

Tinjauan Akad Ijarah terhadap Praktik Promosi Berbayar (*Paid Promote*) pada Akun Instagram @Inatheana

Annisa Nur Ertama, Eva Misfah Bayuni, Yandi Maryandi

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

annisa.ertama11@gmail.com, evambayuni@gmail.com, yandimaryandi85@gmail.com

Kata Kunci—*Iklan, Ijarah, Instagram, Promosi Berbayar.*

Abstract—One of the most frequently used social media today is Instagram. The use that can be done through Instagram in terms of business is paid promotion. The use of paid promote can be determined by muamalah, one form of muamalah that is often encountered in everyday life is the ijarah contract. This study aims to analyze the practice of paid promotion on the @inatheana Instagram account and to review it with the ijarah agreement on being paid to promote on the Instagram account. This research method uses descriptive analysis with a qualitative approach. The method in data collection was obtained based on field observations in the form of interviews and post documentation from the @inatheana instagram account. As well as completing data from literature studies related to the provisions of the ijarah contract. The results of the study concluded that the paid promoting practices carried out by the Instagram account @Inatheana have not been done well. Because the provisions made were not in accordance with the implementation, there were still some who did not post and still received products that were not in accordance with the terms of the ijarah. In the ijarah theory that if the harmony and the terms of the ijarah contract have not been fulfilled then the contract is invalid.

Keywords—*Ijarah, Instagram, Paid Promote.*

Abstrak—Media sosial yang sering digunakan saat ini salah satunya adalah instagram. Pemanfaatan yang dapat dilakukan melalui instagram dari segi bisnis yaitu paid promote. Penggunaan paid promote dapat ditentukan dengan muamalah, salah satu bentuk muamalah yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari adalah akad ijarah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa praktik promosi berbayar pada akun instagram @inatheana dan ditinjau dengan akad ijarah terhadap paid promote pada akun instagram tersebut. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Metode dalam pengumpulan data diperoleh berdasarkan observasi lapangan berupa wawancara dan dokumentasi postingan dari akun instagram @inatheana. Serta melengkapi data dari studi pustaka yang berkaitan dengan ketentuan akad ijarah. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa praktik paid promote yang dilakukan oleh akun instagram @inatheana belum dilakukan dengan baik. Karena ketentuan yang dibuat tidak sesuai dengan pelaksanaannya, masih terdapat beberapa yang tidak memposting dan masih menerima produk yang tidak sesuai dengan syarat ijarah. Dalam teori ijarah bahwa apabila rukun dan syarat akad ijarah belum terpenuhi maka akad tersebut tidak sah.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet telah membentuk para pengguna aktif internet sebagai sarana berbisnis. Para pelaku bisnis online (online shop) menggunakan media promosi melalui media sosial, untuk menarik perhatian masyarakat. salah satunya adalah instagram. Aplikasi instagram merupakan aplikasi paling efektif sebagai bentuk promosi bisnis dan salah satu metode iklan yang dapat menjangkau pengguna internet secara lebih tertarget. Pemanfaatan yang dapat dilakukan melalui instagram dari segi bisnis adalah Paid Promote, yaitu sebuah promosi berbayar yang membayar kepada pemilik akun-akun instagram yang memiliki follower banyak untuk sekedar mempromosikan produknya. Semakin banyak pengikut follower yang banyak, maka semakin besar pula peluang mendapatkan pundi-pundi rupiah. Saat ini penggunaan paid promote sangat populer di media sosial instagram.

Penggunaan paid promote dapat ditentukan dengan muamalah. Salah satu bentuk muamalah yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari adalah akad ijarah. Ijarah adalah transaksi sewa menyewa atas suatu barang, dana atau upah mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa. Akad ijarah memiliki ketentuan rukun dan syarat yang harus dipenuhi, salah satunya adalah manfaat yaitu dapat diketahui, dapat diperhitungkan dengan jelas, mudah (diperolehkan) untuk dimanfaatkan, dapat diberikan oleh pihak yang menyewakan dan dibatasi sesuai dengan perjanjian (waktunya ditentukan).

@inatheana merupakan akun instagram yang membuka jual beli jasa dalam bentuk Paid Promote. Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada akun @inatheana dari segi praktik Paid Promote kemungkinan terdapat ketidaksesuaian antara ketentuan-ketentuan yang diberikan kepada Online shop. Diantaranya kelalaian yang dilakukan kepada Online Shop terhadap manfaat objek yang terkadang tidak diketahui secara jelas, pemilik akun tidak mengecek apakah objek yang akan dipromosikan halal atau tidak. Begitu juga dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh panitia atau pembuka praktik paid promote

bahwa akan diposting sebanyak 80 akun aktif yang mempromosikan namun pada faktanya tidak sesuai jumlah yang sudah ditentukan.

Dari fakta yang terjadi, maka peneliti ingin mengetahui praktik yang terjadi dengan teori akad ijarah mengenai praktik promosi berbayar (paid promote) yang dilakukan oleh akun instagram @inatheana.

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisa ketentuan akad ijarah terhadap praktik promosi berbayar (Paid Promote) pada akun instagram @inatheana.
2. Untuk menganalisa praktik promosi berbayar pada akun instagram @inatheana.
3. Untuk menganalisa tinjauan akad ijarah terhadap praktik promosi berbayar (Paid Promote) pada akun instagram @inatheana.

II. LANDASAN TEORI

A. Pengertian Akad Ijarah

Ijarah secara etimologis adalah mashdar dari kata *اجر* – *جر* *يا* (ajara-ya'jiru), yaitu imbalan atas perbuatan atau upah yang diberikan sebagai kompensasi sebuah pekerjaan. Definisi tentang ijarah itu terkandung dua pengertian, yaitu bisa bermakna jual beli manfaat benda dan bisa disebut dengan jual beli tenaga manusia. Ijarah dapat juga dikatakan sebagai pemindahan hak guna atau manfaat terhadap barang atau jasa dari seseorang kepada orang lain dalam kurun waktu tertentu sesuai kesepakatan.

B. Rukun dan Syarat Akad Ijarah

Agar transaksi akad ijarah menjadi sah harus terpenuhi rukun dan syarat sahnya akad ijarah. Rukun ijarah yang bersifat umum adalah:

1. Dua pihak yang berakad yaitu mu'jir (pemberi sewa) dan musta'jir (penerima sewa).
2. Manfa'ah (manfaat barang atau jasa seseorang).
3. Ujrah (imbalan atas jasa yang diterima oleh mu'jir).
4. Sighat (pernyataan penawaran dan penerimaan/ al-ijab wa al-qabul).

Syarat-syarat atau unsur-unsur yang harus diperhatikan agar terpenuhinya akad ijarah antara lain sebagai berikut :

1. Dua orang yang berakad (mu'ajir dan musta'jir) disyaratkan berakal dan mumayyiz. Namun, tidak disyaratkan baligh. Dan antaradin, artinya kedua belah pihak berbuat atas kemauan sendiri.
2. Sesuatu yang diadakan (barang dan pekerjaan), disyaratkan :
 - a. Objek yang disewakan dapat diserahkan baik manfaat maupun bendanya.
 - b. Manfaat dari objek yang di-ijarah-kan harus sesuatu yang dibolehkan agama.
 - c. Manfaat dari objek yang di-ijarah-kan harus diketahui.
 - d. Manfaat dari objek yang disewakan dapat dipenuhi secara hakiki.
 - e. Manfaat dalam akad ijarah harus berupa

pekerjaan yang bukan kewajiban yang tidak dapat diwakilkan oleh mu'jir.

- f. Manfaat yang disewakan menurut kebiasaan dapat disewakan, seperti menyewa toko.
3. Upah/imbalan, disyaratkan berupa benda yang diketahui, sesuatu yang berharga dan tidak disyaratkan dari jenis yang diadakan.
4. Sighat, disyaratkan berkesesuaian dan menyatunya majelis akad seperti yang dipersyaratkan dalam akad jual beli.

C. Landasan Syariah

الْأَمِينُ الْقَوِيُّ اسْتَأْجَرْتُ مِنْ خَيْرٍ إِنَّ اسْتَأْجَرَهُ أَبَتُ يَا خَدَاهُمَا قَالَتْ

Yang artinya : “Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya".(Q.S Al-Qashash (28) ayat 26)

“Dari Abdullah bin Umar berkata, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda : Berikanlah upah kepada para pekerja sebelum kering keringatnya.” (H.R Ibn Majah)

“Dari Abi Sa’id al-Khudri, bahwasanya Rasulullah Saw melarang mempekerjakan seorang pekerja sehingga ia menjelaskan upahnya.” (H.R Bukhari)

D. Paid Promote dalam Instagram

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video antar pengguna instagram yang satu dengan yang lainnya dari seluruh dunia. Instagram menyerupai galeri berukuran raksasa dimana setiap orang bisa melihat hasil karya pengguna instagram yang lain dan menciptakan jaringan pertemanan. Instagram disusun dari dua kata, yaitu “Insta” dan “Gram”. Arti dari kata pertama diambil dari istilah “Instan” atau serba cepat/mudah. Sedangkan kata “Gram” diambil dari “Telegram” yang maknanya dikaitkan sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat.

Paid promote, sesuai dengan namanya yaitu promosi berbayar. Paid promote adalah cara mempromosikan akun instagram atau produk melalui bantuan akun instagram orang lain. Pihak yang ingin dipromosikan oleh akun instagram terkait harus membayar dengan sejumlah nominal tertentu, biasanya ketentuan yang diberikan seperti durasi posting, jumlah post, hingga biaya paid promote bervariasi tergantung ketentuan dari pemilik akun instagram. Upaya menggunakan jasa iklan online berbayar ini juga dapat meningkatkan penjualan dan produk yang dipasarkan dapat lebih dikenal oleh para pengguna instagram.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Ketentuan Akad dalam Pelaksanaan Praktik Promosi Berbayar (Paid promote) Pada Akun Instagram @inatheana.

Akun instagram @inatheana merupakan panitia

delegasi yang melakukan praktik paid promote untuk membantu dalam program kerja yang dilakukan oleh Departemen Pengembangan Internal HMJ Akuntansi Syariah UIN SGD Bandung dengan menggabungkan dari beberapa akun instagram milik seluruh panitia pada acara SAF 2020. Pemilik akun instagram @inatheana diamanahkan sebagai penanggung jawab paid promote dan jumlah dari seluruh panitia berjumlah kurang lebih 83 orang.

Pada praktiknya, customer pertama paid promote yaitu akun instagram dari @customcase.unnik yang memilih paket executive yaitu 2x diposting dalam instastory, 1x postingan feed dan bertahan postingan tersebut selama 3 (tiga) hari. Akun instagram @customcase.unnik ini dapat dipromosikan oleh seluruh akun panitia. Namun, pada customer kedua yaitu akun @ecoracing.eco, promosi paid promote yang dilakukan para panitia mulai berkurang dan tidak sesuai ketentuan. Akun instagram @ecoracing.eco ini memilih paket yang sama yaitu executive yang seharusnya dalam feeds instagram bertahan 3 hari namun terdapat beberapa akun panitia yang sudah menghapus paid promote tersebut sebelum waktu paid promote berakhir.

Customer selanjutnya yaitu akun instagram @cicil.co.id menyewa jasa paid promote dengan memilih paket executive sebanyak dua kali karena pada awal mengikuti paid promote di akun instagram @inatheana mendapat promosi yang hampir seluruh panitia dapat mempromosikannya meskipun tidak sepenuhnya panitia memposting tetapi customer sudah merasa cukup dan beruntung memilih paket tersebut. Namun pada pelaksanaan paid promote yang kedua, kembali berkurang promosi yang dilakukan. Sehingga setelah dianalisis terlihat bahwa masih terdapat ketidaksesuaian dengan ketentuan yang telah dijanjikan.

Ketentuan akad dalam hukum islam, transaksi baik berupa iklan maupun promosi melalui paid promote instagram adalah diperbolehkan dan sah, baik atas nama menyewa akun selebgram atau jasa pengiklanan yang dilakukan oleh akun aktif, karena jasa tersebut sudah termasuk manfaat yang bernilai. Maka, akad tersebut masuk kedalam akad ijarah. Namun dalam pelaksanaan paid promote ini masih terdapat beberapa ketentuan yang tidak sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

B. Tinjauan Akad Ijarah Terhadap Praktik Promosi Berbayar (Paid promote) Pada Akun Instagram @inatheana

Melihat dari pelaksanaan praktik paid promote pada akun instagram @inatheana didalamnya terdapat syarat sah ijarah. Dapat dilihat dengan adanya orang yang berakad sebagai mu'jir adalah penanggung jawab jasa paid promote yaitu pemilik akun instagram @inatheana. Adapun musta'jir atau sebagai penerima sewa adalah akun online shop atau customer yang menyewa jasa paid promote. Kedua belah pihak pun memenuhi syarat keduanya yaitu berakal dan mumayyiz dan juga atas kemauan sendiri ('antaradin).

Manfaat dari objek yang di-ijarah-kan tidak boleh

bertentangan dengan syariah dan harus diketahui. Namun pada praktik paid promote yang dilakukan terdapat akun customer yang tidak sesuai syariah yaitu bisnis multi level marketing dari akun instagram @ecoracing.eco. Bahwasanya menurut Hukum Islam bisnis multi level marketing hukumnya haram. Didalam MLM terdapat makelar berantai. Meskipun makelar (samsarah) dibolehkan dalam Islam yaitu transaksi dimana pihak pertama mendapatkan imbalan atas usahanya memasarkan produk dan mempertemukannya dengan pembelinya.

Adapun makelar di dalam MLM bukanlah memasarkan produk, tetapi memasarkan komisi. Maka, setiap anggota MLM memasarkan produk kepada orang yang akan memasarkan dan seterusnya, sehingga terjadilah pemasaran berantai. Dan ini tidak dibolehkan karena akadnya bisa termasuk kedalam gharar. Akun instagram @inatheana pun tidak mengecek terlebih dahulu dan tetap melanjutkan paid promote pada akun customer tersebut sehingga dari beberapa panitia yang mengetahui bahwa iklan yang mengandung bisnis MLM, mengurungkan niat dan keikutsertaannya dalam mempromosikan paid promote tersebut.

Rukun dan syarat sah akad ijarah selanjutnya adalah manfaat dari objek yang disewakan dapat dipenuhi secara hakiki. Dalam praktiknya, masih terdapat kelalaian pengecekan dari penanggung jawab paid promote @inatheana, bahwa masih terdapat panitia yang tidak memposting paid promote milik akun customer, bahkan salah satu panitia dari akun instagram @marlina_hassnah secara sengaja menonaktifkan akunnya untuk menghindari paid promote. Denda yang dibuat telah sesuai aturan pun tidak terlaksanakan sesuai aturan yang telah ditetapkan.

Seperti yang dituturkan oleh Ketua Pelaksana SAF 2020 bahwa beberapa akun instagram panitia kurang aktif tidak mengikuti aturan paid promote. Terlihat dalam data jumlah panitia yang mempromosikan paid promote pada akun instagram @cicil.co.id, @ecoracing.eco dan @ainastawah postingan paid promote tidak memenuhi target yaitu 80 (delapan puluh) akun instagram aktif, sehingga tidak berpengaruh signifikan meski jumlah followers yang dijanjikan akan terpenuhi.

Manfaat dibatasi sesuai dengan perjanjian (waktunya ditentukan). Dalam hal ini, praktik paid promote yang dilakukan oleh akun instagram @inatheana telah menentukan waktu paid promote sesuai paket yang telah dibuat didalam pamflet. Namun dari beberapa pengecekan masih terdapat postingan paid promote yang tidak sesuai waktu yang telah ditentukan. Dari yang seharusnya bertahan dalam 3 (tiga) hari paid promote tersebut, namun terdapat beberapa akun yang memertahankan paid promote hanya dalam waktu 1 (satu) hari.

Untuk ujah/upah, Pada praktiknya ujah paid promote yang dilakukan akun instagram @inatheana sudah dilakukan dengan baik yaitu pembayaran dalam bentuk uang namun pembayaran ujah oleh customer yang menyewa paid promote tersebut melalui transfer kepada Contact person dan dilakukan sesuai harga paket paid

promote yang telah ditentukan dalam pamflet.

Dalam praktik paid promote akun instagram @inatheana, shigat dilakukan oleh kedua belah pihak melalui chat whatsapp antara customer dengan pihak contact person dari paid promote, memilih paket yang tercantum, melakukan pembayaran sesuai paket yang dipilih kemudian memberikan bukti transfer dan terjadi kesepakatan untuk segera melakukan paid promote.

Dari beberapa syarat akad ijarah diatas, masih terdapat syarat-syarat yang belum terpenuhi, karena apabila tidak terpenuhi salah satu syaratnya maka, akad tersebut tidak sah.

IV. KESIMPULAN

Ketentuan akad ijarah terhadap praktik paid promote oleh akun instagram @inatheana tidak sesuai dengan rukun dan syarat sah akad ijarah yang telah ditetapkan sesuai teori karena ada beberapa ketentuan yang tidak dipenuhi. Ditinjau dari teori akad ijarah, praktik paid promote ini sebenarnya diperbolehkan oleh hukum islam dan termasuk ke dalam akad ijarah apabila memenuhi ketentuan akad ijarah. Beberapa ketentuan akad ijarah rukun dan syarat sah seperti adanya mu'jir dan musta'jir, shigat, ujah dan manfaat ini harus dipenuhi. Namun praktik paid promote tidak diperbolehkan jika dalam praktik tersebut tidak memenuhi rukun dan syarat sah akad ijarah.

Praktik paid promote pada akun instagram @inatheana terdapat dalam mekanisme praktik paid promote yang telah dibuat yaitu : Membagikan pamflet ke setiap akun sosial media, Customer dapat menghubungi pihak Contact Person yang tertera didalam pamflet untuk mengetahui informasi paid promote, penanggung jawab paid promote @inatheana melakukan pengecekan terhadap seluruh akun instagram panitia. Melihat pada mekanisme yang telah ditetapkan maka praktik paid promote ini dilakukan dengan baik dan sesuai dengan ketentuan dari pihak panitia yang telah ditetapkan.

Tinjauan akad ijarah terhadap praktik paid promote yang dilakukan oleh akun instagram @inatheana ditinjau dari ketentuan akad ijarah pelaksanaan paid promote ini tidak sesuai dengan rukun dan syarat sah akad ijarah yang telah ditetapkan. Pada pelaksanaannya akad ijarah yang seharusnya menjadi panduan dalam melaksanakan praktik yang berkaitan dengan sewa menyewa tidak diperhatikan dengan baik sehingga menyebabkan adanya beberapa objek yang diakadkan tidak sesuai dengan syariah dan manfaatnya pun ada yang tidak terpenuhi secara hakiki

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul Ghafar Anshari. (2008). Reksa Dana Syariah, Bandung: Refika Aditama,
- [2] Jubilee Enterprise. (2012). Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- [3] Muhammad Nurul Fahmi. (2018). Endorse dan Paid Promote Instagram dalam Perspektif Hukum Islam. Jurnal Hukum Islam, Vol XXII-Januari-Juni
- [4] Nanda Putri Arifah dan Carolina Novi Mustikarini. (2016). Paid Promote Sebagai Media Promosi Produk Delicy Dalam

Meningkatkan Konsumen Potensial, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol 1, No. 3.

- [5] Prof.Dr.Neni, S I dan Panji A. (2017). Hukum Bisnis Dilengkapi dengan Kajian Hukum Bisnis Syariah, Bandung: PT Refika Aditama.
- [6] Prof. Dr. H. Jaih M dan Dr. Hasanudin. (2017). Fikih Muamalah Maliyyah Akad Ijarah dan Ju'alah. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.