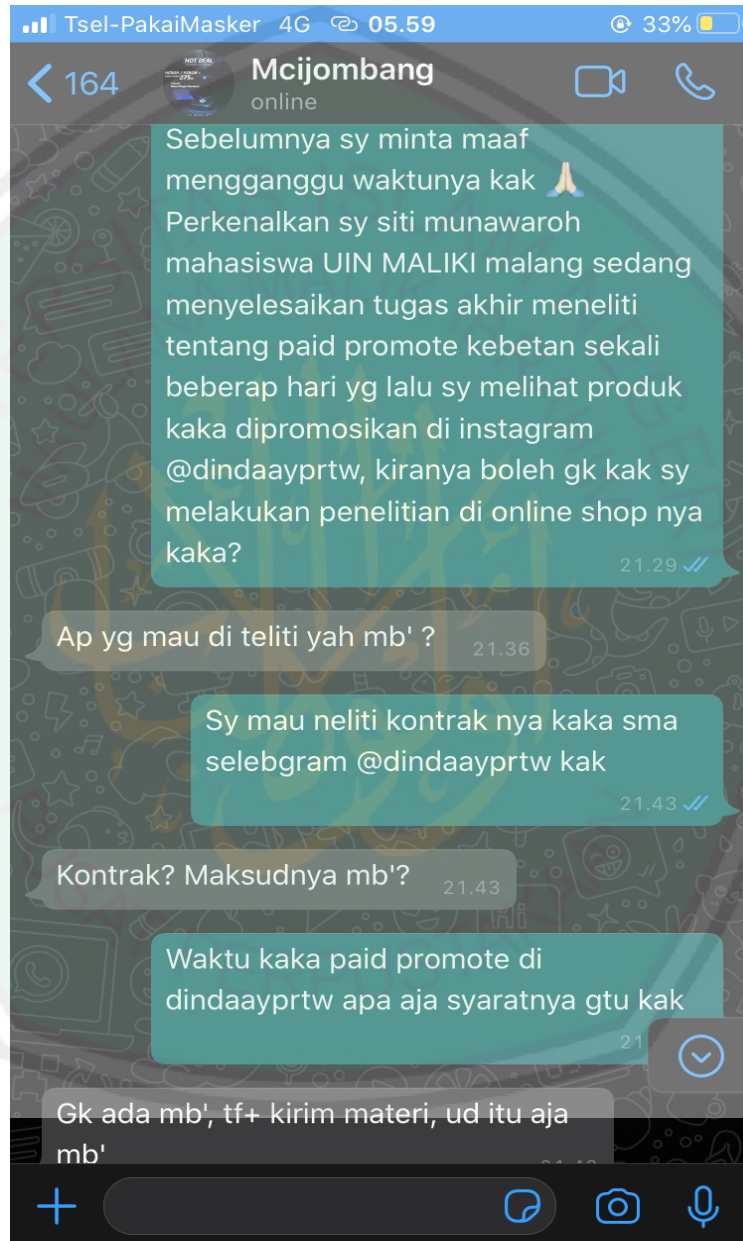
Selian, Mumtaz, Farah, *Perjanjian Baku Dalam Endorsment Di Media Sosial Instagram*, Skripsi Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018

Yuli, Laty, Miftakhul, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Endorser di Media Sosial*, Skripsi Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri, 2018



LAMPIRAN





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Siti Munawaroh

Tempat, Tanggal, Lahir : Tanjung, 02 April 1997

Alamat : Santong Barat, Kec. Kayangan, Kab. Lombok
Utara, Nusa Tenggara Barat

No. Hp. : 0852-0518-1108

Email : sitimunawaroh.hbs@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK Al-Hikmah Santong
2. SDN 1 Santong
3. MTS Nurul Bayan

4. MA Nurul Bayan
5. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

