

**TINJAUAN AKAD IJARAH TERHADAP SISTEM BISNIS SHORT
MESSAGE SERVICE BROADCAST**

SKRIPSI

Oleh:

Husnul Khotimah

NIM 12220141



**JURUSAN HUKUM BISNIS SYARI'AH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2016

**TINJAUAN AKAD IJARAH TERHADAP SISTEM BISNIS SHORT
MESSAGE SERVICE BROADCAST**

SKRIPSI

Oleh:

Husnul Khotimah

NIM 12220141



JURUSAN HUKUM BISNIS SYARI'AH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2016

SURAT PERNYATAAN SKRIPSI

Demi Allah SWT.,

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

TINJAUAN AKAD IJARAH TERHADAP SISTEM BISNIS SHORT MESSAGE SERVICE BROADCAST

Benar-benar karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memindah data milik orang lain, kecuali yang disebutkan referensinya 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 diperoleh, batal demi hukum.

Malang, 01 Juni 2016

Penulis,



Husnul Khotimah

NIM 12220141

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Husnul Khotimah NIM: 12220141 Jurusan Hukum Bisnis Syari'ah Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

TINJAUAN AKAD IJARAH TERHADAP SISTEM BISNIS SHORT MESSAGE SERVICE BROADCAST

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

Mengetahui,
a.n Dekan
Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syari'ah



Dr. H. Muhammad Nur Yasin, S.H., M.Ag
NIP 19691024 199503 1 003

Malang, 10 Juni 2016

Dosen Pembimbing,

H. Ali Hamdan, M.A Ph.D
NIP 197601012011011004

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudari Husnul Khotimah NIM 12220141 mahasiswa Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

TINJAUAN AKAD IJARAH TERHADAP SISTEM BISNIS SHORT MESSAGE SERVICE BROADCAST

Telah dinyatakan lulus dengan nilai

Dengan Penguji:

1. Dr. Fakhruddin, M.Hi
NIP. 197408192000031002

()
Ketua

2. H. Ali Hamdan, M.A, Ph.D
NIP. 197601012011011004

()
Sekretaris

3. Dr. H. Abbas Arfan, Lc., M.H.
NIP. 19721212 200604 1 004

()
Penguji Utama

Malang, 01 Juli 2016

Dekan,



Dr. H. Roibin, M.HI

NIP 19681218 199903 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pertama dan yang paling utama tidak lupa penulis mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kepada kita nikmat berupa kesehatan yang tiada tara tandingannya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Tinjauan Akad Ijarah Terhadap Sistem Bisnis *Short Message Service Broadcast* ” dengan baik. Shalawat dan salam tetap tercurahkan kepada revolusioner kita, suri tauladan kita yang patut ditiru yakni Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita nanti-nantikan *syafa'atnya* nanti di *yaumul qiyamah*. Beliau yang telah membimbing kita dari zaman yang penuh dengan kedhaliman menuju zaman yang penuh cinta dan penuh terang benderang yakni Islam.

Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan sebagai wujud dari partisipasi penulis dalam mengembangkannya, serta mengaktualisasikan ilmu yang telah diperoleh selama menimba ilmu dibangku perkuliahan, sehingga dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, dan juga masyarakat pada umumnya.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih, khususnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Roibin, M.HI, selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H., M.Ag, selaku Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ali Hamdan, M.A Ph.D selaku dosen pembimbing penulis yang tiada lelah memberikan masukan, kritik, saran, dan arahan dalam penulisan skripsi ini.

5. Iffaty Nasyi'ah, M.HI, selaku dosen wali penulis selama memenuhi kuliah di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terima kasih penulis haturkan kepada beliau yang telah memberikan bimbingan, serta motivasi selama menempuh perkuliahan.
 6. Segenap Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah menyampaikan pengajaran, mendidik, membimbing, serta mengamalkan ilmunya dengan ikhlas. Semoga Allah SWT memberikan pahala-Nya kepada beliau semua.
 7. Staf serta Karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, penulis ucapkan terima kasih atas partisipasinya dalam menyelesaikan skripsi ini.
 8. Orang tua penulis, kasmulan dan Sri atun nisa', yang tak habis-habisnya selalu memberikan motivasi dan doanya kepada penulis agar dapat menyelesaikan masa pendidikan sampai tingkat perguruan tinggi. Semoga gelar sarjana penulis ini dapat membanggakan beliau-beliau.
 9. Adik-adik tercinta, Silvi, amir, Izzul, Nova, Dila, Setia, Ulin, Harist, Izzul, Habibi, dan Istiqomah yang selalu menjadi penghibur dan pemberi semangat bagi penulis. Semoga mereka dapat menuntut ilmu setinggi-tingginya dan membanggakan kelak, dan jangan pernah patah semangat ok
 10. Sahabatku tersayang, komunitas TPQ Wardatu Ishlah dan kepada Kosan Tercinta yang selalu mengingatkan saya untuk selalu mengerjakan skripsi, trimakasih Indah Izzah m, Lia Faiqotul M, Ulfatun Mahmudah Mudzalifah dan Mitha Yakub.
 11. Teman seperjuangan Jurusan Hukum Bisnis Syariah, yang selalu saling membantu selama perkuliahan dan berjuang bersama dalam menggapai cita-cita menjadi sarjana Hukum Islam.
 12. Lelaki hebat, Fajar Setiawan S.pd, yang tak lelahnya mengingatkan penulis untuk selalu semangat dalam menjalani perkuliahan.
- Penulis mengucapkan kepada beribu terima kasih yang tak terhingga atas kasih sayang, pendidikan, biaya serta do'a selama ini. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan, perlindungan serta kebahagiaan dunia dan akhirat kepada semuanya, Amin.

Semoga apa yang telah penulis peroleh selama kuliah di Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang ini. Disini

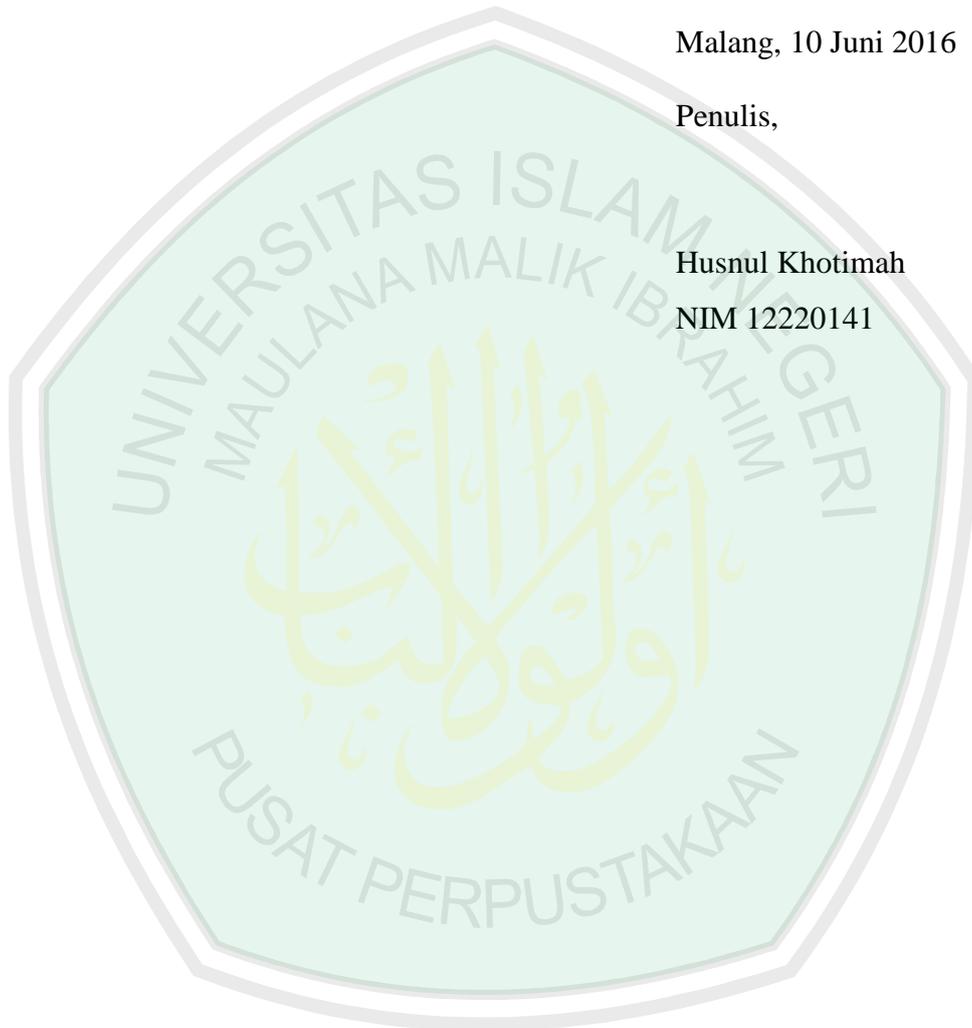
penulis sebagai manusia biasa yang tidak pernah luput dari salah dan dosa, menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis sangat mengharap kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan Skripsi ini.

Malang, 10 Juni 2016

Penulis,

Husnul Khotimah

NIM 12220141



PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

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

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 Guide Arabic Tranliteration*), INIS Fellow 1992.

B. Konsonan

ا	=	tidak dilambangkan	ض	=	dl
ب	=	b	ط	=	th
ت	=	t	ظ	=	dh
ث	=	tsa	ع	=	‘(koma 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 pengganti 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 (a) panjang	=	â misalnya قال menjadi qâla
Vokal (i) panjang	=	î misalnya قيل menjadi qîla
Vokal (u) panjang	=	û misalnya دون menjadi dûna

Khususnya untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan "i", 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 (aw)	=	و misalnya قول menjadi qawlun
Diftong (ay)	=	ي misalnya خير menjadi khayrun

D. Ta' marbûthah (ة)

Ta' marbûthah (ة) ditransliterasikan dengan "t" jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila ta' marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "h" misalnya الرسالة للمدرسة menjadi *al-ri-salat li al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "t" yang disambungkan dengan kalimat berikut, misalnya الله في رحمة menjadi *fi rahmatillâh*.

E. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalâlah

lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: نصر من الله وفتح قريب - nasrun minallâhi wa fathun
qarîb

الله الامر جميعًا - lillâhi al-amru jamî'an

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



HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
PRAKATA.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix

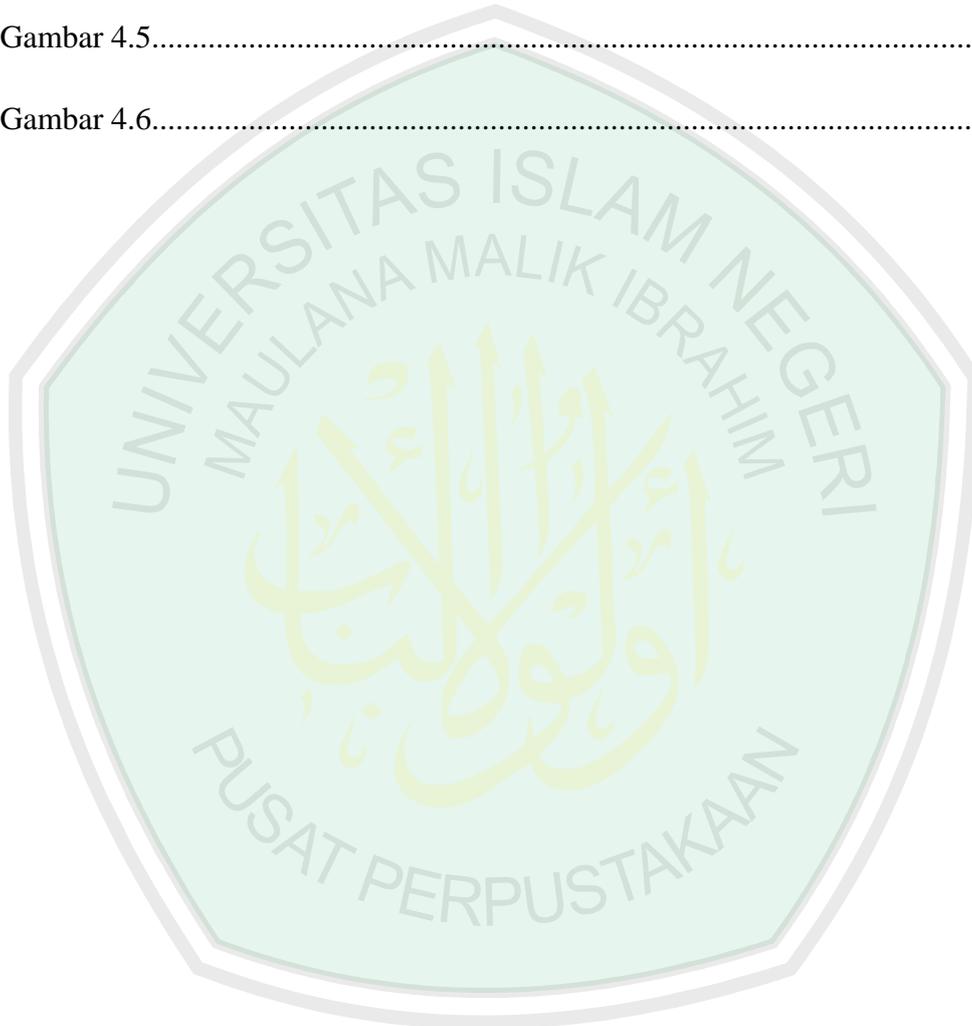
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xvi
HALAMAN MOTTO.....	xvii
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xix
ملخص البحث.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat penelitian.....	5
F. Definisi Operasional.....	6
G. Metode Penelitian.....	7
H. Penelitian terdahulu.....	13
I. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
A. Gambaran Umum <i>SMS Broadcast</i>	21
B. Fungsi dan <i>SMS Broadcast</i>	23
C. Mekanisme Registrasi <i>SMS Broadcast</i>	24
D. Akad.....	26
1. Pengertian, dasar dan asa Akad.....	26
2. Rukun dan syarat Akad.....	36
3. Berakhirnya Akad.....	39
E. Konsep Ijarah menurut mazhab Hanafi.....	41
1. Pengertian dan landasan Ijarah.....	44

2. Rukun dan syarat Ijarah.....	46
3. Berakhirnya Ijarah.....	46
BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Hasil penelitian	
1. Praktek penggunaan akad yang terjadi dalam Program sistem Bisnis SMS <i>Broadcast</i>	47
2. Analisis penggunaan Akad <i>Ijarah</i> dalam Hukum Islam terhadap cara kerja sistem bisnis di SMS <i>Broadcast</i>	56
BAB IV : PENUTUP.....	66
A. KESIMPULAN.....	66
B. SARAN.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.....	48
Gambar 4.2.....	49
Gambar 4.3.....	52
Gambar 4.4.....	53
Gambar 4.5.....	54
Gambar 4.6.....	55



PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada dzat yang maha Pemberi petunjuk Allah SWT, atas kekuatan-Nya skripsi ini terselesaikan dengan baik dan tepat waktu dan semoga senantiasa barokah dunia akhirat.

Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada manusia terbaik sepanjang zaman, insan mulia pilihan Tuhan, penebar cahaya rahasia Allah, pribadi paling adil dan bijaksana dalam mengakkan tatanan kehidupan, Suri teladan bagi para insan pelaku bisnis yang beriman.

Nabi Muhammad SAW

Karya ini ku persembahkan kepada kedua orang tua yang kasih sayangnya menjadi kekuatan ku, doanya menjadi senjata ku, dan harapan sederhananya menjadi keberuntungan ku.

Karya ini juga kupersembahkan kepada para insan yang telah berperan dalam menghidupkan, membangunkan serta memakmurkan jiwa dan ragaku, kalianlah orangnya wahai para guruku, dosen-dosenku, dan para kyai-kyai ku cinta dan ketulusan kalian menjadi modal bagiku untuk siap melangkah pada setiap jenjang kehidupan yang seharusnya dilalui oleh manusia yang bergelar sebagai kholifah dan hamba Allah.

Kakak dan kedua adik, Eliza, Mela Marlince dan Yopan, keponakan tercinta paras putri, yang senantiasa memberikan motivasi dalam perjuangan mengukir butir-butir kesuksesan.

Semua sahabat-sahabat terbaik yang pernah berinteraksi terimah kasih atas segala pengalaman yang sangat berharga, semoga jalinan silaturahmi senantiasa terpelihara diantara kita.

Untuk sebuah nama yang masih dirahasiakan di lauh mahfuzh sana, semoga karya ini menjadi berkah bagi kita, siapapun kamu dan dimanapun kau berada, serta kapan dan dimanapun kita dipertemukan, hanya ada satu keyakinan yang bersemayam di jiwa ku, kau adalah hadiah terbaik dari Dzat yang Maha Cinta.

HALAMAN MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"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."

ABSTRAK

Husnul Khotimah. 12220141, 2016. **Tinjauan Akad Ijarah Terhadap Sistem Bisnis SMS Broadcast**. Skripsi. Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: H. Ali Hamdan M.A PD.h

Kata Kunci : SMS Broadcast, Akad, Ijarah, Sistem, Bisnis, Fikih Muamalah mazhab Hanafi.

Manusia adalah makhluk sosial dimana ia tidak dapat hidup tanpa bantuan dari manusia lain, ia harus mau bekerja sama dengan orang lain untuk dapat tetap hidup. Untuk selalu berkembang dalam bidang ekonomi, dengan memanfaatkan teknologi saat ini adalah kemudahan manusia dalam melakukan kegiatan transaksi serta kreatifitas dengan berbagai ide-ide yang membuat penggunanya mudah dan cepet, Salah satu teknologi bisnis yang bentuk jasa tengah marak di kalangan masyarakat digital, sifatnya adalah memberikan pelayanan jasa kepada pihak yang menggunakan disebut *SMS Broadcast*.

Adapun rumusan masalah dalam skripsi ini adalah (1) bagaimana praktik penyedia Short Message Service *Broadcast* dengan pengguna jasa Short Message Service *Broadcast*, dan (2) Bagaimana tinjauan akad ijarah terhadap sistem bisnis *SMS Broadcast*. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui praktik antara penyedia short message service *broadcast* dengan pengguna jasa short message service *broadcast*, serta (2) untuk mengetahui tinjauan akad ijarah terhadap bisnis short message service *broadcast*.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian yuridis normatif atau penelitian kepustakaan Sebagai bahan hukum primer . Sedangkan bahan hukum sekunder menggunakan buku-buku, Al-Qur'an, hadits, jurnal dan kitab *Al-Fiqhi Ala Al-Madzahib*, serta kitab *fiqih Islam wa adilatuhu* Adapun bahan hukum tersier yang digunakan adalah kamus, yaitu Kamus Ensklopedia.

Hasil dari penelitian ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang diangkat, *pertama*, adalah tahapan yang harus dilakukan oleh pengguna jasa pada praktik bisnis *SMS Broadcast* (a) Mengunjungi webnya (b) Mengikuti petunjuk pada iklan *SMS Broadcast* (c) Mengisi formulir pendaftaran sesuai dengan tarif yang dipilih (d) mengisi form identitas dalam bentuk online (e) Penyeleksian data yang dilakukan oleh pihak penyedia jasa (f) Pengiriman informasi dari penyedia jasa kepada calon pengguna jasa yang berisi mengenai jumlah nominal biaya yang harus ditransfer, nomor rekening yang dituju, jika pihak pengguna jasa melakukan transfer maka terjadilah sebuah perjanjian yang telah disepakati yang melahirkan hak dan kewajiban. *Kedua*, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa praktik yang terjadi pada *SMS Broadcast* dapat dikategorikan sebagai jenis akad Ijarah jikaditinjau dari definisi, syarat dan rukun ijarah menurut mazhab hanafi.

ABSTRACT

Husnul Khotimah, 12220141, 2016, Ijarah Contract View of Business Systems of Short Message Service Broadcast. Thesis, Department of Shariah Business Law. Faculty of Sharia. The State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang. Supervisor: H. Ali Hamdan, M.A Ph.D.

Keywords: SMS *Broadcast*, Contract, Undan Book, Ijarah, Systems, Business, Muammalah Hanafi Fiqh.
short message

Humans are social beings which could not live without the help of another, it must be willing to cooperate with others in order to stay alive. To always develop in the economic field, by leveraging today's technology is human convenience in conducting transactions and creativity with a variety of ideas that allow users easy and fast, One business technology that forms the service is rampant in the digital society, it is giving services to those who use so-called SMS *Broadcast*

The formulation of the problem in this thesis were (1) How can practice with the SMS provider Broadcast SMS *Broadcast* service users, and (2) Overview of Ijarah to SMS *Broadcast* business systems. The purpose of this study was (1) to find out how the contract between SMS Broadcast with the provider of SMS Broadcast service users, and (2) to determine how a review of Ijarah to Broadcast SMS business practices.

In this study, researcher used a method normative juridical research or the research literature as the primary legal materials. While the secondary legal materials using books, the Qur'an, hadith, journal and book of *Al-Fiqhi Ala Al-Madzahib*, as well as the books of Islamic jurisprudence wa adilatuhu The tertiary legal materials used dictionaries, namely encyclopedia Dictionary.

The results of this research was the answer to the statement of problems raised, first, the steps that must be performed by a service user in business practices of SMS *Broadcast* (a) Visit the web (b) Following the instructions on the advertisement of SMS Broadcast (c) Fill out the registration form in accordance with the Preferred (d) fill in the form of identity in the form of online (e) Selection of the data was performed by the service provider (f) the transmission of information from service providers to prospective service users which contained the nominal amount of costs to be transferred, the destination of account number, if the service user done to transfer it caused an agreed arrangement that created rights and obligations. Second, the results of this study also showed that the practice occurred in SMS Broadcast can be categorized as a type of Ijarah contract if the terms of definitions, terms of Ijarah according to Madzhab Hanafi

مستخلص البحث

حسن الخاتمة 12220141، نظرة عقاد الإجارة على أنظمة الأعمال البث رسالة القصيرة بحث جامعي .قسم
الاقتصادية الشريعة ، كلية الشريعة، جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج، المشرف:
علي حمدان، الحج الماجستير

كلمات الرئيسية: العقود، الإجارة، ونظم، والأعمال ، معاملة الفقه حنفي .

البشر هم كائنات اجتماعية فيها انه لا يستطيع العيش دون مساعدة من رجل آخر، لا بد له أن يكون على استعداد للتعاون مع الآخرين من أجل البقاء على قيد الحياة .لتطوير دائما في المجال الاقتصادي، من خلال الاستفادة من التكنولوجيا اليوم هو الراحة الإنسان في إجراء المعاملات والإبداع مع مجموعة متنوعة من الأفكار التي تسمح للمستخدمين بسهولة وسرعة، وكانت تكنولوجيا عمل واحد أن يشكل خدمة المتفشية في المجتمع الرقمي، والطبيعة هي إعطاء الخدمات لأولئك الذين يستخدمون ما يسمى بث الرسائل القصيرة.

صياغة المشكلة في هذه النظرية هي (1) كيف يمكن ممارسة مقدمي خدمة الرسائل القصيرة البث مع مستخدمي خدمة الرسائل القصيرة خدمة البث، و (2) كيفية مراجعة عقد الإجارة إلى بث أنظمة العمل الرسالة القصيرة. والغرض من هذه الدراسة هو (1) لتحديد الممارسات بين مزود خدمة البث رسالة قصيرة مع مستخدمي خدمة بث رسائل القصيرة، و (2) لتحديد مراجعة العقود الإجارة من رسالة قصيرة بث خدمة رجال الأعمال.

في هذه الدراسة، استخدم الباحثون أسلوب معياري الأبحاث القانونية أو أدبيات البحوث والمواد القانونية الأساسية. في حين أن المواد القانونية الثانوية باستخدام الكتب، القرآن، الحديث، مجلة وكتاب آل الفقهي علماء المذاهب وكذلك كتب الفقه الإسلامي عدلته المواد القانونية العالي المستخدمة هي القواميس، أي الموسوعة قاموس.

نتائج هذا البحث الإجابة على صياغة المشكلة التي أثبتت، لأول مرة، هي الخطوات التي يجب أن يقوم بها مستخدم خدمة في الممارسات التجارية بث الرسائل النصية (أ) زيارة على شبكة الدولية (ب) اتباع الإرشادات الموجودة على الإعلان بث الرسائل القصيرة (ج) املاء استمارة التسجيل وفقا للتعرفه فضل (د) تعبئة النموذج الهوية في شكل شبكة الدولية (هـ) اختيار البيانات التي يقوم بها مزود الخدمة (و) نقل المعلومات من مقدمي الخدمات لمستخدمي الخدمة المحتملين التي تحتوي على مبلغ رمزي من تكاليف نقلها، رقم الحساب المقصد، إذا المستفيد من الخدمة لنقل تسبب في الترتيب المتفق عليه أن خلق حقوق والتزامات. ثانيا، أظهرت نتائج هذه الدراسة أيضا أن هذه الممارسات حدثت في بث الرسائل النصية يمكن تصنيفها على أنها نوع من الإجارة إذا كان من حيث التعاريف والمصطلحات والإجارة منسجمة وفقا لمذهب



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fikih menduduki tempat yang penting dalam untuk berbagai aspek kehidupan manusia, tidak seperti kebanyakan hukum lainnya. Dalam kaitannya dengan kegiatan ekonomi, fikih merupakan salah satu aspek muamalah dari sistem Islam, yang berorientasi untuk melakukan interaksi sesama manusia dalam melakukan sebuah transaksi, maka hal ini akan menjadi pendukung dalam meningkatkan kebutuhan yang lebih layak bagi manusia.

Manusia sebagai makhluk sosial sehingga tidak dapat lepas untuk berhubungan dengan orang lain, dalam rangka menjalankan hidupnya selalu bergantung kepada orang lain baik menerima maupun memberikan, perannya kepada orang lain dengan cara saling membutuhkan dan menolong sesamanya. Sebagaimana firman Allah yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat (2) yang berbunyi:

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya : “ dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebijakan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam perbuatan dosa dan pelanggaran, dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksaan¹

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa dalam bermu'amalah sesama manusia dianjurkan saling tolong-menolong dalam perbuatan baik dan itulah yang disebut dengan *al-birr* dan meninggalkan kemungkarannya yang merupakan ketakwaan dan melarang untuksaling mendukung kebatilan dan bekerjasama dalam perbuatan dosa dan perkara haram.

Dinamika perkembangan zaman akan membuat seseorang berusaha untuk mengembangkan kehidupan perekonomiannya. Salah satu bentuk dari perdagangan kehidupan masyarakat ekonomi adalah bisnis yakni merupakan segala aktivitas yang dilakukan manusia guna menghasilkan keuntungan, baik berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat sehari-

¹QS. Al-Maidah (5) 2

hari.² Dunia bisnis tidak selalu tentang jual beli, ada sisi lain yang bisa dijadikan peluang bisnis bagi manusia kreatif yang peka terhadap kebutuhan zaman, salah satu peluang bisnis tersebut adalah *Advertaising* (jasa periklanan)

Menurut Philip Konthler iklan atau *advertising* yang berasal dari bahasa latin *Advertere* berarti “mengalihkan pikiran”. Philip Konther seorang pakar pemasaran mengartikan bahwa, periklanan adalah semua bentuk penyajian non personal, promosi ide-ide, promosi produk barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu yang memerlukan pembiayaan.³ Sedangkan menurut Frank Jefkins, iklan adalah pesan yang diarahkan untuk membujuk orang untuk membeli.⁴ Akan tetapi, secara umum periklanan diartikan suatu bentuk komunikasi yang ditujukan kepada orang lain agar melihat, membaca, atau mendengarnya yaitu dengan tujuan melakukan sesuatu.

SMS Broadcast adalah Salah satu bentuk jasa pengiklanan yang tengah marak di kalangan masyarakat digital, sifatnya adalah memberikan pelayanan jasa kepada pihak yang menggunakan, *SMS Broadcast* juga merupakan jasa pengiriman SMS dalam jumlah banyak yang bermanfaat untuk digunakan sebagai SMS promo, SMS marketing, SMS branding, SMS pengingat, SMS info untuk perusahaan atau instansi. *SMS Broadcast* ini sangat potensial dari sisi efektifitas pemasaran. Karena pada zaman sekarang ini manusia hampir tidak bisa lepas dari

²Kadir A. *Hukum Biisnis Syariah Dalam Al-Qur'an* (Jakarta : Amzah, 2010).h. 19

³Philip Konthler, *Dasar Dasar Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Prenhalindo, 19970), h. 236

FrankJefkins, *Definisi Periklanan Menurut ParaAhli*,<http://anumaruni.wordpress.com/2010/05/09/>

gengaman hp, sehingga segala informasi yang dikirim lewat hp akan cepat terespon oleh pengguna handphon yang dikirim SMS tersebut.

Untuk itu sebagai mahasiswa hukum bisnis syariah, saya perlu meninjau praktek bisnis *SMS Broadcast* yang lagi ngetren tersebut dari sisi akad ijarah, sebagai bentuk sumbangsih keilmuan dalam khazanah hukum islam.

penulis memilih konsep Ijarah sebagai perspektif pada penelitian tentang *Short Message Service Broadcast* ini, karena dilatar dibelakangi oleh beberapa hal, antara lain :

1. *SMS Broadcast* ini sesuatu yang baru, dalam artian tidak ditemukan pada teks-teks fikih
2. *SMS Broadcast* ini sering dianggap sebagai praktik jual beli, sedangkan dalam jual beli disyaratkan adanya barang yang diperjual belikan
3. Pada sistem bisnis *SMS Broadcast* ini yang ditawarkan adalah jasa bukan barang

Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **TINJAUAN AKADIJARAH TERHADAP SISTEM BISNIS SHORT MESSAGE SERVICE BROADCAST**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah Praktek antara Penyedia *Short Message Service Broadcast* dengan Pengguna Jasa SMS *Broadcast*?
2. Bagaimanakan Tinjauan Akad Ijarah TerhadapPraktek Bisnis*Short Message Service Broadcast*?

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan didalam penelitian ini tidak terlalu meluas, maka dalam penelitian ini dibatasi hanya membahas mengenai penggunaan akad antara penyedia jasa SMS *Broadcast* kemudian praktek tersebut hanya di tinjau dari konsep ijarah perspektif mazhab hanafi

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Praktek antara Penyedia *Short Message Service Broadcast* dengan Pengguna Jasa SMS *Broadcast*
2. Untuk Mengetahui Tinjauan Akad IjarahTerhadapbisnis*Short Message Service Broadcast*

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang terkait dalam aktifitas ekonomi syari'ah, baik yang melembaga maupun tidak. Secara rinci kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian dan sebagai bahan tambahan. Khususnya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan sistem bisnis (*Advertising*), terutama pada penggunaan perjanjian bagi pihak dalam peraturan-peraturan menurut syara'. Selain itu juga sebagai bahan banding dan referensi yang bermanfaat apabila diperlukan bagi peneliti-peneliti lain yang berminat dalam rangka mengadakan penelitian lebih lanjut. Serta penggunaan Penelitian ini juga diharapkan memberikan khazanah ilmu kepada penulis maupun mahasiswa fakultas Syari'ah, dan memberi wacana dan subangsih bagi dunia ilmu pengetahuan seputar cara kerja transaksi yang menggunakan model pengiklanan (*Advertising*).

2. Manfaat Praktis

Penulis mengharapkan dengan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkecimpung dalam bisnis tersebut maupun yang hanya ingin mengetahui bagaimana kejelasan yang terjadi pada praktik bisnis *Short Message Service Broadcast* tersebut dari sisi konsep Ijarah.

F. Definisi Konseptual

1. Konsep Akad Ijarah Menurut Mazhab Hanafi

Penelitian skripsi ini di fokuskan pada konsep Ijarah menurut mazhab hanafi, dimana mazhab hanafi mendefinisikan "Ijarah adalah sesuatu perjanjian yang memberikan faedah memiliki manfaat yang

diketahui dan disengaja dari benda yang disewakan dengan imbalan pengganti. Sesuatu perjanjian maksudnya adalah ijab dan kabul, (tidak wajib diucapkan).⁵

2. Sistem

Sistem Dalam kamus besar Bahasa Indonesia adalah *system* (dalam bahasa Inggris) atau *system* (dalam bahasa Yunani) dapat diartikan sebagai keseluruhan yang terdiri dari macam-macam bagian. Secara istilah, sistem adalah kesatuan bagian-bagian yang saling berinteraksi, bagian-bagian tersebut memiliki fungsi masing-masing dan merupakan suatu kesatuan yang utuh serta adanya sesuatu yang membatasi lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

3. Bisnis

Bisnis adalah aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi. Kata “*bisnis*” Diambil dari bahasa Inggris “*bussines*” yang berarti kegiatan usaha.⁶

G. Metode Penelitian

Dalam sebuah penelitian, metode penelitian merupakan sistem kerja yang harus dilaksanakan, karena metode penelitian merupakan hal yang sangat penting untuk menentukan langkah-langkah kerja guna tercapainya tujuan penelitian. Selain itu metode penelitian merupakan suatu penyelidikan dengan menggunakan

⁵Abdul rahman Al-Zaziri kitab *Al-Fiqhi Ala Al-Madzahib Al-Arba'a*, terj. Moh. Zuhri Dkk. *Fiqih Empat Madzhab*, (jilid 4: Semarang: Cp adhi Grafika, 1994), h. 166

⁶Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum dalam Bisnis*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1996),h . 1

cara-cara yang telah ditentukan untuk mendapatkan suatu kebenaran yang nantinya dapat dipertanggungjawabkan oleh peneliti.⁷

Supaya diperoleh hasil optimal maka diperlukan suatu metode penelitian yang sesuai dengan tema pembahasan. Berkaitan dengan hal tersebut. Maka metode penelitian yang digunakan dalam karya ilmiah ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Topik masalah yang akan dikaji dalam penulisan ini adalah seputar objek hukum, yaitu untuk mengetahui Praktek antara Penyedia *Short Message Service Broadcast* dengan Pengguna *Jasa Short Message Service Broadcast* serta untuk mengetahui Tinjauan Akad Ijarah (menurut Madzhab Hanafi) Terhadap Praktek Bisnis *Short Message Service Broadcast*. Maka Jenis penelitian menggunakan normatif (*library research*) yaitu penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah-kaidah dan asas-asas dalam. Jenis penelitian ini diambil dari latar belakang bahwa penelitian ini adalah meneliti tinjauan akad ijarah dalam sistem bisnis SMS *Broadcast*.

Penelitian ini juga disebut penelitian pustaka,⁸ karena banyak menekankan pada pengumpulan data kepustakaan. Dengan metode kualitatif non eksperimen yang banyak digunakan dalam penelitian keagamaan dengan ilmu-ilmu sosial. Oleh karena itu dalam penulisan skripsi ini, pengkajiannya hanya pada buhan-

⁷Marzuki, Metodologi Riset, (yogyakarta: PT Prasetya Widia Pratama, 2004), h. 4

⁸Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Akara, 2005), h. 41

bahan yang relevan dan pokok bahasan.⁹ Adapun yang diteliti adalah bahan hukum atau bahan pustaka, yang dalam hal ini merupakan data dasar yang digolongkan sebagai data sekunder.¹⁰

Penelitian hukum normatif membahas doktrin-doktrin atau asas-asas dalam ilmu hukum.¹¹ Karena pada dasarnya penulisan ini bertujuan ingin mengetahui bagaimana hukum akad bisnis *Advertising* (Periklanan) dengan menggunakan sistem *Ijarah* Menurut Mazhab Hanafi.

2. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan konseptual (*conceptual approach*). menelaah konsep yang beranjak dari pandangan dan doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum dan agama.¹² *Statue Approach* digunakan untuk mengkaji perundangan-undangan dari regulasi yang berkaitan dengan tema sentral yang sedang diteliti. Selain itu penulis juga menggunakan yaitu *conceptual approach* pendekatan ini untuk menelaah konsep yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum yang terkait dengan *SMS Broadcast*. Dengan mempelajari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin di dalam ilmu hukum, penulis akan

⁹Muhammad Ali, *Penelitian Kependudukan Prosedur dan Strategi*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 13

¹⁰Soerjono Soekanto, Sri Muddji. *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006) h. 23-24

¹¹Zainuddin Ali. *Metode Penelitian Hukum* (Cet. III: Sinar Grafika), h. 31

¹²Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2004), h. 113

menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum, dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi.¹³

3. Sumber Bahan Hukum

Pada penelitian hukum normatif, bahan pustaka merupakan data dasar yang dalam (ilmu) penelitian digolongkan sebagai jenis data sekunder.¹⁴ Pada penelitian ini bahan hukum yang digunakan adalah konsep ijarah yang terdapat dalam kitab-kitab fiqh mumalah mazhab Hanafi diantaranya terjemah kitab *Al-Fiqh Ala Al-Madzahb Al-Arba'* dan kitab serta terjemah *fiqih Islam wa adilatuhu*

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Pada penelitian ini pengumpulan bahan hukum terdiri dari beberapa tahapan, pertama mengumpulkan referensi atau kajian pustaka dan data lapangan sebagai penunjang bagi praktik bisnis SMS *Broadcast* yang nantinya akan ditinjau dari konsep Ijarah diperoleh baik berupa kitab fikih atau buku-buku Muamalah mengenai mazhab hanafi, setelah dikumpulkan kemudian diklasifikasi berdasarkan hasil pustaka dan data lapangan mengenai praktik SMS *Broadcast* baik mekanisme proses pelayanan dan proses terpenuhinya hak dan kewajiban serta pengumpulan data mengenai tinjauan akad ijarah terhadap sistem bisnis SMS *Broadcast* yang mencakup tema, seperti definisi, syarat, rukun yang berkaitan dengan konsep Ijarah, yang nantinya akan dijadikan sebagai pisau

¹³Peter Mahmud Marzuk, *Metode Penulisan Hukum*, (jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2005), h. 95

¹⁴SoejanoSoekanto, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta : PT Raja GrafindoPersada, 2004), h. 24

analisis dalam meninjau Praktek SMS *Broadcast*. Kedua mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan SMS *Broadcast* baik dari website, maupun mencari data secara langsung kepada pihak penyedia jasa dalam bisnis SMS *Broadcast*, data tersebut nantinya akan digunakan sebagai objek analisis pada penelitian ini.

5. Metode Pengelolahan Analisis Bahan Hukum

Setelah semua bahan hukum terkumpul, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan analisis terhadap bahan hukum tersebut. Secara teoritik metode analisa bahan hukum ini adalah proses penyerderhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.

Untuk menganalisis bahan hukum, tergantung pada sifat bahan hukum yang dikumpulkan (tahap pengumpulan bahan hukum), jika sifat bahan hukum yang dikumpulkan hanya sedikit yang telah diperoleh. Bersifat *Monograisatau* berwujud kasus-kasus sehingga tidak dapat disusun kedalam suatu struktur klasifikasi, maka analisis yang dipakai adalah *kualitatif*.¹⁵ Pada pemikiran *yuridis* analisis bahan hukum dapat dilakukan dengan menggunakan analisis *deskriptif*.

¹⁶Tahap selanjutnya adalah pengolahan bahan hukum ini diantaranya¹⁷

- a) *Editing* adalah seleksi atau pemeriksaan ulang bahan hukum yang telah terkumpul, bahan hukum yang terkumpul diseleksi sesuai dengan ragam

¹⁵ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 167-168

¹⁶ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung PT. Citra Aditya Bakti, 2004), h. 124

¹⁷ Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, cet. Ketiga belas (Jakarta : Rineka Cipta, 2006), h. 209

pengumpulan data, untuk menjawab pertanyaan yang terkandung dalam fokus penelitian. Hal ini bertujuan untuk memeriksa ulang (*editing*) dilakukan berdasarkan ragam pengumpulan bahan hukum yang diperoleh.

b) *Clasifying* adalah mengklasifikasikan bahan hukum. Hasil kerja awal pada penelitian bahan hukum yang sudah terkumpul diklasifikasi berdasarkan fokus permasalahan yang diteliti. Klasifikasi yang dilakukan oleh peneliti pada peneliti ini yaitu, mengelompokkan atau mengklasifikasi hasil pengumpulan bahan hukum berdasarkan fokus penelitian.

c) *Analying* adalah analisa yang berhubungan dengan upaya analisis dilakukan dengan menghubungkan apa yang ditemukan pada bahan hukum yang diperoleh dengan fokus masalah yang diteliti

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, merupakan cara mendeskripsikan, menjelaskan, menguraikan dan menggambarkan sesuatu yang diteliti secara jelas dan ringkas.¹⁸ Dalam penelitian ini perjanjian publisher periklanan dengan SMS *Broadcast* akan dijelaskan dalam hukum Islam secara terperinci dengan merujuk pada pendapat para Tokoh Islam. Analisis deskriptif kualitatif hasil penelitian yang diuraikan dapat disusun secara sistematis, sehingga tampak jelas dan mudah dipahami.¹⁹

¹⁸Ernu Febru Aries S. <http://wordpress.com> weblog, diakses pada 23 Maret 2016

¹⁹Djam'an Satori, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.140

H. Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian ini dilakukan, terhadap beberapa penelitian terdahulu yang memiliki Berbagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan penelitian terdahulu yang telah penulis baca, yaitu penelitian pertama pernah dilakukan oleh.

1. Penelitian oleh Ahmad Siroj

Mahasiswa alumnus fakultas Syariah Unervisitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2012 dalam skripsi yang berjudul. “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Kerjasama Antara Publisier dan Google.*” Dalam penelitiannya ini peneliti menggunakan penelitian empiris dalam penelitian metode analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif.

Penelitian tersebut mempunyai persamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama meneliti dalam bidang bisnis internet yang diteliti Secara persektif hukum Islam. Namun penelitian tersebut lebih mengarah kepada akad perjanjian kerjasama, sedangkan pada penelitian yang penulis lakukan mengarah perjanjian menggunakan akad ijarah terhadap bisnis SMS *Broadcast*

2. Skripsi oleh Muhammad Husen Asyhari

Skripsi yang dibuat Oleh Muhammad Husen Asyhari Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2009 dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam terhadap Model Bisnis Google Adsende*”, dari penelitian terdahulu yang kedua dapat disimpulkan bahwa jenis penelitian yang dibuat adalah kepustakaan (*library*

Research), dan hasil dari penulisan ini menerangkan bahwa akad periklanan secara garis besar tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah yang berlaku pada model ekonomi islam.

Persamaan yang terdapat didalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang kedua ada pada objek penelitian, yaitu tentang akad dari suatu transaksi model *advertising*.

Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada obyek penelitiannya, dimana pada penelitian terdahulu yang kedua, objek kajiannya masih terlalu global, karna *system periklanan* masih banyak macamnya dan akad yang digunakan masih umum, sedangkan pada penelitian ini, sudah spesifik pada penggunaan akad yang digunakan dalam Sistem Bisnis *system periklanan*

3. Penelitian Oleh Husain Muhammad Arsyad

Skripsi yang dibuat oleh Muhammad Husen Arsyad Fakultas Syariah UIN sunan kalijaga Yogyakarta 2014 dengan judul “ *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Adsense Youtube* “ dari penelitian terdahulu yang ke tiga dapat penulis simpulkan bahwa penelitian yang dibuat adalah Kepustakaan (*Library Research*), dan hasil dari penelitian ini menerangkan bahwa akad yang terjadi antar pengguna jasa dan penyedia jasa berupa akad dalam bentuk kerjasama mengiklankan suatu produk dalam fiqih disebut (*Syirkah Abdan*). Dan tidak melanggar prinsip-prinsip Syariah jika publisher dapat mengantisipasi hal-hal yang sudah dijelaskan secara menyeluruh.

Persamaan yang terdapat didalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang ketiga, menunjukkan bahwa akad yang terjadi didalam penggunaan pengguna jasa dan penuedia jasa adalah sama - sama dalam Tinjauan Hukum Islam dan tidak Menentang Prinsip-prinsip Syariah.

Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu yang ketiga dengan penelitian ini adalah, penelitian yang terdahulu yang ke tiga dalam penggunaan akad perjanjian lebih menggunakan akad kerjasama (*Syirkah Abdan*) sedangkan penelitian ini menggunakan akad sewa – menyewa (*Ijarah*)

4. Penelitian oleh Nur ‘Azizati ‘Ajibah

Penelitian ke empat yang ditulis oleh saudari Nur ‘Azizati ‘Ajibah. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2010, dengan judul “ *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Melalui E-commerce (Tinjauan Hukum Islam)*” jenis penelitian ini merupakan penelitian pustaka (*library research*) dan bersifat deskriptif analisis dengan pendekatan normatif. Hasil dari penelitian skripsi ini adalah bahwa e-commerce merupakan transaksi yang rawan kejahatan dan belum ada aspek perlindungan konsumen dapat dijamin dan dibuktikan. Namun menurut Islam transaksi ini sah dan diperbolehkan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang ke empat adalah sama-sama menggunakan media internet sebagai sarana untuk bermuamalah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang ke empat adalah objek penelitian adalah perlindungan hukum transaksi yang menggunakan media internet, dan ditinjau dari hukum Islam, sedangkan pada penelitian ini objek

kajiannya adalah sebuah perjanjian sistem iklan internet dan spesifik penggunaan akad dalam hukum Islam.



NO	Nama	Judul	Obyek Formal	Obyek Materil
1	Ahmad Siroj Fakultas Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya Tahun 2012	Tinjauan Hukum Islam terhadap akad kerjasama antara <i>Publisher</i> dan <i>Google</i>	Sama-sama meneliti dalam bidang bisnis internet yang diteliti secara perspektif Hukum Islam	<ul style="list-style-type: none"> ○ Penelitian ini lebih ini lebih mengarah kepenggunaan akad kerjasama dalam hukum islam. ○ Menggunakan penelitian Empiris.
2	Muhammad Husen Asyhari Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	Tinjauan Hukum islam terhadap Model Bisnis <i>Google AdSende</i>	Sama-sama Meneliti Tentang Bisnis Online	<ul style="list-style-type: none"> ○ Lebih meneliti tentang bisnis periklanan secara Umum ○ Jenis Penulisan Kepustakaan (<i>library research</i>)

	2009			
3	Muhammad Husen Arsyad Fakultas Syariah UIN sunan kalijaga Yogyakarta 2014	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis AdSense Youtube	akad yang terjadi terhadap Pihak pengguna jasa dan penyedia jasa adalah sama-sama dalam tinjauan hukum Islam dan tidak menentang prinsip-prinsip syariah	<ul style="list-style-type: none"> ○ Lebih meneliti penggunaan dalam hal sistem periklanan ○ Penelitian menggunakan kepustakaan (<i>Library Reserch</i>)
4	Nur 'Azizati 'Ajibah. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2010	Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Melalui E-commerce Tinjauan Hukum Islam	sama-sama menggunakan media internet sebagai sarana untuk bermuamalah.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Meneliti tentang Aspek perlindungan terhadap Bisnis e-commerce ○ Jenis penelitian ini merupakan penelitian pustaka (<i>library research</i>) dan bersifat deskriptif analitisengan pendekatan normatif

I. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah agar penyusunan skripsi ini bisa terarah, sistematika dan saling berhubungan satu bab dengan bab yang lain, maka sistematika penulisan skripsi ini dibagi menjadi empat bab antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan membahas pada bab I yang meliputi latar belakang masalah, yaitu bagian yang berisikan argument yang menunjukkan latar belakang keyakinan peneliti bahwa peneliti dengan judul yang diajukan adalah penting dan relevan untuk diteliti. Berikutnya adalah batasan masalah dibuat agar pembahasan dalam penelitian ini tidak terlalu melebar ke variabel lain. kemudian rumusan masalah untuk menanyakan secara tersurat pertanyaan pertanyaan yang ingin dicari jawabannya. Tujuan penelitian mengungkapkan sasaran yang ingin dicapai dan penelitian.manfaat penelitian memuat beberapa alasan kelayakan atas masalah yang diteliti. Selain itu pada bab I ini juga memuat metodologi penelitian sebagai tahapan-tahapan untuk menulis, dan sistematika penulisan yang memberikan gambaran tentang penelitian yang dilakukan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Selanjutnya untuk tinjauan pustaka terletak pada bab II yang meliputi teori dan konsep yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Pada

bab ini digunakan sebagai bahan analisis dan dijelaskan mengenai hal yang berkaitan dengan tinjauan akad ijarah terhadap sistem bisnis SMS *Broadcast*

BAB III : PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan dalam bab ini dipaparkan tentang penyajian dan analisis data yang merupakan jawaban dari rumusan masalah tentang tinjauan akad ijarah terhadap sistem bisnis SMS *Broadcast*, dan analisis penggunaan akad sistem bisnis SMS *Broadcat*.

BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dipaparkan oleh peneliti memuat poin-poin yang merupakan inti pokok dari pemaparan bab-bab diatas, singkatnya kesimpulan merupakan jawaban inti dari rumusan masalah yang peneliti paparkan. Sedangkan saran memuat barbagai hal yang perlu dilakukan oleh peneliti berikutnya, namun kemungkinan dapat dilakukan peneliti.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Gambaran Umum SMS Broadcast

Pada masa sekarang, hampir semua orang memiliki telepon genggam (*handphone*) sebagai alat komunikasi sekedar simbol status. Seseorang dapat dengan mudahnya menghubungi orang lain dari manapun dan kapan pun yang diinginkannya. Kontak dengan orang lain dapat dilakukan dengan mudah. Aktivitas keseharian terasa lebih mudah dengan adanya telepon genggam. Hal ini disebabkan oleh beberapa produsen telepon genggam yang mengeluarkan produk-produk telepon genggam murah. Meskipun demikian, tidak semua telepon genggam yang beredar di pasaran berharga murah.

Selain digunakan untuk berkomunikasi suaradengan lawan bicara, telepon genggam juga memilikikemampuan lain yaitu dapat digunakan untuk salingberkirim pesan singkat dengan orang lain melalui teksyang lebih populer dengan nama SMS (*Short MessagesService*). Walaupun pengiriman data dalam format ini memiliki beberapa keterbatasan seperti jumlah karakter yang dapat dikirim untuk satu SMS, jenis huruf (*font*) yang digunakan dibatasi dan lain-lain, tetapi pengiriman data menggunakan format ini cukup populer karenabiaya pengirimannya yang relatif lebih murah.

Dengan maraknya penggunaan telepon genggam untuk berkirim SMS, maka timbul gagasan untuk membuat layanan berbasis SMS. Dalam waktu singkat beberapa jenis layanan yang berbasis SMS bermunculan. Jenis layanan yang ada sangat beragam, mulai dari jenis layanan informasi sederhana seperti informasi valuta asing, harga saham, jadwal film bioskop, humor, kuis hingga jenis layanan yang cukup kompleks seperti transaksi perbankan melalui SMS dan pendaftaran sebuah komunitas melalui SMS. Ada juga layanan SMS yang bersifat satu arah seperti kampanye, promosi atau iklan melalui SMS. Dengan adanya layanan SMS yang tarifnya jauh lebih murah daripada menelepon tentunya daya tarik layanan SMS menjadi lebih kuat.

Salah satu bentuk layanan tersebut adalah SMS *Broadcast*, layanan ini dapat digunakan oleh individu maupun kelompok untuk kepentingan mereka.

B. Fungsi dan Tujuan SMS Broadcast

Menurut Vestergard dan Schroder bahwa periklanan memiliki fungsi sebagai berikut:²⁰

1. Memerikan informasi: periklanan dapat menambah nilai pada suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen
2. Persuasi atau bujukan: periklanan bersifat membujuk terutama kepada pembeli potensial dengan menyatakan bahwa produk yang diproduksinya lebih baik dari pada produk yang lain.
3. Menciptakan keyakinan: dengan iklan orang akan memiliki suatu keyakinan tertentu mengenai apa yang dilakukan dan dengan iklan juga dapat menciptakan kesan kepada masyarakat untuk melaksanakan pembicaraan secara rasional dan ekonomis.²¹
4. Melahirkan tindakan: dengan iklan yang ditawarkan kepada para publisher maka akan melahirkan suatu tindakan untuk membeli produk iklan yang akan ditawarkan.
5. Memuaskan keinginan: periklanan merupakan salah satu alat yang dapat dipakai untuk mencari tujuan yaitu berupa pertukaran yang saling memuaskan.²²

²⁰Vestergard and Schroder, *The Language of Advertising*. (New York, Brasil Blackwell.1989), h.29

²¹*Ibid*, h. 30

²²*Ibid*, h. 30

Short Message Service *Broadcast* adalah bagian dari *advertising* sehingga memiliki fungsi dalam dunia muamalah baik yang sifatnya tabarru' atau tijarah, fungsi-fungsi *SMSBroadcast* tersebut antara lain:

1. Untuk penyampaian informasi kepada nasabah/ pelanggan bagi perusahaan pelayanan, Informasi siswa/mahasiswa di sekolahan, informasi kepada orang tua murid di sekolahan, informasi karyawan dari suatu perusahaan.
2. Untuk marketing yaitu sebagai penyampai informasi promosi dan iklan produk.
3. Untuk distribusi dan kolaborasi informasi kelompok/member suatu organisasi non-profit atau profit.

C. Mekanisme prosedur pengguna bisnis SMS Broadcast

Untuk mengetahui aplikasi *SMS Broadcast* yang melalui Internet maka kunjungi web www.iklan-smsbroadcast.com. Maka halaman yang akan muncul adalah mengenai pemasaran aplikasi tersebut.

1. Langkah selanjutnya bacalah wacana dan petunjuk yang ada lalu klik pada iklan *SMS Broadcast*. Selanjutnya akan ada wacana mengenai *SMS Broadcast* sebagai berikut.
2. Selanjutnya didalam formulir pendaftaran akan terdapat tarif yang harus dipilih sesuai dengan kebutuhan yaitu ketentuan paket tarif yang ditawarkan kepada calon pengguna jasa

3. Sebagai identitas form pengisian yang disediakan oleh penyedia jasa diantaranya, nama lengkap, nomor KTP, alamat tinggal, nomor handphone, nama produk, dan lain sebagainya.
4. Setelah formulir terisi semua dengan lengkap, maka proses selanjutnya adalah informasi kesesuaian data, jika tidak sesuai maka data tidak akan diproses.
5. Selanjutnya pihak pengguna jasa akan mendapatkan informasi kembali dari penyedia jasa mengenai biaya yang harus ditransfer melalui nomor rekening pemilik penyedia jasa yang tertulis pada teks tersebut.
6. Terjadinya transaksi tersebut menjadikan antara pihak pengguna jasa dan penyedia jasa terjadi sebuah perjanjian yang telah disepakati. Dan pihak pengguna jasa berhak mentransfer uang/ bayaran kepada penyedia jasa

Dalam transaksi yang perlu digaris bawahi ada beberapa istilah yang perlu diketahui yaitu antara lain:

1. penyedia jasa : merupakan pihak yang menyediakan jasa layanan SMS *Broadcast* sekaligus pemilik aplikasi tersebut.
2. pengguna jasa : merupakan pihak yang berkepentingan atau pihak yang membutuhkan jasa yang ditawarkan oleh pihak yang punya aplikasi SMS *Broadcast* (penyedia jasa).
3. upah : merupakan prestasi yang harus dipenuhi oleh pihak pengguna jasa kepada pemilik aplikasi SMS *Broadcast*.

4. Tarif yang ditawarkan : merupakan pilihan paket layanan yang ditawarkan yang telah disesuaikan dengan prestasi yang harus dipenuhi oleh pihak pengguna jasa dengan batasan waktu yang telah ditentukan.
5. obyek/ jenis jasa yang ditawarkan : penyebaran informasi sesuai dengan yang diinginkan oleh pihak pengguna jasa dan informasi tersebut harus bisa dipertanggung jawabkan.

1. Akad

1. Pengertian Akad

Akad dalam bahasa arab berarti “ikatan” (pengencangan dan penguatan) antara beberapa pihak dalam hal tertentu, baik ikatan itu bersifat konkret maupun abstrak, baik dari satu sisi maupun dua sisi. Dalam kitab *al-Misbah al-Munir* dan kitab-kitab bahasa lainnya disebutkan : ‘*aqada al-habl* (mengikat tali) atau ‘*aqada al-bay*’ (mengikat jula beli) atau ‘*aqada al-‘ahd* (mengikat perjanjian) *fan’aqadah* (lalu ia terikat). Dalam sebuah kalimat ‘*aqadah an-niyah wa al-‘azm ‘alaa syay*’ (berniat dan bertekad melakukan sesuatu) *wa ‘aqadah wal yamin* (mengikat sumpah), maksudnya adalah mengikat kehendak dengan perealisasi apa yang sudah di komitmenkan. Pengertian bahasa ini sudah tercakup dalam pengertian secara istilah untuk kata-kata akad.

Menurut Fuqoha, akad memiliki dua pengertian yakni umum dan khusus, pengertian secara umum lebih dekat dengan pengertian secara bahasa dan pengertian ini yang tersebar dikalangan fuqoha Malikiyyah, syafi’iyyah dan hanabillah setiap sesuatu yang ditekadkan oleh seseorang untuk melakukannya

baik muncul dari kehendak sendiri seperti Wakaf, *Ibra'* (pengguguran hak) talak, dan sumpah. Maupun membutuhkan dalam menciptakannya seperti-jual beli dan sewa-menyewa. Adapun pengertian khusus yang dimaksudkan disini ketika membicarakan tentang teori Akad adalah hubungan antara *Ijab* efek terhadap objek.²³

Adapun *al-'aqd*(العقد) menurut bahasa berarti ikatan, lawan katanya (alhal) pelepasan atau pembubaran. Mayoritas Fuqaha mengartikannya gabungan *ijab* dan *qabul*, dan penghubungan antara keduanya sedemikian rupa sehingga terciptalah makna atau tujuan yang di inginkan dengan akibat-akibat nyatanya. Dengan demikian akad adalah sesuatu perbuatan untuk menciptakan apa yang diinginkan oleh dua belah pihak yang melakukan *ijab* dan *qabul*.²⁴

Musthafa Ahmad Az-Zarqa (tokoh fiqih Yordania asal Suriah) menyatakan bahwa tindakan hukum yang dilakukan manusia terdiri atas dua bentuk yaitu:

1. Tindakan berupa perbuatan
2. Tindakan berupa perkataan.²⁵

Tindakan ynag berupa perkataan pun juga terbagi menjadi dua, yaitu bersifat akad yang tidak bersifat akad. Tindakan perkataan yang bersifat akad terjadi bila dua atau beberapa pihak mengikatkan diri untuk melakukan suatu

²³Wahbah Az-Zuhailli, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu Jilid 4* (Cet.1, Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 420

²⁴Muhammad Jawad Mughniyah, *Fiqih al-Imam Ja'far ash-Shidiq Juz 3&4*, (Jakarta : Lentera, 2009), h. 34

²⁵Nasrun Haroen dkk, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Cet, 1, Jakarta : PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 2003), h. 63

perjanjian. Adapun tindakan berupa perkataan yang tidak bersifat akad terbagi lagi menjadi dua macam:

1. yang mengandung kehendak pemilih untuk menetapkan atau melimpahkan hak, `membatalkannya, atau menggugurkannya seperti wakaf, hibah dan talak
2. yang tidak mengandung kehendak pihak yang menetapkan atau menggugurkan suatu hak, tetapi perkataannya itu memunculkan suatu tindakan hukum seperti gugatan atau diajukan kepada hakim dan pengakuan seseorang di depan hakim.

Berdasarkan pembagian tindakan hukum manusia menurut Musthafa Ahmad az-Zarqa suatu tindakan hukum lebih umum dari akad. Setiap akad dikatakan sebagai tindakan hukum dari dua atau beberapa pihak, tetapi sebaliknya setiap tindakan hukum tidak dapat disebut sebagai akad.²⁶

Menurut az-Zarqa dalam pandangan syara', suatu akad merupakan ikatan secara hukum yang dilakukan oleh dua atau beberapa pihak yang sama-sama berkeinginan untuk mengikatkan diri. Kehendak atau keinginan pihak-pihak untuk mengikatkan diri tersebut sifatnya tersembunyi dalam hati. Oleh sebab itu untuk menyatakan kehendak masing-masing harus diungkapkan dalam suatu pernyataan. Pernyataan pihak-pihak yang berkad itu disebut dengan ijab dan qabul. *Ijab* adalah pernyataan pertama yang dikemukakan oleh salah satu pihak, yang mengandung keinginan secara pasti untuk mengikatkan diri. Adapun *qabul*

²⁶Nasrun Haroen dkk, *Ensiklopedi Hukum Islam*, h. 63

adalah pernyataan pihak lain setelah ijab yang menunjukkan persetujuannya untuk mengikatkan diri.

Sedangkan perikatan dan perjanjian dalam konteks fikih muamalah dapat disebut dengan akad. Kata akad berasal dari bahasa Arab *al-'aqd* bentuk jamaknya *al-'uqud* yang mempunyai arti antara lain:

- a. Mengikat (*al-rabith*), yaitu :
- b. Sambung (*al-'aqd*), yaitu :
- c. Janji (*al-'ahd*) sebagaimana yang dijelaskan Al-Qur'an dalam surat Ali Imran 76 :

Akad dikatakan sebagai perikatan karena didalamnya memiliki maksud menghimpun atau mengumpulkan dua ujung tali dan mengikatkan salah satunya pada yang lainnya sehingga keduanya bersambung.²⁷ Sedangkan dalam ilmu pengetahuan KHUPerdata, perikatan adalah hubungan yang terjadi antar dua orang yang terletak didalam lapangan harta kekayaan, ketika pihak yang bakhak atas prestasi maka pihak lainnya wajib memenuhi prestasi itu.²⁸ Perstasi secara umum berarti untuk menyerahkan, melakukan, dan tidak melakukan sesuatu.²⁹

Dalam ketentuan Buku III KUHPerdata tentang perikatan, Pasal 1313 KUH Perdata dibawah berjudul “tentang perikatan-perikatan yang dilahirkan dari kontrak atau perjanjian” menyatakan bahwa “suatu perjanjian adalah suatu

²⁷Ghufron A. Mas'adi, *Fiqih Muamalah Konstektual*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 75

²⁸Much. Nurachmad, *Bukuk Pintar Memahami dan membuat Surat Perjanjian*. (Jakarta: Visimedia, 2010), h.2

²⁹*Ibid*, h. 2

perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap orang lain atau lebih”.³⁰

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian akad paling tidak mencakup :

- a. Perjanjian (*al-ahd*)
- b. Persetujuan dua buah perjanjian atau lebih
- c. Perikatan (*al-'aqd*)

Dalam akad pada dasarnya dititik beratkan pada kesepakatan antara dua belah pihak yang ditandai dengan. Dengan ijab dan kabul demikian ijab dan kabul adalah suatu perbuatan atau pernyataan untuk menunjukkan suatu keridhaan dalam berakad yang dilakukan oleh dua orang lebih, sehingga terhindar atau keluar dari suatu ikatan yang berdasarkan syara'. Karna itu dalam Islam tidak semua bentuk kesepakatan atau perjanjian dapat dikatagorikan sebagai akad, terutama kesepakatan yang tidak didasarkan pada keridhaan menurut syari'ah Islam.

2. Dasar Akad

a. Al-Qur'an

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أَحَلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةَ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا

يُتَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحَكَّمُ مَا يُرِيدُ ﴿١٠١﴾

³⁰Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 7.

*Artinya : Hai orang-orang yang beriman, penihilah aqad-aqad itu, dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu, (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.*³¹

b. Hadits

Adapun hadist yang menjelaskan *diriwayatkan dari ‘Abdullah bin ‘Umar Radhiyallah ‘anhuma, sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda, “dua orang berjual beli masing-masing dari mereka memiliki hak memilih kepada rekannya selama mereka berdua belum berpisah kecuali jual beli Khiyar (memilih)“.* (disebutkan oleh Al-Bukhari pada kitab ke-34 kitab jual beli, bab ke-44 bab Dua jual beli dengan memilih selama keduanya belum berpisah).³²

3. Asas Akad

Dalam konteks hukum Islam mengenal asas-asas hukum perjanjian , adapun asas-asas itu adalah sebagai berikut:

a. Al-Hurriyah (kebebasan

Asas ini merupakan prinsip dasar dalam hukum perjanjian Islam, dalam artian para pihak bebas membuat suatu perjanjian atau akad (*freedom of making contract*). Bebas dalam menentukan obyek perjanjian dan bebas menentukan dengan siapa ia akan membuat perjanjian, serta bebas menentukan bagaimana cara penyelesaian sengketa jika terjadi dikemudian hari.

Asas kebebasan berkontrak didalam hukum Islam dibatasi oleh ketentuan syariah Islam. Dalam membuat perjanjian ini tidak boleh ada unsur paksaan, kekhilafan dan penipuan.

³¹QS. Al-Maidah (5) : 1.

³²Muhammad Fu’ad ‘Abdul Baqi, *Kumpulan Hadits Shahih Bukhari-Muslim*, (Solo : Insan Kamil, 2011), h. 421

Dasar hukum mengenai asas ini, tertuang dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 256 yang artinya sebagai berikut :

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ
وَيُؤْمِرْ بِاللَّهِ فَقَدْ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ
سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿٢٥٦﴾

Artinya : tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam): sesungguhnya telah jelas jalan yang benar dari pada jalan yang sesat.³³

Adanya kata-kata tidak ada paksaan ini, berarti Islam menghendaki dalam hal perbuatan apapun harus didasari oleh kebebasan untuk bertindak, sepanjang itu benar dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai syariah.

b. *Al-Musawah* (persamaan dan kesetaraan)

Asas ini mengandung pengertian bahwa para pihak mempunyai kedudukan (*bergaining position*) yang sama, sehingga dalam menentukan *term andcondition* dari satu akad/perjanjian setiap pihak mempunyai kesetaraan atau kedudukan yang seimbang.

Dasar hukum mengenai asas persamaan ini tertuang didalam ketentuan al-Qur'an surat *al-Hujurat* ayat 13 sebagai berikut :

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاهُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاهُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا
إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

³³QS. al-Baqarah (2): 256

Artinya :Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha mengenal.³⁴

Dari ketentuan tersebut, dalam islam ditunjukkan bahwa semua orang mempunyai kedudukan yang sama didepan hukum (*equality before the law*), sedangkan yang membedakan kedudukan anantara orang yang satu dengan yang lainnya disisi Allah adalah derajat ketakwaannya. Orang yang mulia disisinya adalah orang yang taqwa, antara lain dengan menjalankan perintah-perintahnya dan menjauhi larang-larangannya.

c. *Al- 'Adalah* (keadilan)

Pelaksanaan asas inidalam suatu perjanjian/akad menuntut para pihak untuk melakukan yang benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan, memenuhi semua kewajibannya. Perjanjian harus senantiasa mendatangkan keuntungan yang adil dan seimbang, serta tidak boleh mendatangkan kerugian bagi salah satu pihak.

d. *Ar-Ridha* (kerelaan)

Asas ini menyatakan bahwa segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar kerelaan anantara masing-masing pihak, harus didasarkan pada kesepakatan bebas dari para pihak dan tidak boleh ada unsur paksaan, tekanan, penipuan, dan *Mis-ststatement*.

Dasar hukum adanya asas kerelaan dalam perbuatan perjanjian dapat dibaca dalam al-Qur'an surat an-Nisa' ayat 29 sebagai berikut:

³⁴QS al-Hujurat (49): 13

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ

تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*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.*³⁵

Kata ”suka sama suka” menunjukkan bahwa dalam hal membuat perjanjian, khususnya dilapangan perniagaan harus senantiasa didasarkan pada asas kerelaan atau kesepakatan para pihak secara bebas.

e. *Ash-Shidq* (kebenaran dan kejujuran)

Bahwa dalam Islam setiap orang dilarang melakukan sebuah kebohongan dan penipuan, karena dengan adanya sebuah penipuan/kebohongan sangat berpengaruh dalam keabsahan perjanjian/akad. Perjanjian yang didalamnya mengandung unsur kebohongan/penipuan, memberikan hak kepada pihak lain, untuk menghentikan proses pelaksanaan perjanjian tersebut.

Dasar hukum mengenai asas ash-Shidq dapat kita baca dalam al-Qur’an surat al-Ahzab ayat 70 sebagai berikut:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

³⁵QS. an-Nisa’ (4): 29

Artinya :Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.³⁶

setiap muslim wajib untuk berkata-kata yang benar, lebih-lebih dalam hal melakukan perjanjian dengan pihak lain, sehingga faktor kepercayaan (*trust*) menjadi sesuatu yang esensial daemi melaksanakannya suatu perjanjian atau akad.

f. *Al-Kitabah* (tertulis)

Bahwa setiap perjanjian hendaknya dibuat secara tertulis, lebih berkaitan demi kepentingan pembuktian jika dikemudian hari terjadi sengketa. Dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 282-283 mengisyaratkan agar akad yang dilakukan benar-benar berada dalam kebaikan bagi semua pihak. Bahkan juga dalam sebuah perjanjian juga harus disertakan dengan sebuah saksi-saksi (*syahadah*), *Rahn* (gadai, untuk kasus-kasus tertentu), dan prinsip tanggung jawab individu.

Berdasarkan pada pemaparan diatas, dapat ditarik kesimpulan, bahwa dalam Islam ketika seorang subjek hukum hendak membuat perjanjian dengan subjek hukum lainnya, selain harus didasari dengan adanya kata sepakat, ternyata juga dianjurkan, untuk dituangkan dalam bentuk tertulis, dan diperlukan kehadiran adanya saksi-saksi. Hal ini sangat penting, khususnya bagi akad-akad yang membutuhkan pengaturan yang kompleks seperti : akadf pemberian wakaf, akad ekspor-impor, dan sebagainya.

Pembuatan perjanjian secara tertulis, juga akan sangat bermanfaat ketika dikemudian hari timbul sengketa sehingga terdapat alat bukti mengenai sengketa

³⁶QS. Al-Ahzab (33): 70

yang terjadi. Dalam perjanjian yang harus ditulis itu pula biasanya disebutkan mengenai mekanisme penyelesaian sengketa yang terjadi.³⁷

4. Rukun-Rukun Akad

Menurut *jumhur*(mayoritas)*fuqoha*, rukun akad terdiri dari:

- a. *Aqid* yaitu orang yang berakad (bersepakat)
- b. *Ma'qud 'alaih* ialah benda-benda yang diakadkan, seperti benda yang ada dalam transaksi jual-bel.
- c. *Maudhu' al-'aqd* yaitu tujuan pokok dalam melakukan akad.
- d. *Shihat al-'aqd* yang terdiri dari ijab qabul.³⁸

Ulama' Hanafi berpendapat, bahwa rukun akad itu hanya satu yaitu *sighat al-'aqd*, sedangkan pihak-pihak yang berakad dan obyek akad, tidak termasuk rukun akad, tetapi syarat akad.

Sighat al-'aqd, merupakan rukun akad yang terpenting, karena melalui akad inilah diketahui maksud setiap pihak yang melakukan akad (transaksi).

Sighat al-'aqd, dinyatakan melalui ijab dan kabul, dengan suatu ketentuan :

- a. Tujuan akad itu harus jelas dan dapat dipahami.
- b. Antara ijab dan Kabul harus dapat kesesuaian
- c. Pernyataan ijab dan Kabul itu harus sesuai dengan kehendak masing-masing, dan tidak boleh adanya yang meragukan.

³⁷Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2010), h.32-35

³⁸Qamarul Huda, *Fiqh Muamalah*,h, 28

Ijab dan Kabul dapat dalam bentuk perkataan, perbuatan, isyarat, dan tulisan (biasanya transaksi yang besar nilainya). Namun, semua bentuk ijab dan Kabul itu mempunyai nilai kekuatan yang sama.³⁹

Menurut para *fuqaha*, objek akad mesti diketahui untuk menghalangi adanya perselisihan dikarenakan larangan yang disebutkan didalam sunnah untuk melakukan *bai' gharar* (jual beli yang mengandung gharar) dan *bai' majhul* (jual beli terhadap sesuatu yang tidak diketahui).

Untuk diketahui sebuah barang, bisa dilakukan dengan cara menunjukkan apabila barang itu ada, atau dengan melihatnya ketika akad dilaksanakan atau sebelum akad. Tapi dalam tempo yang diperkirakan barang itu tidak berubah sampai akad dilaksanakan. Melihat sebagian barang sudah dianggap cukup, jika semua bagian barang tersebut sama, atau dengan menyampaikan sifat yang bisa menghindari timbulnya *jahalah fahishah* (ketika tahuan terdapat barang yang akan menimbulkan persengkataan atau perselisihan, *penj.*), yaitu dengan menjelaskan jenis, macam, dan ukurannya, seperti kalau barang itu adalah besi dengan menjelaskan ia terbuat dari jenis ini dan ukurannya ini.⁴⁰

Hal ini yang didasarkan kepada definisi rukun menurut jumhur, yaitu sesuatu yang adanya sesuatu yang lain bergantung kepadanya meskipun ia bukan bagian dari hakikatnya. Namun bagaimanapun perbedaan yang ada, semuanya hanyalah istilah yang pada akhirnya tidak banyak berpengaruh pada substansi.

³⁹M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam* (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2004), h. 103-104

⁴⁰Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, h. 498

5. Syarat-Syarat Akad

Setiap pembentukan akad mempunyai syarat yang ditentukan oleh *Syara'* yang wajib disempurnakan. Syarat-syarat terjadinya akad ada dua macam.

- a. Syarat yang bersifat umum, yaitu syarat-syarat yang wajib sempurna wujudnya dalam berbagai akad. Syarat-syarat umum yang harus dipenuhi dalam berbagai macam akad sebagai berikut:
 - b. Kedua orang melakukan akad cakap bertindak (ahli). Tidak sah akad orang yang tidak cakap bertindak. Seperti orang gila, orang yang berada dibawah pengampunan (*mahjur*), dan karena boros.
 - c. Yang dijadikan obyek akad dapat menerima hukumnya.
 - d. Akad itu diizinkan oleh *Syara'*, dilakukan oleh yang mempunyai hak melakukannya, walaupun dia bukan 'aqid yang memiliki barang.
 - e. Janganlah akad itu yang dilarang oleh *syara'*. Seperti jual beli *mulasamah* (saling merasakan).
 - f. Akad dapat memberikan Faedah, sehingga tidaklah sah *rahn* (gadai) dianggap sebagai imbalan amanah (kepercayaan).
 - g. Ijab itu berjalan terus, tidak dicabut sebelum terjadi Kabul maka apabila orang yang berijab menarik kembali ijabnya sebelum Kabul, maka batal-lah ijabnya.
 - h. Ijab dan Kabul mesti bersambung, sehingga bila seseorang yang berijab telah terpisah sebelum adanya Kabul, maka ijab tersebut menjadi batal.
1. Syarat-syarat yang bersifat khusus. Yaitu syarat-syarat yang wujudnya wajib ada dalam sebagai akad. Syarat khusus ini dapat juga disebut *syarat idlafi*

(tambahan) yang harus ada disamping syarat-syarat yang umum. Seperti syarat adanya saksi dalam pernikahan.⁴¹

Beberapa unsur dalam akad yang kemudian dikenal sebagai rukun tersebut masing-masing membutuhkan syarat agar akad dapat terbentuk dan mengikat antar pihak. Beberapa syarat tersebut meliputi:

- a. Syarat terbentuknya akad, dalam hukum Islam yang ini dikenal dengan nama *al-syuruth al-in'iqad*. Syarat ini terkait dengan sesuatu yang harus dipenuhi oleh rukun-rukun akad, ialah:
 - 1) Pihak yang berakad (*aqdain*), di syaratkan tamyiz dan berbilang.
 - 2) Sighat akad (pernyataan kehendak) : adanya kesesuaian ijab dan Kabul (munculnya kesepakatan) dilakukan dalam satu majlis akad.
 - 3) Obyek akad : dapat diserahkan, dapat ditentukan dan dapat ditransaksikan (benda yang bernilai dan dimiliki)
 - 4) Tujuan akad tidak bertentangan dengan syara'.

6. Berakhirnya Akad

Suatu akad dipandang berakhir apabila telah tercapai tujuannya. Dalam akad jual beli misalnya, akad dipandang telah berakhir apabila barang telah berpindah milik kepada pembeli dan harganya telah menjadi milik penjual dalam akad gadai dan pertanggungan (*kafalah*), akad dipandang telah berakhir apabila utang telah dibayar.

⁴¹Abdul Rahman Ghazali dan Ghufon Ihsan (eds), *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 54-55

Selain tercapai tujuannya, akad dipandang berakhir apabila terjadi *fasakh* (pembatalan) atau telah berakhir waktunya. *Fasakh* terjadi dengan sebab-sebab sebagai berikut:

- a. Di-*fasakh* (dibatalkan), karena adanya hal-hal yang tidak dibenarkan *syara'* seperti yang disebutkan dalam akad rusak. Misalnya, jual-beli barang yang tidak memenuhi syarat kejelasan
- b. Dengan sebab adanya *khiyar*, baik *khiyar rukyat*, cacat, syarat, atau majelis
- c. Salah satu pihak dengan persetujuan pihak lain membatalkan karena merasa menyesal atas akad yang baru saja dilakukan, *Fasakh* dengan cara ini disebut *'iqalah*. Dalam hubungan ini Hadist Nabi riwayat Abu Daud mengajarkan, bahwa serang siapa mengabulkan permintaan pembatalan orang yang menyesal atas akad jual beli yang dilakukan, Allah akan menghilangkan kesukarannya pada hari kiamata kelak.
- d. Karena kewajiban yang ditimbulkan, oleh adanya akad tidak di penuhi oleh pihak-pihak bersangkutan. Misalnya dalam *khiyar* pembayaran (*khiyar naqd*) penjual mengatakan, bahwa ia menjual barangnya kepada pembeli, dengan ketentuan apabila dalam tempo seminggu harganya tidak dibayar, akad jual beli menjadi batal. Apabila pembeli dalam waktu yang ditentukan itu membayar, akad berlangsung. Akan tetapi apabila ia tidak membayar, akan menjadi rusak (batal).
- e. Karena habis waktunya, seperti dalam akad sewa menyewa berjangka waktu tertentu dan tidak dapat di perpanjang.

- f. Karena tidak mendapatkan izin pihak yang berwenang.
- g. Karena kematian.

2. Konsep Ijarah Menurut Madzhab Hanafi (Al-Hanafiyah)

a. Pengertian Ijarah

Ijarah adalah sesuatu perjanjian yang memberikan faedah memiliki manfaat yang diketahui dan disengaja dari benda yang disewakan dengan imbalan pengganti. Sesuatu perjanjian maksudnya adalah ijab dan kabul, (tidak wajib diucapkan)⁴²

b. Landasan Hukum Ijarah

Al-Qur'an

Sewa (*ijarah*) dalam hukum Islam diperbolehkan berdasarkan dalil-dalil sebagai berikut :

فَانْطَلَقَا حَتَّىٰ إِذَا أَتَيَا أَهْلَ قَرْيَةٍ اسْتَطَعَمَا أَهْلَهَا فَأَبَوْا أَنْ يُضَيِّفُوهُمَا فَوَجَدَا

فِيهَا جِدَارًا يُرِيدُ أَنْ يَنْقُضَ فَاقَامَهُ^ط قَالَ لَوْ شِئْتَ لَتَّخَذْتَ عَلَيْهِ أَجْرًا ﴿٧٧﴾

“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

⁴² Abdul rahman Al-Zaziri kitab Al-Fiqhi Ala Al-Madzahib Al-Arba'a, terj. Moh. Zuhri Dkk. Fiqih Empat Madzhab, (jilid 4: Semarang: Cp adhi Grafika, 1994), h. 166

berkata: “jikalau kamu mau, niscaya kamu mengambil upah untuk itu”⁴³.

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَأْتِيكِ أُسْتَجْرُهُ^ط إِنَّ خَيْرَ مَنْ أُسْتَجِرْتَ الْقَوِيُّ

الْأَمِينُ ﴿٣١﴾

“Salah seorang dari kedua wanita itu, berkata: “Ya, bapakku ambillah ia sebagai seorang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya”.⁴⁴

أَهْمٌ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ^ع لَنْ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ

الدُّنْيَا^ج وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا

سُخْرِيًّا^ظ وَرَحِمْتَ رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا تَجْمَعُونَ ﴿٣٢﴾

Artinya :”Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.”⁴⁵

⁴³QS. Al-Kahfi (18) 77

⁴⁴QS. AL-Qashash (28) 26

⁴⁵QS Az-Zukhruf (43): 32

أَسْكِنُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ سَكَنْتُمْ مِنْ وُجْدِكُمْ وَلَا تَضَارُوهُنَّ لِتُضَيِّقُوا عَلَيْهِنَّ^ج

وَإِنْ كُنَّ أُولَاتٍ حَمَلٍ فَأَنْفِقُوا عَلَيْهِنَّ حَتَّىٰ يَضَعْنَ حَمْلَهُنَّ^ح فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ

فَأَتُوهُنَّ أَجُورَهُنَّ^ط وَأَتَمِّرُوا بَيْنَكُمْ بِمَعْرُوفٍ^ط وَإِنْ تَعَاَسَرْتُمْ فَسَرِّضْ لَهُرَّ

أُخْرَىٰ

”Tempatkanlah mereka (para isteri) di mana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka. Dan jika mereka (istri-istri yang sudah ditalaq) itu sedang hamil, jika mereka menyusukan (anak-anak)mu untukmu maka berikanlah kepada mereka upahnya, dan musyawarahkanlah di antara kamu (segala sesuatu) dengan baik; dan jika kamu menemui kesulitan maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya”.⁴⁶

Hadits :

قال الله : ثلاثة خصمهم يوم القيامة : رجل أعطى بي ثم غدر, ورجل باع حرا فأكل ثمنه, ورجل استأجر أجيرا فاستوفى منه ولم يعط أجره

“Allah berfirman : ada tiga orang yang aku menjadi musuhnya pada hari kiamat : seorang yang memberi janji kepada-ku kemudian mengkhianati, seseorang yang menjual orang merdeka, lalu memakan hartanya, dan seseorang yang mempekerjakan seorang pekerja, lalu pekerja itu telah menyelesaikan pekerjaannya, tetapi ia tidak memberikan upahnya” (Riwayat al-Bukhari).

Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam juga bersabda :

إن أحق ما أخذ تم عليه أجرا كتاب الله

⁴⁶QS Ath-Thalaq (65) 6

“ *sesungguhnya mereka yang paling berhak kamu ambil upahnya Kitab Allah*⁴⁷ ”

a. **Syarat Ijarah**

Madzhab hanafi menjelaskan syarat-syarat perjanjian ijarah terbagi menjadi empat macam seperti syarat-syarat jual beli yaitu:⁴⁸

1. Syarat-syarat penyelenggaraan (ijarah tidak terselenggara sama sekali, kecuali perwujudnyasyarat-syarat ini antara lain: berakal sehat, baik orang dewasa maupun anak kecil yang sudah tamyiz
2. Syarat-syarat sah : ijarah tidak sah kecuali dengan syarat ini, meskipun ijarah bisa terselenggara tanpa syarat ini, adapun syarat-syarat sah tersebut antara lain :
 - a. Keridhoan dua orang melakukan perjanjian
 - b. Hendaknya sesuatu yang disewakan itu dapat diserahkan, jadi tidak sah menyewa binatang yang hilang yang tidak dapat diserahkan
 - c. Hendaknya pekerjaan yang diijarahkan bukan merupakan hal yang fardhu bagi orang yang disewa (buruh) sebelum perburuhan. Karna itu tidak sah perburuhan melakukan ibadah haji.
 - d. Adanya manfaat
 - e. Hendaknya upah ijarah diketahui

⁴⁷ Abdullah bin Muhammad Ath-Thayyar dan Abdullah bin Muhammad Al-Muthlaq (eds). *Ensiklopedi Fiqih Muamalah*, h. 315

⁴⁸ Abdul Rahman, *al-fiqhi ala madzahib.....* h.175-183

- f. Hendaknya manfaat atau upah tidak berupa manfaat dari jenis sesuatu yang dijadikan perjanjian. Jadi tidak sah menyewakan menempati rumah dengan ongkos menempati rumah orang lain.
 - g. Kosongnya perjanjian dari syarat-syarat yang tidak dikehendaki dan tidak sesuai.
 - h. Manfaat yang diharapkan itu diketahui dengan pengetahuan yang shohih.
 - i. Menjelaskan tempatnya manfaat
3. Syarat-syarat tetapnya ijarah
- Ijarah tidak dinilai tetap kecuali dengan nilai-nilai tersebut antara lain:
- a. Perjanjian ijarah ini betul-betul shohih
 - b. Pada barang yang disewakan itu tidak ada cacatnya
 - c. Hendaklah barang yang disewakan bisa dilihat oleh orang yang menyewa
 - d. barang yang disewakan itu selamat dari cacat dan tidak mengurangi manfaat
 - e. tidak terjadi halangan bagi orang yang melakukan perjanjian (halangan syar'i)
 - f. belum dewasanya anak kecil yang disewakan tatkala ayahnya menyewakannya
 - g. orang yang menyewa telah menerima sesuatu yang disewa
4. syarat-syarat pelaksanaan adapun mengenai syarat-syarat pelaksanaan:

- a. ada hak milik dan kekuasaan karna itu tidak sah ijarah fudhuli yaitu ijarah yang tidak mempunyai hak milik dan tidak punya kekuasaan namun ijarahnya bisa dianggap jika ada izin orang yang memiliki maka bisa dilaksanakan
- b. ada manfaat dan manfaat itu tetap

b. Rukun ijarah

Dari definisi ijarah dalam mazhab hanafi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa rukun ijarah menurut madzhab Hanafi adalah, hanya ijab dan qabul, hal ini sesuai dengan apa yang dikutip oleh wahbah zuhaili dalam bukunya *fiqh al –islam wa adilatuhu*.⁴⁹

c. Berakhirnya Ijarah

Menurut Mazhab Hanafi berakhirnya masa ijarah diantaranya :

1. Berakhirnya waktu sesuai paket tarif yang dipilih oleh pengguna jasa
2. Adanya wanprestasi, informasi palsu, dan tidak terpenuhinya syarat tetap/penyelenggara.

⁴⁹Wahbah az-zuhaili, *fiqh Islam wa adilatuhu* , Terj Abdul Hayyie al kattani, Cetakan : I (Gema insani : Depok, 2011) h. 387.



BAB III

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Hasil Penelitian

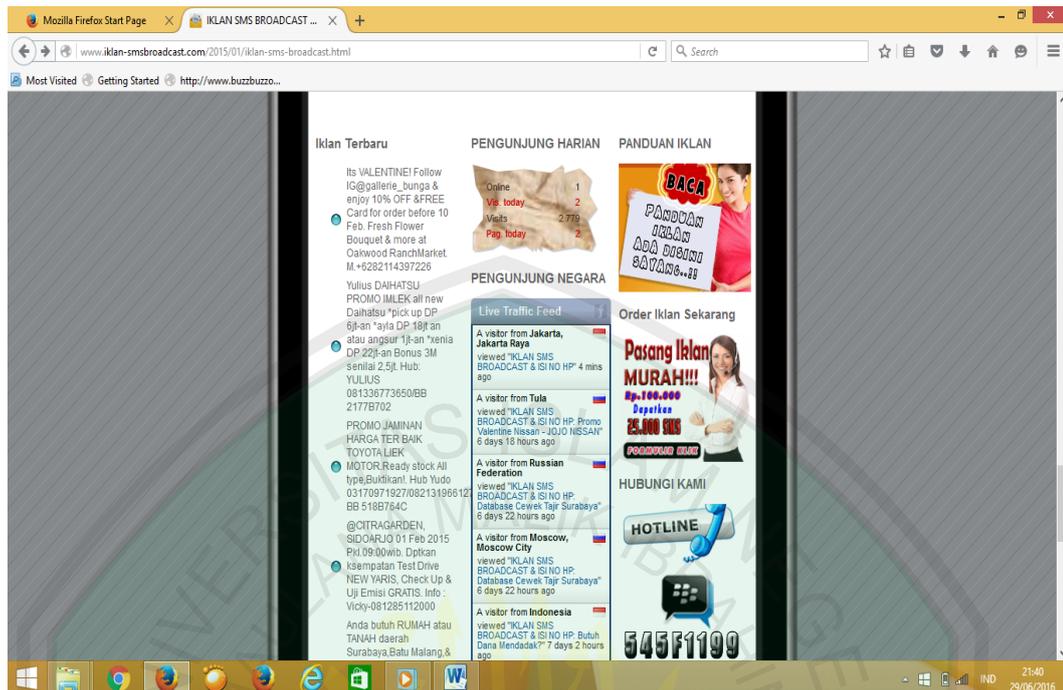
1. Praktek penggunaan akad yang terjadi dalam Program sistem Bisnis SMS BROADCAST

Untuk mengetahui aplikasi SMS (Short Message Service) *Broadcast* yang melalui Internet maka kunjungi web www.iklan-smsbroadcast.com. Maka halaman yang akan muncul adalah mengenai pemasaran aplikasi tersebut.

Tahap 1

Berikut ini adalah tahapan mekanisme bisnis Short Message Service membaca wacana dan petunjuk yang ada lalu klik pada iklan SMS *Broadcast*. Selanjutnya akan ada wacana mengenai SMS Broadcast sebagai berikut.⁵⁰

⁵⁰Rahmat Amal Mekanisme Iklan Broadcast <http://www.iklan-smsbroadcast.com/search?updated-max=2016-03-02T19:03:00-08:00&max-results=5> diakses tanggal 12 juli pukul 12.00



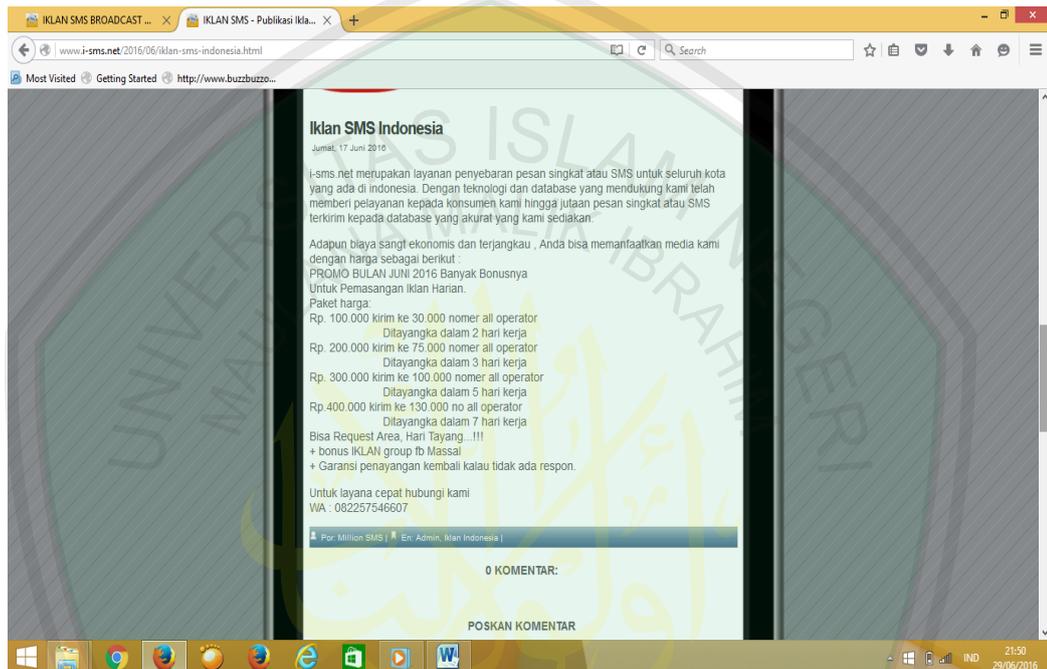
Gambar 4.1

Langkah pertama diatas menunjukkan bahwa pihak penyedia jasa pada SMS Broadcast memiliki sebuah alamat website khusus, sehingga mempermudah siapa saja (calon pengguna jasa) untuk mengunjungi alamat tersebut dalam dunia internet. Dari sini tanpa adanya unsure kejelasan alamat yang dimiliki.

Pada langkah yang pertama ini juga terdapat pemasaran aplikasi , hal ini menunjukkan bahwa pihak penyedia jasa SMS Broadcast membutuhkan member atau mitra, dalam rangka memburu nilai comersial dari aplikasi SMS Broadcast yang mereka miliki.

Tahap 2

Selanjutnya didalam formulir pendaftaran akan terdapat tarif yang harus dipilih sesuai dengan kebutuhan yaitu ketentuan paket tarif yang ditawarkan kepada calon pengguna jasa



Gambar 4.2

Dari langkah yang ke dua ini ada beberapa poin informasi yang disediakan oleh pihak penyedia jasa kepada para pengunjung website (calon pengguna jasa), isi informasi tersebut meliputi :

a. Mengenai manfaat

Manfaat yang dipromosikan pada tahapan kedua diatas lebih kepada manfaat *SMS Broadcast* pada calon pengguna jasa. Penekanan pada informasi mengenai manfaat bagi pengguna jasa ini sepertinya lebih bertujuan persuasive dalam artian menarik perhatian para calon penggun jasa. Sebenarnya praktek

SMS Broadcast ini terdapat multi manfaat baik bagi pengguna jasa, penyedia jasa ataupun pihak penerima informasi, manfaat bagi pengguna jasa diantaranya tersebarnya informasi produk yang mereka milik kepada instansi masyarakat luas, sehingga tersebarnya produk tersebut akan memberikan pemasukan ekonomi semakin meningkat bagi pihak pemilik produk serta membeikan instansi kemanfaatan produk kepada masyarakat, dengan begitu pendapatan akan meningkat memberikan pemasukan yang besar bagi kepada perusahaan untuk memasarkan pemberian peluang bagi negara untuk mendapatkan kenaikan tarif pajak dengan begitu negara akan memperoleh pemasukan negara yang meningkat pula.

Selanjutnya untuk kemanfaatan penyedia jasa mereka membantu meningkatkan perekonomian masyarakat, dengan cara menyebarkan produk, pendapatan bagi mereka, sumber pendapatan bagi mereka dan pendapatan yang mereka dapatkan terbebas dari sifat merugikan karna ada unsur tolong menolong. Bagi masyarakat luas (bagi penerima), informasi tersebut bermanfaat bagi mereka yang membutuhkan produk yang dipasarkan lewat SMS Broadcast sehingga apa yang mereka butuhkan cepat bisa mereka dapatkan melalui sistem SMS *Broadcast* karna dalam sistem SMS *Broadcast* biasanya dicantumkan alamat, nomer handphon, email, pin BBM, WhatsApp, no KTP dan no rekening pihak pemilik produk yg ditawarkan tersebut disertakan alamat rumah, no rekening. Jika pembayaran sudah dilakukan, maka penyedia jasa wajib memasarkan produk tersebut sesuai dengan paket atau tarif yang ditawarkan oleh SMS *Broadcast*. Pihak pengguna jasa berwenang memilih paket tersebut sesuai

dengan kebutuhan serta mengambil manfaat layanan yang diberikan melalui aplikasi tersebut dikarenakan adanya penyediaan jasa untuk mendapatkan manfaat dari pembayaran yang didapatkan, dengan begitu wajib bagi dia melakukan pembayaran kepada pihak SMS *Broadcast*. Mekanisme pembayaran akan diberikan kepada pihak SMS *Broadcast* melalui no rekening yang dikirimkan kepada pihak pengguna jasa setelah melakukan pendaftaran jadi untuk pembayaran akan diberikan pada awal sebelum produk tersebut dipromosikan, agar pengguna jasa mampu mengetahui pemasaran tersebut maka pihak SMS *Broadcast* akan memberikan informasi dan via sms mengenai laporan yang sudah terkirim. Dengan begitu salah satu syarat sudah terpenuhi yakni manfaat yang diketahui dengan jelas oleh pihak pengguna jasa maupun penyedia jasa, jika manfaat itu berisi tentang kemungkarannya maka hukumnya haram dipergunakan.

b. Mengenai Spesifikasi layanan

Pada tahapan yang kedua di atas ada indikasi mengenai spesifikasi layanan yang meliputi informasi tarif, informasi penayangan SMS. Pada kedua tersebut dapat dikatakan bahwa adanya perhatian mengenai keseimbangan antara hak dan kewajiban. Pada masalah ini dapat dikatakan informasi tarif merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para calon pengguna jasa SMS *Broadcast* sedangkan informasi penayangan layanan SMS *Broadcast* merupakan hak dari pihak pengguna jasa. Spesifikasi layanan tersebut juga meliputi batasan waktu, perlu diketahui bahwa batasan waktu merupakan unsur yang jelas bagi pengguna jasa untuk menentukan tarif paket SMS *Broadcast* yang ditawarkan, batasan

waktu juga menjadi bahan pertimbangan pihak calon pengguna jasa SMS *Broadcast* dalam menentukan pilihan paket mana yang ingin digunakan .

Tarif-tarif tersebut seperti yang terdapat dalam satu website sebagai berikut Rp. 100.000 ke 15.000 NOSEL All operator x 2 haritayang, Rp. 200.000 ke 30.000 NOSEL All operator x 3 hariTayangdanRp. 300. 000 ke 50.000 NOSEL All operator x 5 hari Tayang.Dengan adanya jangka waktu yang ditentukan maka sebagaimana dengan ketentuan ijarah yang diharuskan dengan adanya tempo waktu yang jelas, dengan kata lain, akad padabisnis SMS *Broadcast* yang diperhatikan adalah jangka waktu untuk pemasaran produk.⁵¹

Tahap 3

Sebagai identitas from pengisian yang disediakan oleh penyedia jasa diantaranya, nama lengkap, nomor KTP, alamat tinggal, nomor handppon, nama produk, dan lain sebgainya

The image shows a screenshot of a web browser window displaying an online form for ordering SMS Broadcast advertising. The browser is Mozilla Firefox. The address bar shows the URL: <https://docs.google.com/forms/d/1s9EzD13P0ucCKp4oPN85M-KFp6H4h3NR3LUahU9Paw/viewform>. The form is titled "Order via Online "Iklan SMS Broadcast"" and includes the following fields:

- Nama Lengkap *** (Required): Nama berdasarkan KTP. Input: Husnul Khotimah
- Alamat Lengkap *** (Required): Alamat nda tinggal sekarang. Input: Malang
- Nomor Telephone/Handphone *** (Required): Masukkan nomor yang vali, untuk kami hubungi. Input: 085706011160

At the bottom of the form, there is a field for "E-mail / PIN / Sosial media". The browser's taskbar at the bottom shows the Windows Start button, several application icons, and the system tray with the date and time: 21:43, 29/06/2016.

⁵¹Rahmat Amal Mekanisne Iklan Broadcast<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdGvCEXuURhd7FayRybCgmrnk9Zd4H51mkBfs-e0VuAo9Dyvg/viewform> diakses tanggal 12 juni pukul 12.13

Gambar 4.3

Mozilla Firefox Start Page x Order via Online "Iklan SM... x +

https://docs.google.com/forms/d/1s9EzDIRUtuCCKp4oPNI6M-KFp0H9k3NR3ULahU9Pw/viewform

Most Visited Getting Started http://www.buzzbuzzo...

Masukkan nomor yang baik, untuk kami hubungi:

085706011160

E-mail / PIN / Sosial media *
Untuk mempermudah kami mengirimkan data

stim_sweet@yahoo.co.id

Bidang Bisnis *
Exp: Pakaian, properti, fashion, otomotif, obat, dll

fashion

Tanggal Mulai Tayang Iklan Anda *
Pilih waktu iklan anda untuk kami tayangkan iklan anda

29 Juni 2016

Pilih Lokasi Penayangan Iklan *
Lokasi berdasarkan kota, maksimal 3 kota yang berdekatan. Exp: Surabaya-Cesik-Sidoarjo

malang

Tuliskan Materi Iklan *
Materi maksimal 160 karakter termasuk sepa, tanda baca, dan kontak person

order jibab cantik
Hub 085706011160

Windows taskbar: 71:44 29/06/2016

Gambar 4.4

Pada tahap yang ke tiga diatas ada beberapa hal yang bisa digaris bawahi diantaranya kejelasan mengenai identitas calon pengguna jasa SMS Broadcast, seperti nama, nomor KTP, alamat tinggal, nomor HP, pada point ini secara tidak langsung system SMS Broadcast sudah menaruh perhatian pada masalah kecakapan hokum calon pengguna jasa aplikasi mereka. Sedangkan keharusan mencantumkan nama produk pada tahapan diatas lebih kepada untuk memberikan informasi kepada pihak penyedia jasa mengenai objek yang bakal mereka promosikan

Tahap 4

Setelah formulir terisi semua dengan lengkap, maka proses selanjutnya adalah informasi kesesuaian data, jika tidak sesuai maka data tidak akan diproses.⁵²



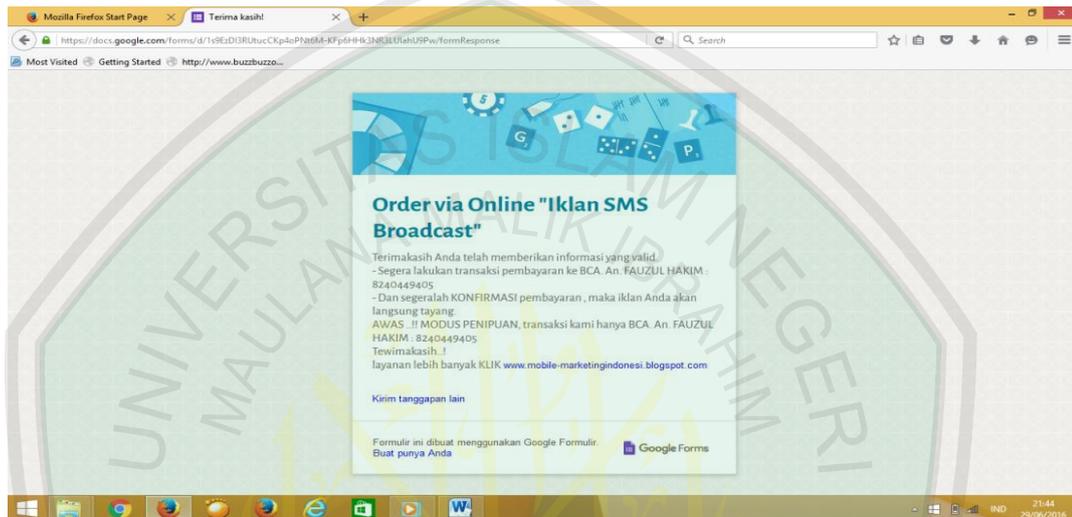
Gambar 4.5

Pada tahap yang ke empat diatas respon pihak penyedia jasa aplikasi SMS Broadcast terhadap informasi data yang diisi oleh pihak calon pengguna jasa menunjukkan bahwa dalam interaksi tersebut berlaku dua arah dalam artian tidak didominasi oleh salah satu pihak saja. pada tahap ini keputusan berlangsungnya hubungan transaksi antara penyedia jasa dan calon pengguna jasa berada dipihak penyedia jasa.

⁵²Rahmat Amal Mekanisne Iklan
Broadcast <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdGvCExuURhd7FayRybCgmrnk9Zd4H51mkBfs-e0VuAo9Dyvg/viewform> diakses tanggal 12 juli 2016 12 30

Tahap 5

Selanjutnya pihak pengguna jasa akan mendapatkan informasi kembali dari penyedia jasa mengenai biaya yang harus ditransfer melalui no rekening pemilik penyedia jasa yang tertulis pada teks tersebut.⁵³



Gambar 4.6

Pada tahap yang kelima diatas, keputusan berlangsungnya hubungan transaksi antara penyedia jasa dan calon pengguna jasa berada dipihak pengguna jasa. Pihak calon pengguna jasa mempunyai hak pilih untuk melanjutkan atau membatalkan

Tahap 6

Terjadinya transaksi tersebut menjadikan antara pihak pengguna jasa dan penyedia jasa terjadi sebuah perjanjian yang telah disepakati. Dan pihak pengguna jasa berhak mentranfer uang / bayaran kepada pengguna jasa

⁵³Rahmat Amal Mekanisne Iklan Broadcas
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdGvCEXuURhd7FayRybCgmrnk9Zd4H51mkBfs-e0VuAo9Dyvg/formResponse> akses tanggal 12 juli pukul 12.35

Jika hubungan antara pengguna jasa dan penyedia jasa *SMS Broadcast* sudah sudah sampai kepada tahap yang ke enam yang diatas maka terjadilah sebuah perjanjian yang mengikat antara kedua belah pihak, dan melahirkan kewajiban bagi pihak penyedia jasa untuk memenuhi hak pihak pengguna jasa yaitu menyebarkan informasi yang ingin dipromosikan sesuai dengan pendaftaran awal.

B. Analisis Penggunaan Akad *Ijarah* terhadap Cara Kerja Sistem Bisnis *SMS Broadcast*

Untuk meninjau *SMS Broadcast* dari sisi *ijarah* maka perlu diketahui apa itu konsep *Ijarah*. Dalam fikih mazhab empat ulama' mazhab Hanafi menjelaskan : bahwa *ijarah* ialah suatu perjanjian yang memberikan faedah memiliki manfaat yang diketahui dan disengaja dari benda yang disewakan dengan ada imbalan pengganti.⁵⁴ Dari definisi ini bahwa dalam perjanjian *ijarah* antara pengguna jasa dan penyedia jasa harus memberikan kemanfaatan suatu barang yang dimilikinya dan dari penyedia jasa aplikasi yang dimiliki harus mengandung unsur yang jelas dan legal diambil manfaatnya, bagi pengguna jasa berhak memberikan pembayaran (sewa) tertentu kepada pengguna jasa. (Dari sini dapat diketahui bahwa salah satu syarat *ijarah* adalah adanya unsur manfaat dan terbebasnya dari hal yang haram). Jika ditinjau dari sisi ini dapat diketahui bahwa sistem *SMS Broadcast* tidak bertentangan dengan konsep *ijarah* karna pada sistem *SMS Broadcast* terdapat banyak manfaat. Manfaat tersebut bukan hanya terbatas

⁵⁴Abdul rahman Al-Zaziri kitab *Al-Fiqhi Ala Al-Madzahib Al-Arba'a*, h. 166

pada kedua belah pihak (penggu dan penyedia jasa) tapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat luas dan perkembangan ekonomi secara umum.

Dari sisi ini sistem SMS *Broadcast* tidak bertentangan dengan konsep ijarah , karena pada saat pengguna ingin memanfaatkan jasa SMS *Broardcast* mereka diwajibkan mengisi formulir yang dalam formulir tersebut ada form umur yang harus di isi, nanti akan ditindak lanjuti oleh pihak penyedia jasa. Jika memenuhi syarat maka calon pengguna jasa bisa menggunakan jasa sms broadcast yang disediakan oleh pihak penyedia jasa, sehingga dari sini jelas konsep umur atau balik menjadi perhatian syarat sah dalam sistem SMS*Broadcast*.

Mengenai penjelasan waktu yang telah digunakan oleh pengguna jasa dan penyedia jasa yakni SMS *Broadcast* sudah disebutkan dalam awal melakukan transaksi. Sebab hal ini untuk menghindari adanya ketidakjelasan waktu untuk melakukan transaksi hak ini sesuai dengan pendapat para ulama' bahwa penentuan masa awal akad adalah syarat yang harus disebutkan dalam akad.

Dalam khazanah hukum Islam terdapat, beberapa mazhab fikih yang cukup populer dikalangan kaum muslimin di seluruh di dunia. Salah satu mazhab yang memiliki banyak pengikut dalam dunia fikih adalah mazhab hanafi. Pada penulisan skripsi ini fiqh mazhab hanafi, khususnya konsep tentang ijarah digunakan sebagai pisau analisis dalam meninjau sistem bisnis SMS *Broadcast* yang ada dizaman ini.

Untuk meninjau bagaimana status bisnis SMS *Broadcast* pada konsep Ijarah mazhab hanafi, maka perlu dilihat terlebih dahulu definisi yang dikemukakan oleh para ulama hanafiyah tentang ijarah ini, mereka mendefinisikan “*Ijarah adalah sesuatu perjanjian yang memberikan faedah memiliki manfaat yang diketahui dan disengaja dari benda yang disewakan dengan imbalan pengganti. Sesuatu perjanjian maksudnya adalah ijab dan kabul, (tidak wajib diucapkan).*”

Unsur-unsur yang terdapat pada definisi di atas juga terdapat dalam sistem bisnis SMS *Broadcast*, dalam sistem SMS *Broadcast* terdapat form yang berisi kesepakatan antara pihak penyedia jasa (pemilik aplikasi *Broadcast*) dengan pihak pengguna jasa, form tersebut bisa dikategorikan sebagai suatu perjanjian (nota kesepakatan) yang memuat hak dan kewajiban masing-masing pihak.

Interaksi bisnis antara penyedia jasa (pemilik aplikasi SMS *Broadcast*) dengan pihak pengguna jasa sebenarnya di dasari oleh kepentingan yang dibutuhkan oleh kedua belah pihak. Pihak penyedia jasa memiliki kepentingan yang bersifat komersial dari aplikasi yang dimilikinya, sedangkan pengguna jasa memiliki kepentingan yang sifatnya kebutuhan sekunder dari hasil kerja aplikasi SMS *Broadcast* tersebut, misalnya untuk menyebarkan informasi yang ia anggap penting demi kemajuan usahanya. Sehingga kemanfaatan dari sistem SMS *Broadcast* ini bisa dikategorikan sebagai unsur manfaat yang disebutkan dalam definisi Ijarah menurut ulama hanafi tersebut. Kemudian biaya yang harus dikeluarkan oleh pengguna jasa pada sistem SMS *Broadcast* tersebut juga bisa

dianggap mewakili unsur definisi ijarah (khususnya imbalan) menurut mazhab hanafi tersebut di atas.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dari sisi definisi Ijarah menurut mazhab hanafi bahwa sistem bisnis SMS *Broadcast* dapat dikategorikan kegiatan ijarah.

Kemudian SMS *Broadcast* juga perlu kita tinjau dari sisi syarat-syarat sahnya ijarah menurut mazhab hanafi. Pada kitab *mazahibul arba'a*, disebutkan bahwa menurut mazhab hanafi, ada sembilan (9) poin syarat-syarat sahnya Ijarah adalah :⁵⁵

1. Keridhoan dua orang melakukan perjanjian (Syarat yang pertama ini tentu sudah terpenuhi, karena pada sistem bisnis SMS *Broadcast*, tidak ada indikasi pemaksaan dari penyedia jasa (pemilik aplikasi sms broadcast) terhadap pengguna jasa SMS *Broadcast*.)
2. Hendaknya sesuatu yang disewakan itu dapat diserahkan, jadi tidak sah menyewa binatang yang hilang yang tidak dapat diserahkan (Pada syarat yang kedua ini, ada substansi yang perlu kita gali dari poin keharusan menyerahkan sesuatu yang disewakan tersebut, substansinya adalah agar orang yang menyewa tersebut mendapatkan manfaat dari akad sewa yang ia lakukan. Pada sistem SMSBroadcast penyedia jasa tidak mungkin untuk menyerahkan aplikasi SMS *Broadcast* yang mereka miliki, karena rahsia dari aplikasi tersebut menjadi harta utama mereka, sehingga harus dijaga. Namun manfaat dari SMS *Broadcast* tersebut tentu harus dipersembahkan

⁵⁵ Abdul rahman Al-Zaziri kitab Al-Fiqhi Ala Al-Madzahib Al-Arba'a, h. 176

oleh pihak penyedia jasa pada pihak pengguna jasa sebagai imbalan dari biaya sewa yang mereka keluarkan, dan pihak pengguna jasa *SMSBroadcast* juga bisa memantau kinerja pihak penyedia jasa melalui kode yang mereka (pengguna jasa) terima.

3. Hendaknya pekerjaan yang diijarahkan bukan merupakan hal yang fardhu bagi orang yang disewa (buruh) sebelum perburuhan.

(Pada syarat nomor 3 ini, sebenarnya lebih mengarah pada dunia publik domain, misalnya para hakim memang digaji untuk menegakkan keadilan oleh negara, karena mereka digaji oleh negara, secara otomatis menegakkan keadilan menjadi kewajiban bagi para hakim, dengan demikian maka hakim tidak boleh menerima upah dari pihak yang bersengketa misalnya. Dalam kaitannya dengan sistem *SMS Broadcast*, pihak penyedia jasa sebenarnya bukan pihak yang berkewajiban melayani masyarakat secara umum. Maka dari sisi syarat sah yang ketiga ini sistem *SMS Broadcast* bisa dikategorikan sebagai Ijarah.).

Pada tahapan mekanisme praktek *SMS Broadcast* diatas tidak ada indikasi yang menunjukkan bahwa menyebarkan informasi yang diinginkan oleh pihak calon pengguna jasa merupakan suatu kewajiban pihak penyedia jasa, sebelum terjadinya tahap yang ke enam yang diatas (pihak calon pengguna jasa telah membayar tarif yang ditetapkan oleh pihak penyedia jasa). jadi kewajiban tersebut bukan merupakan kewajiban asal tapi kewajiban tersebut lahir dari perjanjian yang terjadi pada tahap enam

4. Adanya manfaat (Syarat sah yang ke empat ini juga sudah terdapat dalam sistem bisnis *SMS Broadcast*, karena hubungan antara penyedia jasa (pemilik aplikasi sms broadcast) dengan pihak yang menggunakan jasa *SMS Broadcast* adalah jenis hubungan mutualisme dan bermanfaat), manfaat tersebut banyak sekali dan sifatnya bukan hanya menguntungkan satu pihak saja, adapun bagi pengguna jasa manfaatnya adalah tersebarnya informasi produk yang mereka milik kepada instansi masyarakat luas, sehingga tersebarnya produk tersebut akan memberikan pemasukan ekonomi semakin meningkat bagi pihak pemilik produk serta membeikan instansi kemanfaatan produk kepada masyarakat, dengan begitu pendapatan akan meningkat memberikan pemasukan yang besar bagi kepada perusahaan untuk memasarkan pemberian peluang bagi negara untuk mendapatkan kenaikan tarif pajak dengan begitu negara akan memperoleh pemasukan negara yang menigkat pula.

Selanjutnya untuk kemanfaatan penyedia jasa mereka membantu meningkatkan perekonomian masyarakat, dengan cara menyebarkan produk, pendapatan bagi mereka, sumber pendapatan bagi mereka dan pendapatan yang mereka dapatkan terbebas dari sifat merugikan karna ada unsur tolong menolong. Bagi masyarakat luas (bagi penerima), informasi tersebut bermanfaat bagi mereka yang membutuhkan produk yang dipasarkan lewat *SMS Broadcast* sehingga apa yang mereka butuhkan cepat bisa mereka dapatkan melalui sistem *SMS Broadcast* karna dalam sistem *SMS Broadcast* biasanya dicantumkan alamat, nomer handphon,

email, pin bbm, whatsapp, no KTP dan no rekening pihak pemilik produk yang ditawarkan tersebut disertakan alamat rumah, nomor rekening. Jika pembayaran sudah dilakukan, maka penyedia jasa wajib memasarkan produk tersebut sesuai dengan paket atau tarif yang ditawarkan oleh SMS *Broadcast*. Pihak pengguna jasa berwenang memilih paket tersebut sesuai dengan kebutuhan serta mengambil manfaat layanan yang diberikan melalui aplikasi tersebut dikarenakan adanya penyediaan jasa untuk mendapatkan manfaat dari pembayaran yang didapatkan, dengan begitu wajib bagi dia melakukan pembayaran kepada pihak SMS *Broadcast*. Mekanisme pembayaran akan diberikan kepada pihak SMS *Broadcast* melalui no rekening yang dikirimkan kepada pihak pengguna jasa setelah melakukan pendaftaran jadi untuk pembayaran akan diberikan pada awal sebelum produk tersebut dipromosikan, agar pengguna jasa mampu mengetahui pemasaran tersebut maka pihak SMS *Broadcast* akan memberikan informasi dan via sms mengenai laporan yang sudah terkirim. Dengan begitu salah satu syarat sudah terpenuhi yakni manfaat yang diketahui dengan jelas oleh pihak pengguna jasa maupun penyedia jasa, jika manfaat itu berisi tentang kemungkaran maka hukumnya haram dipergunakan.

5. Hendaknya upah Ijarah diketahui (Pada poin ini juga bisa dikatakan sesuai dengan sistem bisnis SMS *Broadcast*, karena pada bisnis SMS *Broadcast* ada paket yang bisa dipilih oleh pengguna jasa SMS *Broadcast*).

6. Hendaknya manfaat atau upah tidak berupa manfaat dari jenis sesuatu yang dijadikan perjanjian⁵⁶. (Jadi tidak sah menyawakan menempati rumah dengan ongkos menempati rumah orang lain.)

(Syarat sah ijarah menurut mazhab hanafi dari no 6 ini juga sudah tercakup pada sistem bisnis sms broadcast, karena tidak ada kewajiban bagi pengguna jasa sms broadcast untuk mengembalikan dengan jasa serupa kepada pihak pemilik aplikasi sms broadcast), pada praktek *SMS Broadcast* tarjet yang harus ingin dicapai oleh pihak pengguna jasa dan penyedia jasa jelas berbeda, pengguna jasa mempunyai kepentingan agar produk-produknya dikenal oleh khalayak ramai/ masyarakat sehingga jasa yang diperlukan adalah penyebaran informasi tersebut sedangkan tarjet yang ingin dicapai oleh pihak penyedia jasa adalah nominal uang sebanyak mungkin dari pihak pengguna jasa.

7. Kosongnya perjanjian dari syarat-syarat yang tidak dikehendaki dan tidak sesuai. (Pada form sms broadcast pihak pengguna jasa diberikan kewenangan untuk tidak mencontreng poin-poin pada form yang disediakan oleh pihak penyedia jasa *SMS Broadcast*, sehingga jika sudah diperiksa oleh pihak penyedia jasa untuk kemudian pihak pengguna jasa memutuskan melanjutkan atau menolak hubungan bisnis *SMS Broadcast* tersebut.),
8. Manfaat yang diharapkan itu diketahui dengan pengetahuan yang shohih. (Manfaat pada sistem bisnis *SMS Broadcast* dapat diperkirakan dan diprediksi oleh pengguna jasa, misalnya potensi manfaat yang akan mereka

⁵⁶Abdul rahman Al-Zaziri kitab Al-Fiqhi Ala Al-Madzahib Al-Arba'ah. 180

peroleh jika menggunakan jasa SMS *Broadcast*), karena popularitas suatu produk berbanding lurus dengan kualitas dan advertaising terhadap produk tersebut. Melalui media SMS Broadcast ini dimungkinkan untuk mendobrak popularitas suatu produk yang dimiliki oleh pengguna jasa yang pada akhirnya popularitas produk tersebut akan berdampak pada naiknya pendapatan pihak pengguna jasa SMS *Broadcast*.

9. Menjelaskan tempatnya manfaat⁵⁷ (Pada sistem SMS *Broadcast* sudah diperinci apa yang menjadi hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak.) biasanya pada pemasaran jasa aplikasi SMS *Broadcast* di intrrnet selalu disertai dengan informasi mengenai peluang atau potensi yang akan ddidapatkan atau dinikmati oleh para calon pengguna jasa SMS Broadcast. Dari sisi ini jelas manfaat aplikasi SMS *Broadcast* sudah terjelaskan pada situs yang memuat informasi mengenai SMS Broadcast.

Dari 9 syarat yang terdapat pada mazhab hanafi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa secara substansi 9syarat tersebut sudah ada dalam sistem bisnis SMS *Broadcast*, atau dengan kata lain bahwa sistem SMS *Broadcast* merupakan bentuk ijarah dalam perspektif mazhab hanafi.

Berikutnya Praktek SMS *Broadcast* ditinjau dari segi Rukun Ijarah menurut Madzhab Hanafi. Adapun rukun ijarah menurut madzhab Hanafi adalah, hanya ijab dan qabul, hal ini sesuai dengan apa yang dikutip oleh wahbah zuhaili dalam bukunya *fiqh al –islam wa adilatu*.⁵⁸

⁵⁷ Abdul rahman Al-Zaziri kitab Al-Fiqhi Ala Al-Madzahib Al-Arba'a, h. 183

⁵⁸ Wahbah az-zuhaili, *fiqh Islam wa adilatu*, Terj Abdul Hayyie al kattani, Cetakan : I (Gema insani : Depok, 2011) h. 387.

Dalam praktik SMS *Broadcast* ijab kabul antara pengguna jasa dan penyedia jasa terjadi secara tidak langsung (ijab qabul menggunakan media internet), tahapan pengiriman no rekening, dan tawaran jasa yang dipublikasikan bisa dikategorikan sebagai ijab, dan konfirmasi pembayaran tarif lewat transfer rekening oleh pihak calon pengguna jasa bisa dikategorikan sebagai qabul. Sehingga dari sisi rukun ijarah, system sms broadcast juga bias dikatakan ijarah.

Mengenai pembayaran yang dilakukan diawal penulis mendapatkan informasi narasumber yang bernama Rahmad Amal (umur 28 tahun) tersebut didapatkan informasi bahwa pembayaran tarif terletak didepan.⁵⁹

Keterangan dari narasumber tersebut menjelaskan kepada penulis bahwa jenis ijarah yang dipraktekkan dalam SMS *Broadcast* ini adalah jenis ijarah yang pembayaran ujahnya dilakukan diawal, sedangkan kewajiban dilaksanakan setelah dibayar upah nya.

⁵⁹Hasil wawancara dengan Rahmad Amal di Surabaya tanggal 05 juli pukul 14.45



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai SMS *Broadcast* maka didapatkan kesimpulan berikut ini :

1. Dalam Mekanisme ini terdapat tahapan yang harus ditempuh dalam praktek SMS *Broadcast*, tahapan tersebut (1) harus adanya alamat website pihak penyedia jasa (SMS Broadcast) yang jelas, (2) harus adanya spesifikasi informasi yang berkaitan dengan Tarif, dan penjelasan tentang layanan dengan jelas (3) harus adanya kejelasan identitas oleh calon pengguna jasa (4) harus adanya konfirmasi mengenai kesesuaian data dari penyedia jasa

(5) harus adanya tawaran kesepakatan dari pihak penyedia jasa setelah menindaklanjuti kejelasan identitas yang dimasukkan oleh calon pengguna jasa (6) harus adanya keputusan yang diambil oleh calon pihak pengguna jasa. Jika dilanjutkan maka berlaku perjanjian ijarah, jika tidak maka sebaliknya. Sehingga jika 6 tahapan tersebut dipenuhi maka praktek hubungan SMS *Broadcast* antara pengguna jasa dan penyedia jasa dapat dilaksanakan.

2. Pada praktek SMS *Broadcast* tidak ditemukan hal-hal yang bertentangan dengan konsep Ijarah menurut mazhab hanafi. Sehingga sistem SMS *broadcast* bisa dikategorikan sebagai salah satu model Ijarah kontemporer dalam dunia bisnis, karena jenis ijab qabulnya pada SMS *Broadcast* tidak secara langsung (tidak bersifat lisan). Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa karakteristik Ijarah yang terdapat pada system SMS *Broadcast* ini yaitu Ijarah yang pembayaran upahnya diletakkan pada awal kesepakatan (melakukan transfer terlebih dahulu) sedangkan kewajiban dilaksanakan setelah pembyaran upah. (terlaksana pnyebaran informasi).

B. Saran

1. Bagi pengguna jasa, hendaknya dalam melakukan transaksi terlebih dahulu memperhatikan dan mempertimbangkan tentang syarat-syarat yang ditetapkan oleh pihak sms broadcast, agar dikemudian hari tidak menimbulkan suatu problem baru yang dapat mengecewakannya.

2. Bagi pihak penyedia jasa, hendaknya memperhatikan syarat-syarat yang telah ditetapkan, apakah syarat dan ketentuan tersebut diperbolehkan atau tidaknya dalam syariah. Sehingga dari pihak pengguna jasa sendiri tidak akan ada sebuah unsur penipuan atau merugikan pihak yang lain.



DAFTAR PUSTAKA

Qur'an

Departemen Agama RI, *Qur'an Tajwiddan Terjemah*. Jakarta :pustaka Maghfirah, 2006.

Hadist

Muhammad Fu'ad 'Abdul Baqi, *Kumpulan Hadits Shahih Bukhari-Muslim*, (Solo : Insan Kamil, 2011)

Buku

Arfan Abbas, *99 Kaidah Fiqih Muamalah kulliyah* (Malang: UIN Maliki Press, 2013),

Ali Hasan M., *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2004)

Ali Muhammad, *Penelitian Kependudukan Prosedur dan Strategi*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008)

A Kadir. *Hukum Biisnis Syariah Dalam Al-Qur'an* (Jakarta : Amzah, 2010).

A. Mas'adi Ghufron, *Fiqih Muamalah Konstekstual*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002

Amiruddin dan Asikin Zainal, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004)

Azhar Ahmad Basij, *Asas-Asas Hukum Mua'amalah*, (Yogyakarta: Perpustakaan Fak. Hukum UII, 1993)

Az-Zuhaili Wahbah, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu Jilid 4* (Cet.1, Jakarta: Gema Insani, 2011)

- Burton Richard Simatupang, *Aspek Hukum dalam Bisnis*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1996)
- Dewi Gemala Dkk, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*. Cet-2 (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2006)
- Fu'ad 'Abdul Baqi Muhammad, *Kumpulan Hadits Shahih Bukhari-Muslim*, (Solo : Insan Kamil, 2011)
- Ghazali Abdul Rahman dan Ghufron Ihsan (eds), *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Ghofur Abdul Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2010)
- Haroen Nasrun dkk, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Cet, 1, Jakarta : PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 2003)
- Ibrahim Johnny, *Teori Dan Metode Penelitain Hukum Normatif* , (Malang: Bayumedia Publishing,2006)
- Johan Nasution Bahder, *Metode Penelitian Hukum*, (Cet. I; Bandung: CV Mandar Maju, 2008)
- Konthler Philip, *Dasar Dasar Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Prenhalindo, 19970),
- Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2009)
- Marzuki, *Metodologi Riset*, (yogyakarta: PT Prasetya Widia Pratama, 2004)
- Muhammad Abdul bin Ath-Thayyar dan Abdullah bin Muhammad Al-Muthlaq (eds), *Ensiklopedia Fiqih Muamalah*,
- Muhammad Abdulkadir, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung PT. Citra Aditya Bakti, 2004)
- Rahman Abdul Al-Zaziri kitab *Al-Fiqhi Ala Al-Madzahib Al-Arba'a*, terj. Moh. Zuhri Dkk. *Fiqh Empat Madzhab*, (jilid 4: Semarang: Cp adhi Grafika, 1994
- Muljadi Kartini dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004),

- Mahmud Marzuk Peter, *Metode Penulisan Hukum*, (jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2005)
- Narbuko Cholid dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Akara, 2005)
- Nurachmad Much, *Buku Pintar Memahami dan membuat Surat Perjanjian*. (Jakarta: Visimedia, 2010)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, cet. Ketiga belas (Jakarta : Rineka Cipta, 2006)
- Sabiq Sayyid, *Fiqih Sunnah 13*. Ter. Kamaluddin A. Marzuki (Bandung Al-Ma'arif, 1987)
- Satori Djam'an, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Soekanto Soerjono, Sri Mmuddji. *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, (jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006)
- Timothy James, *Trik Mengoptimalkan Google Adesense*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008)
- Tim Penyusun Fakultas Syariah, *Pedoman Panduan Karya Ilmiah*, (Malang, UIN Malang, 2012).
- Vestergard and Schroder, *The Language of Advertising*. (New York, Brasil Blackwell.1989)

Internet

- <http://wordpress.com> weblog, diakses pada 23 Maret 2016
- <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdGvCEXuURhd7FayRybCgmrnk9Zd4H51mkBfs-e0VuAo9Dyvg/formResponse> akses tanggal 12 juli pukul 12.35
- <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdGvCEXuURhd7FayRybCgmrnk9Zd4H51mkBfs-e0VuAo9Dyvg/viewform> diakses tanggal 12 juli 2016 12 30
- [shttps://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdGvCEXuURhd7FayRybCgmrnk9Zd4H51mkBfs-e0VuAo9Dyvg/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdGvCEXuURhd7FayRybCgmrnk9Zd4H51mkBfs-e0VuAo9Dyvg/viewform) diakses tanggal 12 juni pukul 12.13
- <http://www.iiklan-smsbroadcast.com/search?updated-max=2016-03-02T19:03:00-08:00&max-results=5> diakses tanggal 12 juli pukul 12.00

LAMPIRAN

Hasil wawancara ini saya lakukan dengan langsung menghubungi lewat via telphon, dia bernama Rahmad Amal, bertempat dikawasan Surabaya.

Saya :Siapakah pihak-pihak yang terkait dalam sistem bisnis SMS Broadcast ?

Rahmad :Pihak yang bersangkutan ya, saya sendiri sebagai pemilik aplikasi atau sebagai penyedia jasa bagi para pihak yang membutuhkan aplikasi tersebut, seperti untuk mempromosikan produknya lewat via SMS

Saya : bagaimanakah bapak memakai media untuk mempublikasikan produk tersebut?

Rahmad : media ini hanya memakai melewati SMS saja mbk, jadi nanti para member SMS dan mengisi formulir bersetaan dengan isi pesan singkat yang harus kita publikasikan kepada pihak penerima informasi

Saya :Pembayaran atau ujah terdapat di awal apakah diakhir mas?

Rahmad :pembayaran berada diawal sesudah dia mendarat sebagai member dan angung mengirim kenomor rekening yang saya kirimkan

Saya :Bagaimakah Cara pengguna mengetahui kinerja pihak *SMS*

Broadcast

Rahmad :nanti mbk, dari pihak saya akan mengirimkan pesan kepada pihak pengguna jasa tentang proses peniriman,

Saya :Siapakah pemilik alamat, tempat tinggal, nama lengkap, jasa *SMS Broadcast*

Rahmad : waduh mbk itu lupa saya, karna proses aplikas milik perorangan

Saya :Bagaimanakah mekanismenya pengguna jasa untuk menjadi konsumen pada jasa *SMS Broadcast* ?

Rahmad : ya harus mendaftar pada form yang telah kita sediakan dihalam website, jad pihak yang menginginkan langsung bias mengecek di internet



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH

Terakreditasi "A" SK BAN-PT Depdiknas Nomor : 013/ BAN-PT/ Ak- X/S1/VI/2007

Jl. Gajayana 50 Malang 65144, Indonesia Telp. (0341) 551-354 Fax. (0341) 572-533

BUKTI KONSULTASI

Nama Mahasiswa : Husnul Khotimah
NIM : 12220141
Fakultas/ Jurusan : Syariah / Hukum Bisnis Syariah
Dosen Pembimbing : H. Ali Hamdan M.A Ph.D
Judul : **Tinjauan Akad Ijarah Terhadap Sistem Bisnis Short
Message Service Broadcast**

No	Hari/ Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1.	Rabu, 16 Maret 2016	Proposal	
2.	Senin, 21 Maret 2016	Revisi Proposal	
3.	Senin, 04 April 2016	BAB I	
4.	Kamis, 14 April 2016	Abstrak	
5.	Senin, 25 April 2016	Revisi Abstrak	
6.	Rabu, 04 Mei 2016	BAB II dan revisi BAB I	
7.	Jum'at 13 Mei 2016	BAB III dan revisi BAB II	
8.	Senin, 16 Mei 2016	BAB IV dan revisi BAB III	
9.	Selasa, 24 Mei 2016	BAB IV dan revisi BAB IV	
10.	Kamis, 02 Juni 2016	Revisi BAB IV	
11.	Jum'at 10 Juni 2016	ACC BAB I, II, III, IV, dan Abstrak	

Malang, 10 Juni 2016

Menggetahui
Kepala Jurusan Hukum Bisnis Syariah

Dr. H. Muhammad Nur Yasin, S.H., M. Ag
NIP: 196910241995031003

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Data Pribadi

1. Nama Lengkap : Husnul Khotimah
2. Tempat Tanggal Lahir : Lamongan, 17 agustus 1993
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat Asal : Cumoleng Brondong Lamongan
5. Telepon : 085706011160
6. Email : chotim_sweet@yahoo.co.id

B. Riwayat Pendidikan Formal

1. 2000 – 2006 : MI Ma'arif Cumpleng
2. 2006 – 2009 : Mts Tarbiyatut Tholabah
3. 2009 – 2012 : MA Tarbiyatut tholabah
4. 2012 – sekarang : S-1 Fakultas Syariah

Jurusan Hukum Bisnis Syariah

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

Malang

C. Riwayat Pendidikan Non Formal

1. 2006 – 2009 : Ponpes Tarbiyatut Tholabah
2. 2009-2012 : Ponpes Tarbiyatut Tholabah