



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil Pustaka Al-Umm

##### 1. Sejarah

Pustaka Al-umm merupakan unit usaha milik Yayasan Bina Al-Mujtama' (YBM) dalam bidang penerbitan dan percetakan majalah. Dalam bidang penerbitan dan percetakan majalah, jasa merupakan bidang gerak perusahaan ini. Namun produk utama perusahaan ini bukanlah *pure service*, melainkan jasa informasi yang dituangkan dalam bentuk majalah. Informasi tersebut ada yang bersifat dakwah atau berbagi ilmu Agama dan ada yang bersifat komersil untuk membantu orang lain demi keberlangsungan usaha mereka sehingga terjadilah hubungan yang baik dalam memajukan usaha perekonomian.

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. Pustaka Al-Umm, 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.<sup>97</sup>

Sedangkan pemberian mottonya adalah Sentuhan Ilmu Selembut Kasih Ibu, yang disifatkan dengan seorang ibu yang paling khas, yang diperlukan setiap oleh keluarga yaitu kasih sayangnya. Karena dengan kasih sayangnya itulah seorang ibu selalu berhasil dalam mendidik dan menyatukan anggota keluarganya serta menjadi pusat curahan hati dikala senang maupun sedih. Oleh sebab itu majalah al-umm ingin menanamkan ilmu yang bermanfaat sebagaimana ibu membimbing dan membina anaknya.<sup>98</sup>

Dari sifat kepemilikan, karena Pustaka Al-Umm merupakan milik Yayasan Bina Al-Mujtama', maka ia akan ditopang oleh masyarakat dan dibesarkan untuk masyarakat. Sedangkan untuk jaringannya ia akan didukung oleh para ustadz yang luas, yang akan menjadi kontributor aktif dalam menulis dan memasarkan majalah.

Adapun susunan redaksi pustaka al-umm adalah sebagai berikut:

---

<sup>97</sup> Edisi Perdana Majalah al-Umm, *Al-Qur'an dan Ahlul Bait*, (Malang: Pustaka Al-Umm, 2013), h. 1.

<sup>98</sup> *Ibid*, h. 1

**Pimpinan Umum dan Redaksi** : Ustadz Agus Hasan Bashori, Lc., M.Ag.

**Sekretaris Redaksi** : Muhammad Syahri Abu Rafi'

**Staf Redaksi** : M. Yusuf Harun, MA; M. Syu'aib al-Faizh, Lc, M.Si; Ziyad at-Tamimi, S.Th, M.H.I; Abdul Aziz, S.KM; Mujib Anshar, SH. M.Pdi; Ghonda Yumitro, MA(HI), MA(PI); Arifuddin, M.Pdi; Harno, SP.

**Sekretaris Umum** : Arif Kurniawan, S.Pd.I.

**Editor** : M. Mujib Anshor, SH., M.Pd.I.

**Administrasi** : M. Ali Khudlori

**Marketing dan Iklan** : Farid Baarya A, SPi

**Sirkulasi dan Pemasaran** : Buyung Abraham, SE.

**Desain Grafis** : Agus Mulyadi

Sedangkan susunan Rubrik Majalah Al-Umm adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Rubrik Majalah**

No	Rubrik	Pengasuh
1	Surat Pembaca-Manhaj Salaf-Cermin Salaf-Ahlul Bait dan Sahabat	Ustadz Agus Hasan Bashori, Lc. M.Ag.
2	Dunia Islam	Ghonda Yumitro MA (MH)
3	Konsultasi Agama dan Keluarga	Abu Salma

4	Konsultasi Kesehatan	dr. Aries Budianto, SpB; dr. Lia; dr. Bekti; dr. Rahmat; dr. Relig Maret Suhandu; dr. Wahyu.
5	Aqidah	M. Yusuf Harun, MA.
6	Kisah	Ziyad at-Tamimi, S.Thi, MH.
7	Khutbah	Mujib Anshor, MH., M.Pdi.
8	Fiqih Syariah	Ustadz Syahri
9	Adab/akhlaq	Ustadz Aziz
10	Lughoh	Ustadz abu Rafi'
11	Pendidikan	Ustadzah Salma Sabila
12	Ruqyah Syar'iyah	Ustadz Arifuddin, M.Pdi.
13	Alamul Aulad	

## 2. Lokasi

Penentuan lokasi perusahaan sangat penting karena lokasi yang tepat akan menunjang kesuksesan usaha perusahaan. 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.

Adapun pemilihan tempat merjosari sebagai tempat usaha penerbitan dan percetakan adalah karena beberapa alasan, antara lain:

- (a) Lebih dekat dengan Masjid Jami' Al-Umm, Pondok Pesantren Al-Aimmah, dan SD-Islam Al-Umm yang merupakan satu yayasan.
- (b) Kondisi wilayah, ruko dan tempat parkir yang luas.
- (c) Lingkungan masyarakat sekitar yang sangat mendukung.
- (d) Salah satu tempat yang sangat mudah dijangkau oleh masyarakat dan mudah ditempuh dengan berbagai alternative kendaraan.
- (e) Berbagai fasilitas seperti listrik, air, telepon yang memadai.

### **3. Visi dan Misi**

Visi Pustaka Al-Umm adalah menjadi perusahaan yang tangguh dan berhasil dalam berdakwah untuk mengajak umat muslim agar kembali kepada Al-Qur'an dan as-Sunnah, serta berhaluan kepada Ahli Sunnah wal Jama'ah menurut pemahaman salafusshalih atau dengan mengikuti Imam as-Syafi'i sebagai manhajan wa madzhaban.

#### **Misi:**

- (a) Mencetak dan menerbitkan majalah muslim yang bermanhaj salaf, terjangkau, dan berkualitas dengan tujuan dakwah.
- (b) Memproduksi VCD dan MP3 kajian Agama Islam yang berkualitas dan murah sehingga terjangkau oleh masyarakat dari semua kalangan.
- (c) Memberikan pelayanan konsultasi agama dan keluarga.
- (d) Ikut terjun dalam kegiatan sosial masyarakat.

#### 4. Produk-Produk Perusahaan

Produk-produk unit usaha Pustaka Al-Umm berupa barang dan jasa, antara lain Majalah Al-Umm dan Periklanan. Majalah Al-Umm adalah majalah pendidikan keluarga muslim bermanhaj salafiyah ahlu sunnah wal jama'ah. Majalah Al-Umm pertama kali terbit bulan Januari tahun 2013, hingga saat ini telah terbit edisi ke-9 tahun II. Setiap bulan Pustaka Al-Umm mencetak lima hingga sepuluh ribu eksemplar untuk dipasarkan diseluruh Indonesia.

Harga Majalah Al-Umm terjangkau untuk semua kalangan masyarakat, yaitu Rp 10.000,- per eksemplar untuk wilayah jawa, Rp 11.000,- per eksemplar untuk wilayah luar jawa, HK\$ 10 per eksemplar untuk wilayah Hongkong, dan 10 SR per eksemplar untuk kawasan Teluk dan Arab Saudi.<sup>99</sup>

Majalah Al-Umm telah dipasarkan hingga ke Arab Saudi dan Belanda. Di Arab Saudi dan Belanda, Majalah Al-Umm tetap menggunakan bahasa Indonesia dan isinya pun sama dengan Majalah Al-Umm yang dipasarkan di Indonesia. Hal ini dilakukan karena manajemen hanya membidik konsumen Indonesia yang tinggal di Arab Saudi dan Belanda.

Selain menerbitkan majalah Al-Umm, Pustaka Al-Umm juga menyediakan jasa periklanan. Jasa periklanan pada Pustaka Al-Umm merupakan jasa yang disediakan bagi para pengusaha muslim. Karena diharapkan dengan adanya jasa periklanan ini para pengusaha semakin

---

<sup>99</sup> Majalah Al-Umm, *Halaman Cover* (Malang:Pustaka Al-Umm)

mudah untuk memasarkan atau menginformasikan perihal barang produksinya.

Selain itu, keuntungan bagi Majalah Al-Umm tidak hanya sekedar memberikan informasi saja akan tetapi juga membantu para usahawan menjadi sukses. Dengan seperti itu, Majalah Al-Umm akan semakin menarik perhatian baik bagi konsumen buku maupun konsumen usaha.

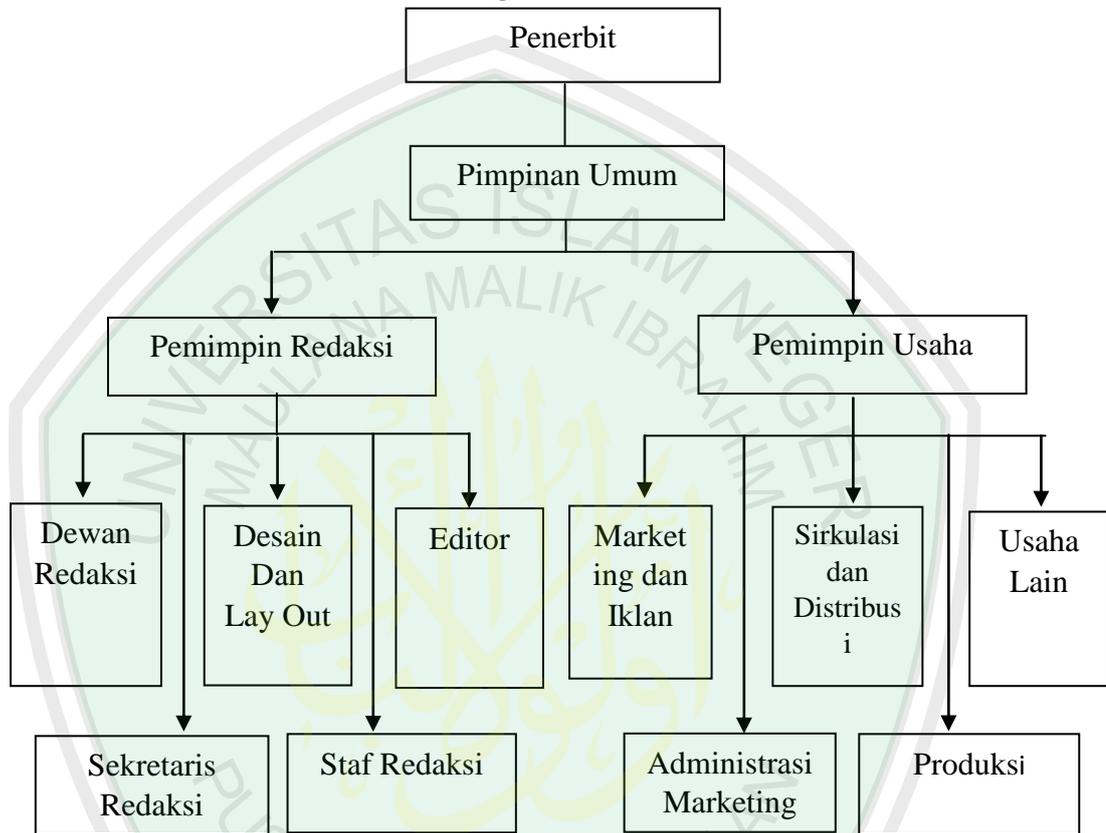
Seorang pengusaha yang memasang iklan dalam bentuk barang atau jasa melalui Majalah Al-Umm diharapkan barang atau jasa tersebut yang baik, halal, dan syar'i yang dibolehkan dalam agama. Namun, apabila yang mau diiklankan tidak berupa barang akan tetapi berupa jasa maka diharapkan jasa atau layanan tersebut bermanfaat bagi pengguna. Adapun jasa layanan masyarakat seperti program pendidikan, baik sekolah, perguruan tinggi dan, atau ma'had.

Sedangkan cara periklanan yang digunakan yaitu dengan cara menyisipkan iklan pada lembaran atau halaman majalah dengan harga yang tidak sama. Harga tidak disamakan karena terkait posisi penempatannya dan kertas yang digunakan warna atau hitam putih. Karena, semua itu diyakini bahwa posisi halaman sangat berpengaruh pada daya tarik konsumen yang mau membeli.

## 5. Struktur Organisasi

Adapun struktur ini merupakan struktur kepegawaian pada Pustaka Al-Umm.

**Bagan 4.2**  
**Struktur Organisasi Pustaka Al-Umm**



## 6. Deskripsi Kerja

Deskripsi kerja masing-masing bagian di Pustaka Al-Umm sebagai berikut:

- (a) Pemimpin Umum yaitu bertanggung jawab atas keseluruhan jalannya penerbitan. Kemudian juga dapat melimpahkan pertanggungjawabannya terhadap hukum kepada Pemimpin Redaksi sepanjang menyangkut isi penerbitan (*redaksioanal*) dan kepada pemimpin usaha sepanjang menyangkut perusahaan penerbitan.

Pemimpin Umum Pustaka Al-Umm adalah Abu Hamzah Agus Hasan Bashori Lc., M.Ag

(b) Pemimpin redaksi yaitu yang bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian sehari-hari, juga bertanggung jawab terhadap penulisan dari isi Tajuk Rencana (*Editorial*) yang merupakan opini redaksi (*Desk Opinion*). Sehingga bisa diartikan sebagai komandan. Pemimpin redaksi Pustaka Al-Umm adalah Ustadz Agus Hasan Bashori Lc., M.Ag.

(c) Dewan redaksi, dewan redaksi Pustaka Al-Umm terdiri atas:

- Sekretaris redaksi. Sekretaris redaksi bertanggung jawab atas pengaturan dan menata yang berkaitan pemberitaan, menyimpan salinannya, dan mengatur jadwal redaksi. Juga menerima pelimpahan tugas dari pemimpin redaksi dan bertanggung jawab kepada pimpinan redaksi. Sekretaris redaksi Pustaka Al-Umm adalah Muhammad Syahri Abu Rafi Staf redaksi.
- Staf redaksi bertanggung jawab menerima artikel atau iklan dari kontributor dan menerjemahkan artikel berbahasa asing dari para kontributor majalah.

Adapun nama Staf Redaksi adalah M. Yusuf Harun, MA; M. Syu'aib al-Faizh, Lc, M.Si; Ziyad at-Tamimi, S.Th, M.H.I; Abdul Aziz, S.KM; Mujib Anshar, SH. M.Pdi; Ghonda Yumitro, MA(HI), MA(PI); Arifuddin, M.Pdi; Harno, SP.

(d) Staf redaksi terdiri dari

- Editor. Tugas utamanya adalah melakukan editing atau penyuntingan, yakni aktivitas penyeleksian dan perbaikan naskah yang akan dimuat atau disiarkan sebelum dicetak oleh pemimpin redaksi. Proses editing ini ditangani oleh M. Mujib Anshor, SH., M.Pdi.
- Desain dan lay out. Tanggung pada bagian ini adalah membuat desain dan mengatur lay out majalah sesuai dengan keputusan rapat redaksi. Pada bagian ini ditangani oleh Agus Mulyadi

(e) Pemimpin usaha bertanggung jawab atas:

- Pemasaran produk Pustaka Al-Umm
- Mengawasi pelaksanaan tugas dan meminta pertanggung jawaban dari masing-masing staf.
- Menjaga dan membina kordinasi yang baik antar staf bagian usaha.

Pemimpin Usaha Pustaka Al-Umm adalah Ustadz Agus Hasan Bashori Lc., M.Ag.

(f) Marketing dan periklanan tugasnya meliputi:

- Pembuatan strategi dan pengembanagan pemasaran.
- Menerima kerjasama sponsorship.
- Mencari iklan dan menentukan tarif pemasangan iklan di majalah.

- Bertanggung jawab atas order majalah kepada para pelanggan dan agen.
- Menjaga hubungan agar tetap baik dengan para agen dan pelanggan.

Bagian marketing dan iklan ini dipegang oleh Farid Baarya, A S.Pi

(g) Sales tugasnya meliputi:

- Mengantarkan order majalah yang telah berisi iklan kepada para sponsor
- Mencari pelanggan baru
- Melakukan penjualan atas produk yang dikeluarkan oleh perusahaan.
- Menyampaikan informasi tentang program-program perusahaan.
- Membukukan hasil penjualan.

Sales Pustaka Al-Umm untuk daerah pemasaran area kota Malang adalah Buyung Abraham SE.

(e) Bagian administrasi, tugasnya meliputi:

- Mencatat semua aktifitas perusahaan yang berhubungan dengan keuangan.
- Mengadakan pembayaran untuk pembelian bahan baku dan bahan pembantu serta pengeluaran rutin lainnya.
- Mengatur jangka waktu pembayaran atas penjualan yang dilakukan oleh sales.

- Melaporkan dan membukukan atas besarnya penjualan kepada manajer pemasaran.
- Mengadakan pembayaran atas biaya-biaya yang dikeluarkan berhubungan dengan penjualan.
- Melakuakn pengaturan atas biaya-biaya yang akan dikeluarkan.
- Bertanggung jawab atas direktur atas tugas dan kewajibannya.

Bagian administrasi Pustaka Al-Umm adalah M. Ali Khudlori

(f) Sirkulasi dan Distribusi. Bagian sirkulasi barang dan distribusi bertanggung jawab atas keluar masuknya barang, hal ini terdiri dari:

- Menerima majalah dari percetakan.
- Menerima retur majalah-majalah dari para agen.
- Menyiapkan produk yang akan dipasarkan oleh bagian marketing.

Bagian sirkuasi dan distribusi Pustaka Al-Umm adalah Buyung Abraham SE.

(g) Unit Usaha Lain

Bagian ini menangani produksi produk selain majalah al-umm. Misalnya CD Maktabah Syamilah, CD Kajian agama, Buku-buku Islami. Unit usaha lain Pustaka al-umm dipimpin oleh M. Mujib, SH.

## **B. Data Hasil Penelitian**

### **1. Praktik Jasa Periklanan Pada Pustaka Al-Umm**

Data hasil penelitian penulis dapatkan dengan melalui wawancara secara langsung dengan Ustadz Agus Hasan Bashori, Lc., M.Ag., selaku pimpinan sekaligus pendiri unit usaha Pustaka Al-Umm, dari sini penulis dapatkan data hasil penelitian terkait bentuk-bentuk cara pelaksanaan periklanan pada Pustaka Al-Umm. Sedangkan wawancara selanjutnya penulis lakukan dengan Abu Farid Baarya A, SPi yang merupakan karyawan khusus dibagian marketing dan iklan, dari sini penulis dapatkan data penelitian terkait teknis atau caranya dalam pemasangan iklan. Wawancara penulis lakukan di kantor Pustaka Al-Umm yang berada di Jalan Joyo Agung No. 1 Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru, Kabupaten Malang pada hari Rabu tanggal 10 September 2014 pukul 09.00-10.00 WIB.

#### **(a) Aturan yang diterapkan dalam melakukan Jasa Periklanan**

Jasa merupakan bidang gerak perusahaan ini, karena selain jasa informasi yang dijadikan dalam bentuk majalah, jasa iklan juga merupakan bentuk pelayanan yang disediakan untuk para usaha atau masyarakat yang ingin melakukan pemasangan iklan. Adapun aturan bagi seorang konsumen yang ingin melakukan pemasangan iklan pada Majalah Al-Umm, hendaknya produk barang atau jasa yang diklankan mempunyai sebab halal dan bermanfaat. Sebagaimana dikemukakan oleh Ustadz Agus Hasan Bashori:

*“Bagi setiap orang yang ingin melakukan tempel iklan pada Majalah Al-Umm maka produk barang atau jasanya harus bermanfaat dan disebabkan dengan sebab yang halal”<sup>100</sup>*

Selanjutnya produk barang atau jasa yang ditawarkan aman dan sesuai dengan tujuan pemakaiannya. Jika tidak ada keamanan dalam pemakaian barang atau jasa yang ditawarkan maka akan mengakibatkan kerugian bagi konsumen yang akan memakainya. Oleh karena itu keamanan barang atau jasa yang ditawarkan sangat diutamakan. Sebagaimana dijelaskan oleh Ustadz Agus Hasan Bashori sebagai berikut:

*“Barang atau jasa yang nanti akan diiklankan harus barang atau jasa yang benar-benar aman dan sesuai dengan tujuan pemakaiannya.”<sup>101</sup>*

Sedangkan produk barang atau jasa yang ditawarkan harus bermanfaat dan mendatangkan maslahat, khususnya bagi para penggunanya. Sebagaimana hal tersebut, telah dijelaskan Ustad Agus Hasan Bashori sebagai berikut:

*“Barang atau jasa yang diiklankan diharapkan barang yang benar-benar bermanfaat, dan benar-benar mendatangkan maslahat.”<sup>102</sup>*

Adapun produk barang atau jasa yang boleh diiklankan melalui Majalah Al-Umm tidak sebatas pada barang saja. Artinya boleh mengiklankan sesuatu yang tidak berbentuk barang, misalnya pemasangan iklan terkait program pendidikan atau pengumuman. Terkait program pendidikan, misalnya pemberitahuan kualitas pendidikan entah

---

<sup>100</sup> Agus Hasan Bashori, wawancara (Merjosari, 10 September 2014).

<sup>101</sup> *Ibid.*

<sup>102</sup> *Ibid.*

itu Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) atau bahkan perguruan tinggi sekalipun. Sedangkan kaitannya dengan hal pengumuman, bisa seperti pengumuman kelahiran seorang anak, pernikahan sepasang suami istri, aqiqah, dan lain sebagainya. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Ustadz Agus Hasan Bashori sebagai berikut:

*“Setiap produk iklan yang dimuat pada majalah boleh dalam bentuk barang atau tidak dalam bentuk barang, misalkan seperti program pendidikan, ma’had, atau bisa juga berupa informasi tentang pernikahan maupun kelahiran anak. Iyaa pokoknya setiap barang atau fasilitas yang yang bermanfaat dan mendatangkan masalah”<sup>103</sup>*

Adapun orang yang akan mengiklankan baik produk barang atau jasanya harus berani mempertanggung jawabkan informasi yang nantinya akan termuat. Informasi tersebut yakni terkait kualitas (barang) atau jasa serta yang berupa fasilitas (program pendidikan). Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Ustadz Agus Hasan Bashori:

*“Dari setiap lembaga pendidikan yang mengiklankan tentang keunggulan, kelayakan, serta kemajuan baik dalam bidang fasilitas maupun kualitas sekolah, ma’had, atau bahkan perguruan tinggi harus mampu mempertanggung jawabkan akan suatu informasi yang termuat dalam iklan dan dapat untuk dipercayai, adapun perguruan tinggi yang sekarang bekerjasama dengan pustaka al-umm yaitu Kampus STIKes MADANI Yogyakarta.”<sup>104</sup>*

(b) Bentuk atau model Jasa Periklanan yang diterapkan di Pustaka Al-Umm

Bentuk model jasa periklanan yang diterapkan pada Pustaka Al-Umm sangat bervariasi. Pertama jasa iklan yang bersifat gratis, kedua jasa iklan dengan sistem pembiayaan atau bayar pakai uang, ketiga jasa

---

<sup>103</sup> *Ibid.*

<sup>104</sup> *Ibid.*

iklan dengan sistem timbale balik atau pembayaran uangnya diganti dengan pekerjaan.

Jasa iklan gratis atau periklanan yang tidak dipungut biaya. Periklanan model ini merupakan periklanan yang dikhususkan bagi Yayasan Bina al-Mujtama' YBM atau pemilik Pustaka Al-Umm, Pustaka Al-Umm sendiri, dan para pekerja yang bekerja di Pustaka Al-Umm. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Ustadz Agus Hasan Bashori sebagai berikut:

*“Untuk periklanan yang ada di Pustaka Al-Umm, ada yang bersifat gratis yaitu periklanan yang dikhususkan bagi (Yayasan Bina Al-Mujtama’) YBM, bagi pustaka al-umm yaitu apabila iklan yang dipasangkan terkait informasi Majalah Al-Umm sendiri, dan seorang karyawan Pustaka Al-Umm, yaitu pekerja yang selama ini bekerja di Pustaka al-Umm.”<sup>105</sup>*

Jasa iklan dengan sistem pembiayaan atau dengan pembayaran uang. Jasa iklan ini merupakan jasa iklan yang bersifat umum yang disediakan bagi masyarakat, dan para pengusaha khususnya. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Ustadz Agus Hasan Bashori sebagai berikut:

*“Sedangkan iklan harus dibayar maksudnya layanan iklan Pustaka Al-Umm yang bersifat umum yakni bagi siapa saja orang yang mau atau menghendaki untuk mengiklankan barang atau jasanya”<sup>106</sup>*

Sedangkan jasa iklan sistem timbal balik atau ganti pekerjaan, adalah jasa iklan yang disediakan khusus bagi orang yang tidak mau atau mampu untuk membayar. Jadi ini merupakan keluasan dan kemudahan yang disediakan Pustaka Al-Umm. Jasa iklan dengan ganti pekerjaan

---

<sup>105</sup> *Ibid.*

<sup>106</sup> *Ibid.*

yaitu seorang tetap bisa mengiklankan barang atau jasanya dengan syarat dia bekerja untuk Pustaka Al-Umm selama waktu tertentu, sesuai permintaan perusahaan. Dalam hal ini, sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Ustadz Agus Hasan Bashori sebagai berikut:

*“Pustaka Al-Umm juga menyediakan peluang beriklan khususnya bagi orang yang tidak mampu untuk membayar, maka dia akan tetap bisa untuk beriklan asalkan dengan syarat dia mau menjadi pekerja (tidak dibayar) di Pustaka Al-Umm selang beberapa waktu, menurut permintaan pihak Pustaka Al-Umm, dan itu boleh dan kami siap untuk menerima.”<sup>107</sup>*

(c) Pelaksanaan Jasa Periklanan di Pustaka Al-Umm secara teknis

Adapun secara teknis praktik jasa periklanan penulis melakukan wawancara dengan Abu Farid Baarya A. SPi., yang merupakan pekerja khusus pada bagian marketing dan iklan. Mekanismenya adalah 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

---

<sup>107</sup> *Ibid.*

telah dibuat, yaitu pemasangan atau pemuatan iklan barang atau jasanya didalam Majalah Al-Umm. Sebagaimana hal tersebut, telah dijelaskan oleh Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Sistem yang kita gunakan dalam periklanan pada Pustaka Al-Umm menggunakan sistem kerja sama, kalau dari segi praktiknya sebenarnya sederhana, orang datang kemudian minta iklan, kemudian bayar sebagian dan kemudian permintaanya iklannya dibagian mana, warna atau biasa, kemudian halaman pemuatannya dihalaman depan atau belakang, kemudian pasang.”<sup>108</sup>*

Rincian daftar harga periklanan melalui Majalah Al-Umm, sebagaimana penulis dapatkan yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Tarif Iklan Majalah Al-Umm**

No.	Halaman Yang Dimuat	Harga
1.	Cover Depan Dalam	Rp. 2.000.000
2.	Cover Belakang Luar	Rp. 3.000.000
3.	Cover Belakang Dalam	Rp. 2.000.000
4.	1 Halaman Warna	Rp. 1.250.000
5.	½ Halaman Warna	Rp. 750.000
6.	¼ Halaman Warna	Rp. 400.000
7.	1 Halaman Hitam Putih	Rp. 800.000
8.	½ Halaman Hitam Putih	Rp. 450.000
9.	¼ Halaman Hitam Putih	Rp. 250.000

<sup>108</sup> Farid Baarya, *wawancara* (Merjosari, 10 September 2014).

Adapun beberapa keterangan diatas, untuk cover warna poin satu sampai dengan poin tiga, maka itu bisa ditentukan sesuai permintaan pengiklan. Sedangkan untuk poin empat sampai dengan poin sembilan, halaman iklan ditentukan oleh pihak Pustaka Al-Umm atau penerbit majalah. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Dalam pemuatan iklan untuk poin satu sampai dengan poin tiga, khusus cover bisa ditentukan oleh pihak pertama akan tetapi untuk poin empat sampai dengan poin sembilan baik warna atau hitam putihnya, halaman pemuatan iklan ditentukan oleh penerbit karena menyesuaikan dengan isi majalah.”<sup>109</sup>*

Jasa periklanan Pustaka Al-Umm merupakan salah satu usaha tambahan dan merupakan bagian kecil dari kegiatan usaha secara umum. Karena Majalah Al-Umm bukanlah majalah murni yang digunakan sebagai komersial (iklan) akan tetapi untuk menyebarkan ilmu agama dan dakwah. Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Kegiatan kita secara umum melalui Majalah Al-Umm adalah untuk menjual ilmu atau menyebarkan dakwah, sedangkan iklan itu sebenarnya bagian kecil usaha yang kita usahakan karena Majalah Al-Umm sebenarnya bukan majalah yang murni untuk komersial akan tetapi untuk infomasi yang bermanfaat”<sup>110</sup>*

Sebagaimana perjanjian pada umumnya, jasa periklanan pada Pustaka Al-Umm dalam melakukan transaksi jasa periklanan juga membuat perjanjian. Akad atau perjanjian kerjasama dalam pemasangan iklan dibuat

---

<sup>109</sup> Farid Baarya, wawancara (Merjosari, 10 September 2014).

<sup>110</sup> *Ibid.*

agar menjadi suatu bukti outentik bagi para pihak. Sebagaimana penjelasan Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Sebelum melangsungkan jasa periklanan kami (pihak Pustaka Al-Umm) dengan konsumen jasa melakukan suatu perjanjian atau akad dengan atas dasar maslahat, yaitu agar menjadikan hubungan kerjasama dalam periklanan menjadi baik dan jelas”<sup>111</sup>*

Akad atau perjanjian pemasangan iklan di Pustaka Al-Umm antara pihak pertama dan kedua dilakukan secara tertulis, karena agar memudahkan dan menambah kejelasan dalam pelaksanaan. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Akad perjanjian pemasangan iklan kita buat secara tertulis agar menjadi jelas akan hak dan kewajiban antara pihak Pustaka Al-Umm dengan pengiklan (konsumen jasa), selain itu agar bisa dijadikan sebagai bukti apabila terjadi pengingkaran atau sesuatu hal yang tidak diinginkan seperti terjadinya perselisihan”<sup>112</sup>*

Dalam pembuatan akad atau perjanjian kerjasama pemasangan iklan di putaka Pustaka Al-Umm dilakukan dengan orang-orang yang memang sudah mumayyis. Selain itu, juga harus orang yang sudah cakap hukum karena pihak Pustaka Al-Umm tidak akan melakukan dengan orang yang belum cukup umur atau tidak cakap hukum. Sebagaimana Abu Farid Baarya mengungkapkan sebagai berikut:

*“Iya tentu kita membuat suatu perjanjian kerjasama ini dengan orang yang bener-bener sudah cakap hukum, begitu pula dengan pelaksanaannya”<sup>113</sup> “Selain itu dalam membuatnya kita lakukan dengan orang yang sudah cukup dewasa bukan anak-anak”<sup>114</sup>*

---

<sup>111</sup> *Ibid.*

<sup>112</sup> *Ibid.*

<sup>113</sup> *Ibid.*

<sup>114</sup> *Ibid.*

Adapun bahasa yang digunakan dalam *ijab* dan *qabul* dalam perjanjian jasa periklanan, menggunakan bahasa Indonesia. Sebagaimana diungkapkan oleh Abu Farid Baarya:

*“Dalam pembuatan perjanjian kerjasama pemasangan iklan kita menggunakan bahasa Indonesia, karena lebih mudah untuk dipahami kedua belah pihak.”<sup>115</sup>*

Perjanjian dibuat sebelum pelaksanaan iklan berlangsung, perjanjian ini dibuat dengan tujuan maslahat, serta dijadikannya sebagai aturan atau hukum bagi pihak jasa iklan dengan konsumen dalam menjalankan periklanan dengan baik. Selain itu juga akan menjadi jelas dan terstruktur akan hak dan kewajiban antara pihak Pustaka Al-Umm dengan pihak konsumen jasa.

Adapun isi dalam perjanjian kerjasama pemasangan iklan dibuat dalam bentuk pasal-pasal, Pasal pertama, berisi tentang spesifikasi dan materi iklan yang menjelaskan tentang spesifikasi penempatan atau pemasangan iklan dalam Majalah Al-Umm dan termasuk bagian cover atau halaman biasa. Pasal Kedua, berisi tentang biaya pemasangan iklan, yang menjelaskan tentang harga atau tarif periklanan pada Majalah Al-Umm. Pasal ketiga, berisi tentang jangka waktu pemasangan iklan, yang menjelaskan tentang jangka waktu pemasangan iklan yang mana disesuaikan dengan penerbitan majalah antara edisi berapa sampai beberapa. Pasal keempat, berisi tentang bukti pemasangan iklan, yang menjelaskan tentang bukti sudah atau belumnya iklan terpasang pada Majalah Al-Umm kalau sudah maka akan ada pengiriman Majalah Al-

---

<sup>115</sup> *Ibid.*

Umm kekonsumen jasa yang sudah termuat iklan pemintaannya. Pasal keempat, berisi tentang pembayaran, yaitu yang menjelaskan tentang biaya pemasangan iklan baik uang DP (*down payment*) ataupun uang pelunasan.

Adapun teknis pembayarannya, Jasa Periklanan pada Pustaka Al-Umm menggunakan uang muka atau uang DP (*down payment*) sebesar 50 % dari harga seluruhnya, selain itu juga harus disertai dengan pengiriman *file* yang akan diiklankan, Sebagaimana telah dijelaskan oleh Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Setelah iklan termuat pembayaran dilakukan setengah dari harga seluruhnya, yaitu lima puluh persen, jika iklan sudah tayang maka baru melunasi sisanya.”<sup>116</sup> “Selain itu disamping melakukan pembayaran pihak konsumen harus memberikkan file yang akan diiklankan.”<sup>117</sup>*

Adapun penyesuaian harga pembayaran, sebagaimana telah dijelaskan oleh abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Pembayaran tarif iklan kita sesuaikan dengan pemuatan iklan pada halaman suatu majalah dan mengenai pembiayaan dalam iklan kita tetapkan sesuai permintaanya, yaitu dengan menyesuaikan bagian atau halaman mana yang dijadikan muatan iklan karena sebelumnya tarif iklan sudah tersedia dan itupun masih memungkinkan perubahan dengan menyesuaikan jenis produk barang atau jasa apa yang mau diiklankan.”<sup>118</sup>*

Sedangkan tentang pengiriman uang, uang bisa dilakukan dengan langsung datang kantor pusat Pustaka Al-Umm atau bisa melalui rekening, sebagaimana dijelaskan oleh Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Cara pembayarannya boleh dilakukan dengan transfer kerekening atau dengan langsung mendatangi Pustaka Al-Umm. Adapun kebanyakan orang melakukan pembayaran dengan cara ditrasfer*

---

<sup>116</sup> *Ibid.*

<sup>117</sup> *Ibid.*

<sup>118</sup> *Ibid.*

*kerekening karena lebih mudah, juga ada yang langsung mendatangi Pustaka Al-Umm yang mungkin jarak tempat tidak jauh*”<sup>119</sup>

Sedangkan terkait soal waktu pemasangan iklan, sebagaimana telah dijelaskan oleh Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Jangka waktu pemasangan iklan kita tetapkan berdasarkan penerbitan majalah pada setiap bulannya dan jangka waktu pemasangan iklan dalam perjanjian kami tetapkan berdasarkan lama edisi penerbitan, contoh seperti pemasangan iklan berlaku mulai dari penerbitan edisi ke 3 sampai dengan edisi ke 6 dan seterusnya.”*<sup>120</sup>

Adapun terkait pembuktian pemasangan iklan agar sama-sama mengetahui bahwa apa yang diiklankan sudah terpasang, sebagaimana telah dijelaskan oleh Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Pembuktian pemasangan iklan dilakukan untuk membuktikan bahwa apa yang diiklankan benar-benar sudah termuat.”*<sup>121</sup>

Adapun dari segi bentuk macam suatu barang yang akan dijadikan iklan boleh berupa barang atau jasa seperti program pendidikan sekolah atau ma’had dan lain sebagainya. Sebagaimana dijelaskan oleh Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Dari segi produk semua produk bisa kita iklankan entah itu obat-obatan, herbal, madu, buku, atau juga bisa dalam bentuk jasa pendidikan dan lain sebagainya selama jasa atau barangnya tidak haram, dan dibolehkan secara syar’i, kalau produk dari babi misalkan, maka itu tidak boleh”*<sup>122</sup>

---

<sup>119</sup> *Ibid.*

<sup>120</sup> *Ibid.*

<sup>121</sup> *Ibid.*

<sup>122</sup> *Ibid.*

Adapun pemasangan iklan pada majalah al-umm menyesuaikan banyaknya majalah yang diterbitkan. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Iklan tersebut akan kami pasang sesuai banyaknya majalah yang akan diterbitkan oleh Pustaka Al-Umm pada setiap bulannya, misalkan dengan oplah majalah sebanyak 4.000 eksemplar maka sebanyak itu pula iklan akan dipasang.”<sup>123</sup>*

Adapun keterlambatan penayangan iklan biasanya dikarenakan lambatnya pada percetakan majalah. Apabila konsumen jasa iklan merasa dirugikan, memang itu bagian dari haknya akan tetapi pihak konsumen jasa iklan biasanya dengan kesadarannya dan kefahamannya maka keterlambatan tersebut dimaafkan. Sebagaimana telah dijelaskan oleh Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Keterlambatan dalam penayangan iklan pernah terjadi karena dengan lamanya masa percetakan majalah. Kalau adanya rasa dirugikan mungkin itu jelas merugikan, akan tetapi karena saling pemahaman diantara kita, kesalahan atau keterlambatan itu biasanya dimaafkan.”<sup>124</sup>*

Adapun dari segi keuntungan, Pustaka Al-Umm dalam usaha jasa periklanan mendapatkan untung sebesar seratus persen 100%, karena sesungguhnya modal itu sebagian besar untuk pembuatan Majalah Al-Umm. Sebagaimana telah dijelaskan oleh Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Kalau dari segi keuntungan usaha periklanan kami mendapatkan keuntungan seratus persen dari usaha tersebut, karena sebagian besar modal sepenuhnya dari majalah”<sup>125</sup>*

---

<sup>123</sup> *Ibid.*

<sup>124</sup> *Ibid.*

<sup>125</sup> *Ibid.*

Sedangkan apabila ada seorang konsumen jasa iklan yang ingin membatalkan periklanan, maka selama iklan belum ditayangkan maka uang bisa dikembalikan. Sebagaimana diterangkan Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Apabila pihak kedua ingin membatalkan kerjasama penayangan iklan pada Majalah Al-umm sebelum terbit atau tayang maka uang biasa kami dikembalikan.”<sup>126</sup>*

Diskon bagi pelanggan jasa iklan juga disediakan, khususnya pelanggan yang sudah melakukan pemasangan iklan tiga kali. Maka pihak Pustaka Al-Umm akan memberikan diskon dan tambahan tayang iklan secara gratis tanpa dipungut biaya. Sebagaimana diungkapkan oleh Abu Farid Baarya sebagai berikut:

*“Kita akan memberikan diskon tiga puluh persen (30%) bagi orang yang telah melakukan penayangan iklan sebanyak tiga (3) kali juga sekaligus mendapatkan tambahan satu kali penayangan. Adapun penayangan biasa untuk satu kali tayang kita beri diskon cukup limabelas persen (15%).”<sup>127</sup>*

Adapun jasa periklanan pada Pustaka Al-Umm, dalam praktiknya dapat diilustrasikan sebagaimana berikut:

- (1) Ada seorang pengusaha bernama fulan yang ingin melakukan pemasangan iklan melalui Majalah Al-Umm sebagai sarana promosi atau pemasaran hasil produksi barang atau jasanya. Maka sifulan harus mendatangi Pustaka Al-Umm untuk melakukan negosiasi. Negosiasi dalam harga dan penentuan halaman yang akan digunakan sebagai pemuatan iklan.

---

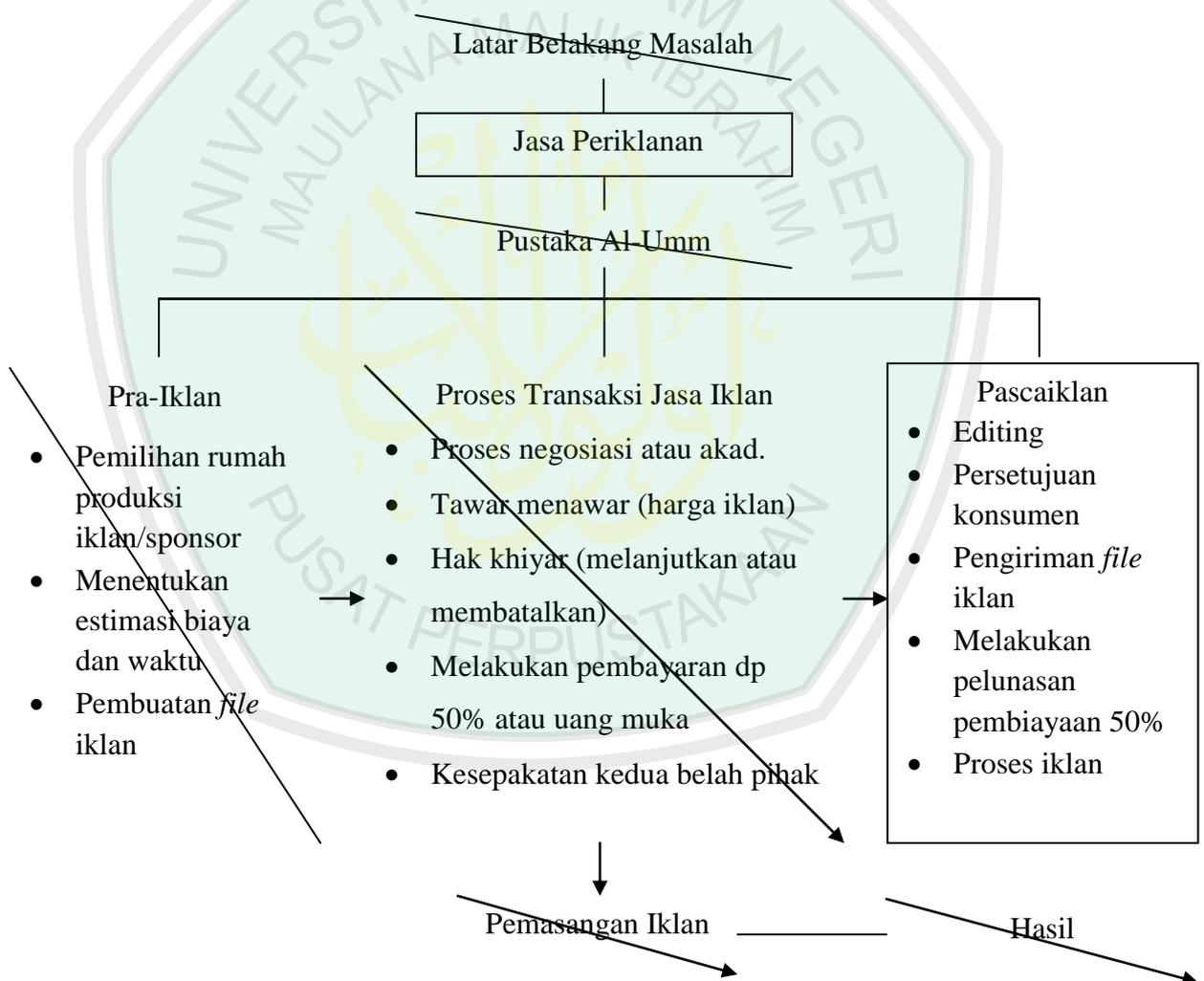
<sup>126</sup> *Ibid.*

<sup>127</sup> *Ibid.*

- (2) Pembuatan perjanjian para pihak disertai penandatanganan diatas meterai dan melakukan pembayaran awal 50% atau uang DP sebagai pemenuhan pembayaran sebelum pelunasan, serta pengiriman *file* bahan iklan. Penyerahan uang bisa dilakukan dengan ditransfer melalui rekening atau langsung mendatangi kantor pusat Pustaka Al-Umm.
- (3) Melakukan pemenuhan kewajiban atau pelunasan 50% dari sisa pembayaran sebelumnya, yakni setelah iklan tayang dimajalah yang diterbitkan. Sebagai bukti bahwa iklan sifulan sudah terpasang di Majalah Al-Umm maka pihak Pustaka Al-umm akan mengirimkan dua Majalah Al-Umm sebanyak dua eksemplar, yang sudah terpasang beserta iklannya.

Adapun skema Jasa Periklanan pada Pustaka al-Umm, sebagaimana dalam bentuk skema sebagai berikut:

**Bagan 4.1**  
**Skema Kerangka Jasa Periklanan**



## **2. Jasa Periklanan Pada Pustaka Al-Umm Menurut Tinjauan Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah (KHES)**

Jasa periklanan merupakan bentuk pemberian suatu kinerja atau tindakan dari satu pihak kepada pihak lain untuk mengiklankan suatu produk barang atau jasa. Semakin tingginya persaingan usaha menyebabkan beberapa perusahaan harus merancang program promosi yang tepat. Secara umum konsep yang digunakan dalam menyampaikan pesan yaitu dengan melakukan promosi, sedangkan salah satu bentuk promosi adalah periklanan. Adapun bentuk strategi yang tepat dalam mengatasi persaingan tersebut adalah dengan menggunakan salah satu bentuk dari promosi yaitu periklanan.

Semakin berkembangnya zaman dan tingginya persaingan usaha antar perusahaan dalam menjual hasil produksi barang ataupun jasanya, maka akan memengaruhi akan kebutuhan promosi atau pemasaran yang semakin tinggi. Oleh karena itu dengan adanya perusahaan yang menyediakan jasa dalam periklanan akan sangat membantu masyarakat khususnya pengusaha yang ingin mengkomersilkan akan suatu barang atau jasanya melalui iklan.

Sebagaimana salah satu perusahaan yang menyediakan jasa periklanan tersebut adalah Pustaka Al-Umm, Jalan Joyoagung, Kecamatan Lowokwaru, Kabupaten Malang. Pustaka al-umm merupakan perusahaan media cetak majalah al-umm, yang digunakan dalam memuat berbagai informasi. Jasa dalam perusahaan ini, merupakan bidang geraknya. Jasa informasi yang digunakan dalam mengembangkan ilmu agama, dan jasa

periklanan sebagai tambahan untuk memudahkan orang yang melakukan usaha, serta memudahkan bagi orang yang ingin menggunakan iklan sebagai usaha pemasarannya.

Sebagaimana yang kita ketahui, bahwa dalam Agama Islam begitu pula masa Rasulullah SAW bahwa tidak adanya praktik jasa periklanan. Juga tidak adanya suatu nash baik dalam al-Qur'an maupun al-Hadist yang menyebutkan tentang jasa periklanan. Adapun awal mula perkembangan periklanan di Indonesia merupakan warisan dari pemerintahan belanda, sedangkan mengenai istilah iklan sendiri muncul dari seorang yang bernama Soedardjo Cokrosisworo yang menyebutkan sebagai advertentie yang kemudian dikenal dalam bahasa inggris dengan sebutan advertising.<sup>128</sup>

Jasa periklanan yang merupakan bentuk jasa pemberian suatu kinerja atau tindakan dari satu pihak kepada pihak lain dalam bentuk kerjasama memasang iklan yang ditujukan kepada orang lain agar melakukan sesuatu. Maka dari kegiatan mu'amalah tersebut, selama tidak ada suatu dalil yang mengharamkannya maka hukumnya adalah *mubah* (boleh). Sebagaimana dalam kaidah fiqhiyah sebagai berikut:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا.

*Artinya: "Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya"*<sup>129</sup>

<sup>128</sup> "Sejarah Perkembangan Periklanan", [http://Basic Advertising.wordpress.com/2009/06/28/sejarah-perkembangan-periklanan/diakses tanggal 11 Nopember 2014](http://BasicAdvertising.wordpress.com/2009/06/28/sejarah-perkembangan-periklanan/diakses%20tanggal%2011%20Nopember%202014).

<sup>129</sup> Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional, *Pembiayaan Ijarah*, (Jakarta: DSN-MUI, 2006), h. 58.

Dilihat dari segi pelaksanaannya, jasa periklanan yang ada pada pustaka al-Umm sangat bermanfaat dan memberikan banyak kemudahan bagi para pengusaha muslim khususnya yang ingin melakukan kerjasama pemasangan iklan, serta terjadinya hubungan ukhwah dengan masyarakat yang semakin baik. Maka jika dilihat dari segi kemaslahatannya maka praktik jasa periklanan ini tentu diperbolehkan.

Jasa periklanan baru dapat dikatakan haram, apabila didalamnya terdapat unsur *spekulasi* (penipuan), *gharar* (ketidakpastian), keharaman suatu barang, adanya unsur kemaksiatan, dan riba.

- (a) Akad yang digunakan dalam Praktik Jasa Periklanan di Pustaka Al-Umm menurut tinjauan *akad ijarah* pada Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)

Dalam setiap kegiatan transaksi yang dilakukan oleh seorang manusia maka tidak akan lepas dari yang namanya suatu akad atau kesepakatan yang digunakan. Sebagaimana dalam pelaksanaan jasa periklanan maka untuk melakukannya harus berdasarkan asas-asas atau landasan-landasan yang sah. Dalam hukum perjanjian menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) yang mengenal asas atau landasan yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan perbuatan. Maka akad dilakukan sebagai berikut:

Asas pertama adalah asas sukarela. Dalam pelaksanaan jasa periklanan antara pihak Pustaka Al-Umm dan pihak pengusaha, tidak ada unsur keterpaksaan untuk melakukan perjanjian kerjasama dalam pemasangan iklan.

Asas kedua adalah asas amanah atau menepati janji. Perjanjian kerjasama pemasangan iklan yang telah disepakati harus dilakukan dengan amanah oleh kedua belah pihak yang bersangkutan. yaitu kesepakatan dalam, berupa pembayaran dan pengiriman *file* bahan iklan bagi pihak kedua dan melakukan tugas pemasangan iklan pada Majalah Al-Umm, serta pengiriman dua Eksemplar majalah yang sudah termuat iklan sebagai bukti pemasangan bahwa iklan sudah terpasang oleh pihak Pustaka Al-Umm.

Asas ketiga adalah asas *ikhtiyati* atau kehati-hatian. Setiap akad yang dilakukan harus dengan pertimbangan yang tepat dan matang mengenai jangka waktu pemasangan iklan dan menghindari resiko yang mungkin timbul akibat periklanan yang salah.

Asas keempat adalah asas *luzum* atau tidak berubah. Setiap akad dilakukan dengan tujuan yang jelas dan perhitungan yang cermat, sehingga terhindar dari praktik *spekulasi* atau *maisir* yaitu mengenai posisi tempat halaman yang mau dimuat iklan, penayangan iklan pada setiap edisi penerbitan Majalah Al-Umm dan penetapan harga yang sesuai dengan *tarif* iklan yang disediakan.

Asas kelima adalah asas saling menguntungkan. Setiap akad dilakukan untuk memenuhi kepentingan para pihak, baik pihak pertama yang mendapatkan keuntungan dari hasil melaksanakan iklan atau mengkomersilkan produk suatu barang atau jasa dan pihak kedua yang mendapatkan keuntungan dari kemudahan promosi yang didapatkan dengan melalui media cetak majalah sebagai sarana periklanan.

Asas keenam adalah asas *taswiyah* atau kesetaraan. Yaitu mereka para pihak dalam perjanjian kerjasama pemasangan iklan memiliki kedudukan yang sama, yaitu sama-sama menunaikan hak dan kewajiban yang seimbang. Pustaka Al-Umm melakukan pemasangan iklan dimajalah yang diterbitkan dan konsumen jasa yang memberikan pembayaran atau biaya yang disesuaikan.

Asas ketujuh adalah asas *transparasi*. Setiap akad yang telah dibuat harus dilakukan dengan pertanggungjawaban secara terbuka, yaitu sebagai pihak pertama Pustaka Al-Umm dan pihak kedua konsumen jasa harus terbuka dalam pencatatan uang pembayaran, spesifikasi materi iklan, jangka waktu pemasangan iklan, dan bukti pemasangan iklan.

Asas kedelapan adalah asas kemampuan. Asas ini dipergunakan dalam jasa periklanan dalam hal kemampuan membayar. Konsumen jasa iklan mampu untuk melakukan pembayaran baik dilakukannya dengan cara di transfer atau langsung mendatangi kantor pusat Pustaka Al-Umm. Setiap akad hendaknya dilakukan sesuai kemampuan para pihak sehingga tidak menjadi beban yang berlebihan bagi pihak konsumen jasa. Namun apabila ada konsumen jasa periklanan pada pustaka al-umm yang tidak mampu melakukan pembayaran, maka sebagaimana kemudahan yang disediakan Pustaka Al-Umm bisa dilakukan dengan pergantian pekerjaan sebagai ganti uang atau sejumlah uang sebagai pembayaran yang sah.

Asas kesembilan adalah asas *taisir* atau kemudahan. Asas ini dilakukan dalam hal pembayaran sebagai ganti dari pada kegiatan jasa periklanan yang dimudahkan entah dalam pengiriman uang ditransfer melalui rekening atau langsung mengunjungi tempat jasa periklanan, asal dalam rentang waktu penerbitan majalah setengah uang dari pembayaran harus sudah dikirimkan. Kemudahan dalam hal pembayaran tersebut merupakan bentuk kemudahan yang telah diberikan meskipun dalam sistem pembayarannya tidak ada sistem cicilan.

Asas kesepuluh adalah asas itikad baik. Jasa periklanan memberikan kemudahan dan kemaslahatan bagi konsumen jasa iklan khususnya para pengusaha. Para pengusaha muslim yang mendapatkan kemudahan dalam hal melakukan pemasaran atau promosi melalui majalah al-umm dengan model iklan. Selain itu juga mempercepat dalam penyebaran informasi suatu produk barang atau jasanya kepada masyarakat luas.

Asas kesebelas adalah asas sebab yang halal. Dalam periklanan suatu produk barang atau jasa yang akan ditawarkan harus benar-benar barang yang halal dan diperbolehkan dalam syariat serta mendatangkan manfaat dan maslahat.

Asas kedua belas adalah *al-hurriyah* atau asas kebebasan berkontrak. Setiap orang yang ingin melakukan perjanjian dalam pemasangan iklan melalui media cetak atau majalah boleh dilakukannya dengan biro jasa lainnya.

Asas ketiga belas adalah asas *al-kitabah* atau tertulis. Akad perjanjian pemasangan iklan ini dilakukan secara tertulis. Adapun pelaksanaan akad dilakukan secara tertulis agar mempermudah merumuskan akan hak dan kewajiban antara pihak pustaka al-umm dengan konsumen jasa iklan tersebut. Selain itu, bisa dijadikan sebagai bukti outentik secara tertulis dan mempunyai kekuatan hukum bagi pembuatnya dan menjadi kekuatan bukti apabila ada persengketaan.

Jasa periklanan merupakan bentuk upaya pemberian suatu kinerja, tindakan, atau pekerjaan untuk mengiklankan suatu produk barang atau jasa milik orang lain. Adapun konsep yang digunakan dalam pelaksanaan jasa periklanan yaitu seorang konsumen jasa iklan memanfaatkan tenaga orang lain untuk mengiklankan suatu produk barang atau jasa hasil produksinya disertai dengan pembayaran. Sedangkan mengambil manfaat dari tenaga orang lain sama dengan halnya ijarah.

Dalam kitab Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) *al-Ijarah* disebut sebagai sewa-menyewa barang untuk diambil manfaatnya dalam jangka waktu tertentu dengan pembayaran.<sup>130</sup> Sedangkan dalam hukum Islam, istilah sewa diartikan dengan kata *al-Ijarah*, dan dalam pengertian syara'nya *al-Ijarah* adalah suatu jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian.<sup>131</sup> Sedangkan dalam KUHPerdara, sewa-menyewa adalah suatu perjanjian

---

<sup>130</sup> Pasal 20 KHES

<sup>131</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah*, (Bandung: al-Ma'rifat), h. 15.

dimana pihak yang satu mengikatkan diri untuk memberikan kepada pihak lainnya manfaat atau kenikmatan selama waktu tertentu dengan pembayaran sejumlah uang yang besarnya sesuai kesepakatan.<sup>132</sup> Jadi unsur esensial dari sewa-menyewa adalah manfaat atau kenikmatan, uang pembayaran, dan jangka waktu.

Uraian tentang akad *al-Ijarah* dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

(1) *Ijarah al-A'in*. *Al-Ijarah al-A'in* atau *al-Ijarah 'ala al-Manafi* yaitu *Ijarah* yang objek akadnya adalah manfaat dari suatu benda.<sup>133</sup>

Sedangkan *Ijarah al-A'in* ini dibagi lagi menjadi dua yaitu:

- *Ijarah al-Ardh*. *Ijarah al-Ardh* atau akad sewa tanah yaitu yang bisa digunakan untuk ditanami atau didirikan suatu bangunan.
- *Ijarah* atau akad sewa pada binatang, yang peruntukannya harus jelas sebagai angkutan atau kendaraan, dan juga masa penggunaannya.

(2) *Ijarah ad-Dzimah*. *Al-Ijarah ad-Dzimah* atau *Ijarah 'Ala al-'Amal Ijarah* yaitu *Ijarah* yang menjadi objek akadnya adalah berupa jasa atau pekerjaan dari tenaga seseorang dengan memberikan upah pembayaran.<sup>134</sup>

Dilihat dari jenisnya maka jasa periklanan pada Pustaka al-Umm menggunakan konsep akad *Ijarah ad-Dzimah* atau *Ijarah 'Ala al-'Amal Ijarah* karena sejatinya adalah mengambil suatu manfaat dari pekerjaan

<sup>132</sup> Pasal 1548 KUHPperdata.

<sup>133</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqih Mu'amalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2010), h.277.

<sup>134</sup> *Ibid*, h. 277.

atau tenaga orang lain sebagai upaya mengiklankan suatu produk barang atau jasanya. Jadi konsekuensi dari konsep *akad al-Ijarah ad-Dzimah* adalah seseorang boleh mengambil suatu manfaat dari tenaga atau pekerjaan seseorang untuk dimanfaatkan asal dengan pembayaran atau upah yang disepakati.

Sesuai dengan konsep *ijarah* atau sewa-menyewa untuk mengambil suatu manfaat tidak terbatas pada barang saja akan tetapi bisa dalam bentuk tenaga atau pekerjaan seorang manusia. Karena jika dilihat dari segi objeknya *al-Ijarah* bisa jadi tidak sama, akan tetapi memiliki tujuan yang sama yaitu sama-sama untuk diambil manfaatnya. Sehingga apabila objek *ijarah* berupa manfaat harta benda (*al-a'in*) maka disebut sewa-menyewa, sedangkan apabila objek *ijarah* berupa manfaat suatu pekerjaan (*al-fi'il*) disebut upah mengupah.<sup>135</sup>

Sebagaimana dalam KHES, *al-Ijarah* memiliki beberapa rukun yaitu *musta'jir* (pihak yang menyewa atau orang yang mendapatkan manfaat dari sewa tersebut), *mu'ajir* (pihak yang menyewakan), *ma'jur* (benda barang atau jasa yang diijarahkan), dan *akad* (perjanjian, bisa dengan lisan atau tulisan).<sup>136</sup> Dalam jasa periklanan, yang menjadi pihak penyewa atau orang yang mendapat manfaat adalah konsumen jasa periklanan, sedangkan yang menjadi *mu'ajir* atau yang menyewakan adalah Pustaka al-Umm, sedangkan yang menjadi *ma'jur* adalah berupa layanan atau pekerjaan untuk mengiklankan barang, dan

<sup>135</sup> Buhanuddin, *Hukum Kontrak Syariah*, (Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2009), h. 96.

<sup>136</sup> Pasal 295, Edisi Revisi *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah KHES*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), h. 86.

sebagai *akadnya* adalah pernyataan kesepakatan diawal untuk melakukan perjanjian pemasangan iklan dari kedua belah pihak.

(b) Syarat para pihak dalam melakukan akad *ijarah* Jasa Periklanan

Menurut KHES, syarat sahnya suatu perjanjian sebagaimana pasal 23 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah bahwa pihak-pihak yang berakad adalah orang, persekutuan, atau badan usaha yang memiliki kecakapan dalam melakukan perbuatan hukum.<sup>137</sup> Objek akad adalah *amwal* (harta) atau jasa yang dihalalkan yang dibutuhkan oleh masing-masing pihak.<sup>138</sup> Akad bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan pengembangan usaha masing-masing pihak yang mengadakan akad,<sup>139</sup> dan dengan sebab yang halal atau tidak bertentangan dengan syari'at Islam.<sup>140</sup>

Mengenai syarat para pihak yang melakukan praktik Jasa Periklanan sudah sesuai dengan ketentuan yang ada dalam KHES yaitu berupa kecakapan hukum,<sup>141</sup> karena rata-rata orang yang melakukan praktik jasa periklanan ini sudah bekerja dan berkeluarga. Sedangkan mengenai objek akad berupa *amwal* atau jasa juga sudah sesuai dengan ketentuan yang ada dalam KHES, yaitu berupa Jasa yang halal dan memang dibutuhkan oleh pihak konsumen jasa.<sup>142</sup> Pihak konsumen jasa butuh untuk mengiklankan barangnya sedangkan pihak pengiklan “Pustaka Al-Umm” butuh untuk dibayar atau dengan pemberian upah

---

<sup>137</sup> Pasal 23 KHES

<sup>138</sup> Pasal 24 KHES

<sup>139</sup> Pasal 25 KHES

<sup>140</sup> Pasal 26 KHES

<sup>141</sup> Pasal 296 KHES

<sup>142</sup> Pasal 24 KHES

sesuai kesepakatan, dan tidak bertentangan dengan syari'at Islam, peraturan perundang-undangan, ketertiban umum dan kesusilaan.<sup>143</sup>

(c) Sedangkan mengenai *sighat akadnya* juga sudah sesuai dengan ketentuan yang ada dalam KHES yaitu dengan cara ditulis,<sup>144</sup> karena dalam perjanjiannya ditulis diatas meterei dalam perjanjian pemasangan iklan. Karena *shighat akad Ijarah* dalam KHES yang penting harus menggunakan kalimat yang jelas.<sup>145</sup> Kemudian mengenai harta yang dibayarkan tersebut juga sudah sesuai dengan ketentuan KHES yakni dapat dikirimkan dan diserahterimakan,<sup>146</sup> karena berupa dalam bentuk uang.

(d) Jangka waktu ijarah jasa periklanan “Pustaka Al-Umm”

Jangka waktu ijarah Jasa Periklanan di Pustaka al-Umm ditentukan berdasarkan penerbitan majalah. Hal ini dilakukan karena setiap majalah baru keluar atau dicetak, sedangkan periklanan berlaku atau dilakukan dengan ketentuan edisi penerbitan seperti, apabila pemuatan iklan dilakukan pada edisi yang 7 (ketujuh) maka akan berakhir sampai edisi yang ke 10 (sepuluh) atau apabila dilakukan pada bulan juni maka akan sampai bulan september begitu seterusnya sampai jangka waktu 4 kali penerbitan.

Menurut KHES, jangka waktu ijarah harus ditentukan berdasarkan waktu yang berarti menit, jam, hari, bulan atau tahun.<sup>147</sup> Dalam hal ini

---

<sup>143</sup> Pasal 26 KHES

<sup>144</sup> Pasal 25 KHES

<sup>145</sup> Pasal 296 KHES

<sup>146</sup> Pasal 307 KHES.

<sup>147</sup> Pasal 315 KHES

jasa periklanan yang ada di Pustaka al-Umm sebagaimana pada KHES maka, apabila dalam periklanan ditentukan berdasarkan penerbitan majalah maka ini boleh dibilang sama halnya ditentukan dengan waktu. Karena dalam penerbitan majalah juga mengacu pada tiap bulannya. Berdasarkan jangka waktu yang dilakukan dalam Jasa Periklanan maka ini termasuk sudah sesuai dengan yang ada dalam kompilasi hukum ekonomi syariah, yaitu jangka waktu periklanan sudah ditentukan berdasarkan waktu bulan (penerbitan).

(e) Uang DP (*down payment*) Dalam Praktik Jasa Periklanan “Pustaka Al-Umm” Menurut Tinjauan KHES

Bagi masyarakat muslim hukum yang dipandang mampu memenuhi citra rasa keadilan adalah hukum Islam. Namun demikian, persepsi masyarakat sendiri tentang hukum Islam sangat bervariasi.<sup>148</sup> Hukum Islam dikembangkan merupakan suatu bentuk penghargaan terhadap akal untuk melakukan ijtihad. Selain itu keterlibatan akal pikiran manusia dalam menjabarkan hukum-hukum menyebabkan aturan-aturan yang terdapat dalam hukum Islam sebagaimana pengaruh cara pandang manusia baik secara pribadi maupun sosial. Meskipun demikian tidak semua cara pandang manusia dapat diwujudkan menjadi hukum Islam, kecuali cara pandang yang memenuhi sejumlah persyaratan tertentu sehingga dapat diterima sebagai sebuah tradisi hukum.<sup>149</sup>

---

<sup>148</sup> Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 17-18.

<sup>149</sup> *Ibid*, h. 57-58.

Pada setiap daerah memiliki memiliki tradisi hukum yang berbeda-beda sebagaimana jasa periklanan “Pustaka Al-Umm” yang ada di kelurahan No I Merjosari, Malang, yaitu sistem *ijarah* jasa periklanan dengan menggunakan uang muka atau DP (*down Payment*). Jasa periklanan pada pustaka al-Umm menerapkan uang muka atau DP yang harus dibayarkan dan akan dikembalikan apabila terjadi pembatalan. Hal ini dilakukan karena adanya rasa tidak enak apabila menerima uang muka yang telah dibayarkan, sedangkan konsumen jasa tidak jadi melakukan kontrak jasa periklanan.

Sebagaimana dalam hukum Islam, apabila dalam pelaksanaan akad baik dalam jual beli atau sewa-menyewa jasa periklanan yang menggunakan uang muka maka diperlukan *khiyar* dahulu untuk mengetahui kejelasan apakah ingin meneruskan atau membatalkan. Namun mengenai waktu masa *khiyar* para ulama berbeda pendapat. Ulama as-Syafi’i dan ulama Hanafi batasan *khiyar* adalah tiga hari tidak boleh lebih dari itu. Sedangkan menurut imam Maliki *khiyar* tidak memiliki batasan tertentu dan menurut imam Ahmad, Abu Yusuf, dan Muhammad al-Hasan berpendapat *khiyar* boleh dilakukan untuk masa yang telah disyaratkan. Jadi ketika melakukan akad jasa periklanan yang menggunakan uang muka atau DP (*down of payment*) sebaiknya Pustaka al-Umm menentukan masa *khiyar* agar tidak ada yang merasa dirugikan diantara kedua belah pihak.

Menurut KHES uang muka sebagaimana pasal 308 pada ayat pertama, bahwa uang muka dalam *ijarah* yang sudah dibayar tidak

dapat dikembalikan kecuali ditentukan lain dalam akad.<sup>150</sup> Selanjutnya ayat kedua, uang muka *ijarah* harus dikembalikan oleh *mu'ajir* apabila pembatalan *ijarah* dilakukan olehnya.<sup>151</sup> Sedangkan ayat yang ketiga, uang muka *ijarah* tidak harus dikembalikan oleh *mu'ajir* apabila pembatalan dilakukan oleh *musta'jir*.<sup>152</sup>

Dalam hal ini pihak pustaka al-umm mengembalikan uang muka kepada konsumen jasa iklan dikarenakan ada rasa tidak enak dikarenakan pihak konsumen jasa iklan tidak jadi melangsungkan pemasangan iklan dan belum menikmati mafaatnya. Maka sebagaimana dalam kitab KHES, pihak pustaka al-umm tidak harus mengembalikan kecuali ditentukan lain dalam akad. Karena dalam hal ini pustaka al-umm belum ada ketentuan secara pasti apabila uang muka dikembalikan kepada konsumen jasa apakah perlu menggunakan akad baru atau tidak.

Kemudian pengembalian uang muka dengan dasar tidak merasa enak maka ini tidak sesuai dengan dasar KHES, karena pembatalan dilakukan oleh konsumen jasa iklan kecuali sebaliknya, dan ini juga belum ada ketentuan yang mengatur pada jasa perikalan “pustaka al-umm”. Jadi kalau begitu, pihak Pustaka al-Umm tidak harus mengembalikan uang muka atau DP (*down of payment*) kepada konsumen jasa iklan apabila pembatalan dilakukan olehnya dan boleh mengembalikan apabila pernah ditentukan dilain waktu akad.

---

<sup>150</sup> Pasal 308 KHES

<sup>151</sup> Pasal 308 KHES

<sup>152</sup> Pasal 308 KHES

Mengenai hukum uang muka atau DP (*down of payment*), para ulama berbeda pendapat. Menurut jumhur ulama hukum uang muka (*'urbun*) adalah dilarang dan tidak sah. Inilah pendapat mayoritas ulama dari kalangan Malikiyah, dan Syafi'iyah, karena terdapat syarat *fasad* dan *al-Gharar*. Sedangkan menurut ulama Hanafi, jual beli sistem uang muka (*'urbun*) hukumnya hanya *fasid* (cacat terjadi pada harga). Maka ulama selain madzhab Hanafi mengatakan jual beli atau sewa semacam ini (*'urbun*) adalah batal, berdasarkan hadist Rasulullah SAW, sebagai berikut:<sup>153</sup>

عن عمر و بن شعيب عن ابيه عن جده قل: نهى النبي عن بيع العربان.

(رواه احمد و النسئ و ابوداود. وهو لماك في الموطا)

Dari Amr bin Syu'aib, dari ayahnya, dari kakeknya, ia mengatakan, "Nabi SAW melarang jual beli dengan cara memberikan uang panjar sebelum barang diambil." (HR. Abu Daud dan Malik didalam al-Muwaththa).<sup>154</sup>

Selain itu, *'urbun* (العربون) hukumnya haram karena termasuk memakan harta orang lain secara batil, mengandung unsur *gharar* (penipuan) dan terdapat dua syarat yang rusak, yaitu syarat memberi uang muka kepada *mu'ajir* dan syarat mengembalikan jual beli (jasa periklanan) jika tidak suka.<sup>155</sup> Dalam hal ini konsumen jasa periklanan pada Pustaka Al-Umm tidak ada kejelasan hak *khiyar*, karena pihak

<sup>153</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Fiqih Islam wa Adillatuhu*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 118-120.

<sup>154</sup> Syaikh Faishal bin Abdul Aziz Alu Mubarak, *Ringkasan Nailul Authar*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006), h. 18.

<sup>155</sup> Abdullah bin Muhammad Ath-Thayyar, Abdullah bin Muhammad Al-Muntlaq, dan Muhammad bin Ibrahim al-Musa, *Ensiklopedi Fiqih Muamalah Dalam Pandangan 4 Madzhab*, (Yogyakarta: Maktabah al-Hanif, 2009), h. 42-43.

Pustaka Al-Umm mengembalikan tanpa menyebutkan waktu tertentu sehingga syarat ini tidak sah.

Kemudian dalam perkara upah-mengupah ini, tidak diperbolehkan melakukan uang kunci atau hilang sebab perbuatan seperti ini akan menganiaya penyewa jasa periklanan dan hukumnyapun haram karena uang ini tidak ada imbangannya.

Adapun ulama yang membolehkan jual beli atau sewa dengan sistem *'urbun* (العربون) diantaranya adalah pendapat madzhab Hambaliyyah dan diriwayatkan kebolehan dengan sistem seperti ini dari Umar, Sa'id bin al-Musyyab dan Muhammad bin Sirrin. Yaitu berpendapat bahwa, jual beli *'urbun* boleh apabila pembeli atau penyewa tidak menyukai barang atau jasa tersebut dan mengembalikannya serta membayar sejumlah uang kepada pemilik barang atau jasa. Ahmad menanggapi pendapat Sa'id ini dengan mengatakan, "*ini sama dengan 'urbun.*"<sup>156</sup>

Sedangkan al-Khothobi menyatakan, "Telah diriwayatkan dari Umar bahwa beliau memperbolehkan jual beli ini dan juga diriwayatkan dari Umar. Ahmad cenderung mengambil pendapat yang membolehkannya dan menyatakan "Aku tidak akan mampu menyatakan sesuatu sedangkan ini adalah pendapat Umar, yaitu tentang kebolehannya. Ahmad pun melemahkan (mendhoifkan) hadis larangan jual beli ini. Adapun dasar argumentasinya adalah sebagai berikut:

---

<sup>156</sup> Ibnu Qudamah, *Al-Mughni*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2008) h. 772-774

عن نافع بن الحارث, أَنَّهُ اشْتَرَى لِعُمَرَ دَارَ السِّجْنِ مِنْ صَفْوَانَ بْنِ أُمَيَّةَ, فَإِنْ

رَضِيَ عَمْرٍ, وَإِلَّا فَلَهُ كَذًا وَكَذًا

*Diriwayatkan dari Nafi bin al-Harits ia pernah membelikan sebuah bangunan penjara untuk Umar dari Shafwan bin Umayyah, (dengan ketentuan) apabila Umar suka. Bila tidak, maka Shafwan berhak mendapatkan uang sekian dan sekian. (Atsar: Ibnu Abi Syaibah dan Al Bukhori secara mu'allaq)<sup>157</sup>*

Adapun menurut Wahbah Al-Zuhaili, jual beli dengan *'urbun* itu sah dan halal dilakukan berdasarkan *'urf* (tradisi yang berkembang). Selain itu hadits-hadits yang diriwayatkan dalam kasus jual beli ini, baik yang setuju maupun tidak setuju tidak ada satupun hadits yang shahih.<sup>158</sup>

Dari perbedaan pendapat ulama diatas, baik yang membolehkan jual beli atau sewa dengan menggunakan uang muka ataupun yang tidak membolehkan maka dapat disimpulkan bahwa uang muka atau *'urbun* hukumnya haram apabila tidak adanya kejelasan, namun bila pelaksanaan aka dada kejelasan mengenai uang muka, maka penggunaan uang muka boleh hukumnya berdasarkan tradisi yang berlaku.

Namun berdasarkan kejadian yang berlaku dimasyarakat masa sekarang, khususnya dalam praktik jasa periklanan “pustaka al-umm” penerapan uang muka diperbolehkan selama tidak ada pihak yang dirugikan. Sedangkan mengenai uang muka termasuk memakan harta orang lain secara batil, mengandung unsur *gharar* (penipuan) dan terdapat dua syarat yang rusak, yaitu syarat memberi uang muka kepada

<sup>157</sup> *Ibid*, h. 392.

<sup>158</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 118.

pihak pustaka al-umm, dan syarat mengembalikan apabila tidak suka, hal ini dapat dihindari antara pihak pustaka al-umm sebagai penyedia jasa periklanan dan konsumen jasa periklanan dengan adanya rasa saling percaya, sukarela, menepati janji, dan saling menguntungkan berdasarkan asas-asas atau dasar dalam berakad.

