



BAB V

PENUTUP

A. 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:

1. 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.

2. 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. Adapun secara konsep dalam tinjauan KHES, yaitu yang digunakan asas 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 maka dalam hal ini, termasuk sudah sesuai sebagaimana menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES).

(a) Adapun akad yang digunakan dalam Praktik Jasa Periklanan “Pustaka Al-Umm” ini termasuk menggunakan akad *ijarah*, karena yang dijadikan objek utamanya adalah berupa manfaat, yaitu manfaat tenaga kerja orang lain untuk memasang atau *mengkomersialkan* iklan. Adapun dari segi jenisnya, maka termasuk jenis *akad ijarah ad-Dzimah* karena yang menjadi objek akadnya adalah berupa (*al-fi'il*) pekerjaan, tenaga atau jasa orang lain, yang kemudian disebut upah-mengupah.

(b) 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.

- (c) 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.
- (d) Adapun mengenai harta pembayaran, juga sudah sah sebagaimana ketentuan dalam KHES, yaitu ganti atau upah (uang) yang bisa diserahkan, dan atau ganti pekerjaan yang sama-sama saling disepakati.
- (e) 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.

B. Saran

Sebagaimana kesimpulan yang penulis paparkan diatas, kiranya pula perlu menyampaikan saran-saran sebagaimana berikut:

1. Bagi Pustaka Al-Umm

- (a) Jasa Periklanan di “Pustaka Al-Umm” merupakan jasa yang memberikan banyak kemaslahatan bagi masyarakat khususnya para pengusaha muslim yang ingin mengembangkan, memajukan, dan mempopulerkan usahanya baik dari produk barang atau jasanya dan menjadikan perusahaannya semakin terkenal, serta memajukan hubungan dalam hal perekonomian untuk semakin berkembang. Oleh karena itu, Jasa Periklanan perlu untuk dikembangkan oleh

YBM selaku pemilik yayasan, dan dibuat aturan yang tetap serta dinaungi oleh pemerintah agar tidak terjadi penyelewengan.

- (b) 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.

2. Bagi Akademisi

- (a) Perlu dilakukan penelitian sejenis yang lebih mendalam agar memperoleh tambahan wawasan, pengetahuan, dan keterampilan yang relevan demi meningkatkan kompetensi, kecerdasan intelektual, dan emosional, khususnya dibidang pemasaran yang menggunakan media cetak sebagai sarana periklanan.
- (b) Perlu adanya ilmu terapan dari segala bentuk pengetahuan teoritis yang telah diperoleh dengan melakukan praktik diberbagai kasus khususnya dalam dunia pekerjaan.

3. Bagi Fakultas Syariah Jurusan Hukum Bisnis Syariah

- (a) Untuk mewujudkan pendidikan yang maju dan berkualitas khususnya dalam dalam bidang muamalah, maka untuk meningkatkannya agar karya ini dijadikan salah satu bahan pertimbangan untuk memperoleh atau mendapatkan teori yang baru dan sebagai solusi atau pemecah suatu masalah khususnya dalam masalah jasa periklanan.

(b) Untuk memperluas jaringan, meningkatkan, serta memajukan suatu usaha khususnya dalam upaya menyebarkan suatu informasi penting melalui media cetak berupa majalah maka Pustaka Al-Umm bisa dijadikan sebagai salah satu unit usaha yang mampu untuk diajak bekerjasama.

