

A. Latar Belakang

Periklanan merupakan salah satu bagian penting yang tak terpisahkan dalam menjalankan aktifitas bisnis modern saat ini. Iklan merupakan istilah strategi promosi dari marketing yang berfungsi menyampaikan informasi akan suatu produk barang atau jasa yang ditawarkan. Pemasaran dengan model iklan merupakan salah satu bentuk upaya yang mendukung kemajuan bisnis.

Penulis menemukan salah satu unit usaha Pustaka Al-Umm yang mana produk utamanya adalah jasa. Pertama yaitu jasa informasi yang dituangkan dalam bentuk majalah, juga berbagai CD dan MP3. Kedua yakni jasa periklanan, yaitu layanan jasa untuk mengiklankan suatu produk barang atau jasa milik orang lain. Dalam proses jasa periklanan harus mencakup: (1) produk barang atau jasa aman; (2) produk barang/jasa yang akan ditawarkan tidak menipu; (3) barang atau jasa yang ditawarkan baik, bermanfaat, dan halal; (4) melakukan proses pembayaran dengan jujur dan adil.

Bahwa dalam praktik jasa periklanan dapat menimbulkan ketidakadilan dan penipuan dalam pelayanan. Sehingga penulis ingin mengadakan penelitian di Pustaka Al-Umm, terkait dengan “Praktik Jasa Periklanan Di Pustaka Al-Umm Tinjauan Kompilas Hukum Ekonomi Syariah”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Praktik Jasa Periklanan Di Pustaka Al-Umm
2. Bagaimana Praktik Jasa Periklanan Di Pustaka al-Umm Tinjauan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES).

C. Kerangka teori

1. Jasa periklanan

a. Definisi

Jasa periklanan adalah pemberian suatu kinerja atau tindakan dari satu pihak kepada pihak lain untuk mengiklankan suatu produk barang atau jasa. Jasa bisa juga didefinisikan sebagai setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dan merupakan barang tidak terwujud (*intangible*) serta tidak berakibat pada kepemilikan terhadap sesuatu.¹

b. Jenis-Jenis Iklan

- (1) Iklan Nasional
- (2) Iklan Lokal
- (3) Iklan Primer dan Selektif

c. Jenis-Jenis Media Periklanan

- (1) Surat Kabar
- (2) Majalah
- (3) Radio
- (4) Televisi
- (5) Periklanan Luar Rumah

d. Fungsi dan Tujuan Periklanan

- (1) Memberikan informasi
- (2) Membujuk atau persuasif
- (3) Menciptakan keyakinan
- (4) Melahirkan tindakan
- (5) Memuaskan keinginan

¹Catur Rismiati-Ig. Bondan Suratno, *Pemasaran Barang dan Jasa* (Yogyakarta: KANISUS (Anggota IKAPI), 2001), h. 270.

2. Akad Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

a. Definisi

Akad dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah KHES terdapat pada bagian Buku ke II, Bab ke I Ketentuan Umum pasal 20 bahwa akad merupakan kesepakatan dalam suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan atau tidak melakukan perbuatan hukum tertentu.² Istilah akad atau perikatan adalah pertalian antara *ijab* dan *qabul* yang dibenarkan oleh syara' yang menimbulkan akibat hukum terhadap obyeknya.

b. Asas-Asas Dalam Pelaksanaan Akad

- | | |
|----------------------------------|-----------------------|
| (1) Ikhtiyari atau sukarela | (7) Transparansi |
| (2) Amanah atau menepati janji | (8) Kemampuan |
| (3) Ikhtiyati atau kehati-hatian | (9) Taisir |
| (4) Luzum | (10) Itikad baik |
| (5) Saling menguntungkan | (11) Sebab yang halal |
| (6) Taswiyah | |

c. Jenis-Jenis Akad

- (1) *Akad tabarru'*

Akad tabarru' adalah akad yang berkaitan dengan transaksi *non-profit* atau transaksi yang tidak bertujuan mendapatkan laba atau keuntungan. Yang termasuk dalam *akad tabarru'* adalah *al-Qard, ar-Rahn, Hiwalah, Wakalah, Kafalah, Wadi'ah, Hibah, Hadiah, Waqaf, dan Shodaqah*

² Edisi Revisi, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), Pasal 20 KHES

(2) Akad Mu'awadah atau tijarah

Akad Mu'awadah adalah akad yang bertujuan untuk mendapatkan imbalan berupa keuntungan tertentu, atau dengan kata lain akad ini menyangkut transaksi bisnis dengan motif memperoleh laba (*profit oriented*). Yang termasuk akad mu'awadah ini adalah akad berdasarkan prinsip jual beli, jual beli (*al-Bay al-Murabahah dengan mark up, akad salam,, dan akad isthisna*), akad berdasarkan prinsip bagi hasil (*al-Mudharabah, dan al-Musyarakah*), akad berdasarkan prinsip sewa-menyewa (*Ijarah dan Ijarah wa Isthisna*).

3. Akad Ijarah (sewa-menyewa)

a. Definisi

Al-Ijarah berasal dari kata *ajara-ya'juru-ajran* yang berarti *Al-Iwadu* atau ganti atau upah dan juga bisa berarti sewa atau upah.³ Sedangkan dalam KHES *Al-Ijarah* disebut sebagai sewa barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran.⁴

b. Dasar Hukum

وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ

Artinya: “Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut.” (QS: al-Baqarah: {2}: 233).⁵

c. Rukun dan Syarat Ijarah

- | | |
|---|---------------------------|
| (1) <i>Musta'jir</i> (pihak penyewa) | (3) <i>Ma'jur</i> (benda) |
| (2) <i>Mu'jir</i> (pihak yang menyewakan) | (4) <i>Akad</i> |

³ Qamarul Huda, *Fiqih Mu'amalah*, (Yogyakarta: Teras, 2011), h. 77.

⁴ Pasal 20 KHES.

⁵ QS. Al-Baqarah (2): 233.

d. Jenis-Jenis Ijarah

(1) Ijarah al-A'in

Ijarah al-A'in atau *Al-Ijarah 'ala al-Manafi'* yaitu *ijarah* yang objek akadnya adalah manfaat atau jasa dari suatu benda.

Al-Ijarah A'in dibagi menjadi dua lagi, yaitu:⁶

(a) Ijarah al-Ardh

Yaitu akad sewa tanah untuk ditanami atau didirikan bangunan.

(b). Ijarah al-'Amm

Yaitu sewa pada binatang dan harus jelas peruntukannya, untuk angkutan atau kendaraan dan juga masa penggunaannya.

Karena binatang bisa dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan.⁷

(2) Ijarah ad-Dzimah

Ijarah ad-Dzimah Ijarah 'Ala al-'Amal Ijarah, yaitu *Ijarah* yang menjadi objek akadnya berupa jasa atau pekerjaan dari tenaga seseorang atau upah mengupah. Contohnya, seperti upah mengetik skripsi, upah membangun gedung, menjahitkan pakaian dan lain-lain.⁸ Akad *Ijarah* ini, sangat terkait erat dengan upah mengupah. Jadi pembahasannya lebih condong kepada pekerjaan atau buruh.⁹

⁶ Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Teras, 2011), h. 85.

⁷ *Ibid*, h. 86.

⁸ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Mu'amalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2010), h.277.

⁹ *Ibid*, h. 86.

D. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian empiris.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian menggunakan metode pendekatan kasus (*case approach*). Dalam pendekatan kasus yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yaitu dengan cara pendekatan terhadap masalah dengan wawancara.

3. Sumber Data

- (a) Data Primer
- (b) Data Sekunder

4. Teknik Pengumpulan Data

- (a) Metode Interview atau wawancara
- (b) Metode Dokumentasi

5. Teknik Analisis Data

- (a) Pemeriksaan Data
- (b) Klasifikasi Data
- (c) Verifikasi
- (d) Analisis
- (e) Kesimpulan

E. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Profil Pustaka Al-Umm

(a) Sejarah

Pustaka Al-umm merupakan unit usaha milik Yayasan Bina Al-Mujtama' (YBM) dalam bidang penerbitan dan percetakan majalah. Pustaka Al-Umm berdiri tujuh tahun setelah didirikannya Yayasan Bina Al-Mujtama' pada hari Rabu, 31 Maret 2004 yang didasarkan pada Akta Pendirian Notaris Faishal A. Waber, SH, yang berkedudukan dikota Malang. Pertama kali menerbitkan Majalah Al-Umm edisi pertama yaitu pada bulan januari tahun 2013 atau masih berjalan dua tahun hingga sekarang. Majalah Al-Umm disebut sebagai majalah pendidikan keluarga, maksudnya baik keluarga yang sekolah formal maupun keluarga yang ada dirumah.¹⁰

(b) Lokasi

Pustaka Al-Umm berlokasi di Komplek Masjid Jami' Al-Umm (satu yayasan YBM) Jl. Joyo Agung No. 1 Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang Kode Pos 65144, dengan No. Telp 0812-3133-9008.

(c) Visi dan Misi

Visi Pustaka Al-Umm adalah menjadi perusahaan yang tangguh dan berhasil dalam berdakwah dan misinya mencetak dan menerbitkan majalah muslim yang bermanhaj salaf, terjangkau, dan berkualitas dengan tujuan dakwah serta memproduksi VCD dan MP3 kajian Agama Islam yang berkualitas sehingga terjangkau oleh masyarakat

¹⁰ Edisi Perdana Majalah al-Umm, *Al-Qur'an dan Ahlul Bait*, (Malang: Pustaka Al-Umm, 2013), h. 1.

2. Praktik Jasa Periklanan Di Pustaka Al-Umm

Mekanismenya seorang pihak pertama yang hendak melakukan pemasangan iklan datang ke Pustaka Al-umm pertama yaitu melakukan *Pra Contractual* (negosiasi) berkaitan dengan model, tempat (halaman yang mau digunakan iklan), dan terkait harganya (tarif iklan). Kemudian, kedua yaitu melakukan *Contractual* (akad/perjanjian) dan setelah ada persetujuan diantara kedua belah pihak kemudian dilanjutkan dengan penandatanganan surat perjanjian kerja sama pemasangan iklan di atas meterai. Dengan itu disertai pula pembayaran uang DP (*down payment*) atau uang muka sebesar 50% dari harga seluruhnya dan juga pemberian *file* bahan iklan. Setelah semua persyaratan dipenuhi barulah dilakukan *Post Contractual* (pemenuhan) yaitu pemenuhan atau kewajiban pihak pertama atas perjanjian yang telah dibuat, yaitu pemasangan/pemuatan iklan suatu barang/jasanya di Majalah Al-Umm.

3. Jasa Periklanan Di Pustaka Al-Umm Tinjauan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)

Dilihat dari jenisnya maka praktik jasa periklanan di Pustaka Al-Umm termasuk menggunakan konsep akad *Ijarah ad-Dzimah* atau *Ijarah 'Ala al-'Amal Ijarah* karena sejatinya adalah mengambil suatu manfaat dari pekerjaan atau tenaga orang lain yang telah mengiklankan suatu produk barang atau jasa. Jadi yang menjadi objek akadnya adalah berupa jasa atau pekerjaan dari tenaga seseorang dengan memberikan upah pembayaran, yang kemudian bisa disebut upah mengupah.

F. Penutup

1. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan analisis terhadap Praktik Jasa Periklanan pada “Pustaka Al-Umm” menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagaimana berikut:

- (a) Dalam melakukan Praktik Jasa Periklanan maka seorang yang ingin atau hendak melakukan pemasangan iklan. Pertama, melakukan *Pra Contractual* atau melakukan negosiasi berkaitan dengan model iklan, halaman yang akan dimuat iklan, dan tarif atau harga pemasangan iklan. Kedua, melakukan *Contractual* atau pembuatan perjanjian, pemberian uang DP (*down of payment*), pemberian file bahan iklan, dan persetujuan yang disertai dengan penandatanganan diatas meterai. Ketiga, melakukan *Post Contractual* yaitu pemenuhan hak dan kewajiban diantara para pihak.
- (b) Praktik Jasa Periklanan “Pustaka Al-Umm” merupakan bentuk upaya atau kegiatan pemberian suatu kinerja, tindakan, atau pekerjaan untuk mengkomersialkan produk barang atau jasa milik orang lain.
 - (1) Adapun secara konsep dalam tinjauan KHES, yaitu asas yang digunakan atas dasar *ikhtiyari* atau sukarela, *amanah* atau menepati janji, *ikhtiyati* atau kehati-hatian, *luzum* atau tidak berubah, saling menguntungkan, *taswiyah* atau kesetaraan, *transparansi* atau terbuka, kemampuan, kemudahan, iktikad baik, sebab yang halal, dan tertulis.

- (2) Adapun akad yang digunakan maka termasuk jenis *akad ijarah ad-Dzimah* karena yang menjadi objek akadnya adalah berupa (*al-fi'il*) pekerjaan, tenaga atau jasa orang lain.
- (3) Adapun syarat sahnya, maka sudah sah dan sesuai menurut KHES, yaitu seorang (*mu'jir*) yang benar-benar pemiliknya, seorang (*musta'jir*) yang benar-benar membutuhkan, semua para pihak yang memiliki kecakapan hukum, dewasa, dan sebab suatu barang atau jasa yang halal, aman, tidak menipu, manfaat, dan syar'i serta mendatangkan maslahat.
- (4) Adapun mengenai *shighat akadnya*, sudah sesuai dan sah sesuai KHES, karena dalam perjanjian kerjasama Pemasangan Iklan dilakukan dengan cara ditulis, dan menggunakan bahasa yang saling dipahami yaitu dengan menggunakan bahasa Indonesia.
- (5) Sedangkan mengenai jangka waktu *ijarah (ad-Dzimah)* Jasa Periklanan "Pustaka Al-Umm" sudah sesuai menurut ketentuan KHES, yaitu ditentukannya jangka waktu dengan waktu penerbitan *per-edisi* suatu majalah

2. Saran

Akad Ijarah (*ad-Dzimah*) yang dipakai dalam Jasa periklanan di "Pustaka Al-Umm" Merjosari, Kabupaten Malang harus jelas agar terhindar dari unsur *gharar* dan kedhaliman, dengan ini penulis menyarankan agar dalam Praktik Jasa Periklanan menggunakan akad ijarah (*ad-Dzimah*) dan menggunakan KHES sebagai bahan acuan.