

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. IJARAH

##### 1. PENGERTIAN *IJARAH*

Pengertian *ijarah* menurut etimologi adalah *ba'I al manfa'ati* (menjual manfaat). Sedangkan menurut terminologi *syara'* terdapat beberapa definisi *ijarah* menurut pendapat ulama *fiqih*:<sup>10</sup>

- a. Menurut ulama Hanafiyah, *ijarah* adalah akad atas suatu manfaat dengan pengganti.
- b. Menurut ulama Syafi'iyah, *ijarah* adalah akad atas suatu manfaat dengan maksud tertentu dan mubah, serta menerima pengganti atau kebolehan dengan pengganti tertentu.
- c. Menurut ulama Malikiyah dan Hanabilah, *ijarah* adalah akad yang menjadikan suatu manfaat yang mubah dalam waktu tertentu dengan pengganti.
- d. Menurut Wahbah bin Musthafa Al-Zuhaily, sewa (*ijarah*) yaitu perpindahan hak guna terhadap pemindahan barang atau jasa yang memiliki tempo (batasan) waktu tertentu dengan diberikannya upah sewa yang tidak disertai dengan perpindahan hak milik atas suatu barang.<sup>11</sup>

Dalam *muamalah* syariat agama Islam terdapat *ijarah* dengan bentuk sewamenyewa ataupun dalam bentuk pemberian upah mengupah. Jika sesuai dengan ketentuan *syara'*, menurut jumhur ulama hukum asal *ijarah* adalah mubah atau

---

<sup>10</sup> Dr. H. Rachmat Syafe'i, M.A. *Fiqih Muamalah* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001), 121.

<sup>11</sup> Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah-Hukum Ekonomi, Bisnis dan Sosial*, (Surabaya: Putra Media Nusantara, 2010), 312.

boleh.<sup>12</sup> Diperbolehkannya *al-ijarah* itu adalah dengan tujuan dapat memberikan keringanan dan kemudahan pada umat Islam dalam kehidupan manusia. Dengan pertimbangan bahwa terdapat orang dengan uang yang banyak tetapi tidak dapat melakukan suatu pekerjaan. Namun, terdapat juga orang dengan tenaga atau keahlian yang membutuhkan uang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dari hal tersebut, *ijarah* dapat memberikan manfaat dan berbagi keuntungan.<sup>13</sup> Karena pada dasarnya, manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan.

## 2. DASAR HUKUM IJARAH

Para ulama ahli *fiqh* sepakat bahwa *ijarah* adalah akad yang diperbolehkan dalam *syara'*. Landasan hukum diperbolehkannya *ijarah* yakni terdapat pada:

### a. Al-Qur-an

#### 1. QS. Az-Zukhruf (43):32 yang berbunyi:

أَهُمْ يَفْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ

فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ

“Apakah mereka yang membagi-bagikan rahmat Tuhanmu? Kami lah yang menentukan penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat memanfaatkan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.”<sup>14</sup>

#### 2. QS. Ath-Thalaq (65):6 yang berbunyi:

<sup>12</sup>Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2010), 277.

<sup>13</sup>Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalah*, 278.

<sup>14</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Surat Az-Zukhruf ayat 32.

أَسْكِنُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ سَكَنْتُمْ مِنْ وُجْدِكُمْ وَلَا تُضَارُّوهُنَّ لِتُضَيِّقُوا عَلَيْهِنَّ ۗ وَإِنْ  
 كُنَّ أُولَاتٍ حَمْلٍ فَأَنْفِقُوا عَلَيْهِنَّ حَتَّىٰ يَضَعْنَ حَمْلَهُنَّ ۚ فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآتُوهُنَّ  
 أُجُورَهُنَّ ۚ وَاتَّمَرُوا بَيْنَكُمْ بِمَعْرُوفٍ ۚ وَإِنْ تَعَاَسَرْتُمْ فَسَرِّضُوا لَهُ أُخْرَىٰ ۗ

“Tempatkanlah mereka (para istri) di mana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka. Dan jika mereka (istri-istri yang sudah ditalak) itu sedang hamil, maka berikanlah kepada mereka nafkahnya sampai mereka melahirkan, kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak)mu maka berikanlah imbalannya kepada mereka; dan musyawarahkanlah di antara kamu (segala sesuatu) dengan baik; dan jika kamu menemui kesulitan, maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya.”<sup>15</sup>

3. QS. Al-Baqarah (2):233 yang berbunyi:

...وَأَنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْرِضُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُمْ  
 بِالْمَعْرُوفِ ، وَاتَّقُوا اللَّهَ ، وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

“... Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, tidak dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertaqwalah kepada Allah; dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”<sup>16</sup>

4. QS. Al-Qashash (28):26 yang berbunyi:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ ۗ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

“Dan salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, “Wahai ayahku! Jadikanlah dia sebagai pekerja (pada kita), sesungguhnya orang yang paling baik yang engkau ambil sebagai pekerja (pada kita) ialah orang yang kuat dan dapat dipercaya.”<sup>17</sup>

b. *As-Sunah*

<sup>15</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Surat Ath-Thalaq ayat 6.

<sup>16</sup> Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Surat Al-Baqarah ayat 233.

<sup>17</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Surat Al-Qashash ayat 26.

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ (رواه ابن ماجه عن ابن عمر)

“Berikanlah upah pekerja sebelum keringatnya kering.”

(HR. Ibnu Majah dari Ibnu Umar)<sup>18</sup>

مَنْ اسْتَأْجَرَ أَحْيَرًا فَلْيَعْمَلْ أَجْرَهُ (رواه عبدالرزاق عن أبي هريرة)

“Barangsiapa yang meminta untuk menjadi buruh, beritahukanlah upahnya.” (HR. Abd Razaq dari Abu Hurairah)<sup>19</sup>

#### c. Kaidah fikih

الْأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَاتِ لِأَبَا حَتَّةٍ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

دَرْءُ الْمَقَامِ سِدِّ مُقَدِّمٌ عَلَى جَلْبِ الْمَصَالِحِ

“Menghindarkan *mafsadat* (kerusakan, bahaya) harus didahulukan atas mendatangkan *kemaslahatan*.”

#### d. Fatwa DSN-MUI

1. Fatwa DSN MUI tentang *ijarah* tercantum dalam DSN MUI No.9/DSN-MUI/IV/2000 yang dinyatakan bahwa *ijarah* adalah akad dengan pemindahan manfaat atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau upah tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.

Pertimbangan atas fatwa tersebut yakni dengan menimbang:

- a. Kebutuhan hidup masyarakat untuk mendapat manfaat atas suatu barang membutuhkan pihak-pihak yang lain dan dengan adanya akad

<sup>18</sup>Muhammad Bin Yazid Abu ‘Abdullah Al-Qazwiniy, *Sunan Ibnu Majah* Jilid II, Dar Al-Fikr, Beirut, 20.

<sup>19</sup>Muhammad Bin Yazid Abu ‘Abdullah Al-Qazwiniy, *Sunan Ibnu Majah* Jilid II, Dar Al-Fikr, 22.

*ijarah* sebagai akad perpindahan hak guna (manfaat) suatu barang atau jasa dengan tempo waktu tertentu disertai pemberian uang sewa (*ujrah*) yang tidak diikuti perpindahan kepemilikan;

- b. Kebutuhan hidup masyarakat untuk memperoleh jasa dari pihak-pihak yang lain atas suatu pekerjaan tertentu dengan akad berupa *ijarah* yang disertai pemberian upah (*ujrah/fee*);
- c. Kebutuhan akan berlangsungnya akad *ijarah* saat ini dapat dilakukan oleh Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dengan akad yang digunakan yaitu akad pembiayaan *ijarah*;
- d. Bahwa dalam akad *ijarah* telah sesuai syari'at Islam, sehingga DSN MUI mempertimbangkan dengan menetapkan fatwa mengenai akad *ijarah* yang menjadi pedoman oleh LKS.

2. Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Ijarah* yang menimbang berdasarkan:

- a. Dengan pertimbangan bahwa masyarakat membutuhkan panduan dalam mempraktikkan akad *ijarah* yang berkaitan dengan kegiatan usaha ataupun bisnisnya;
- b. DSN-MUI telah menetapkan mengenai fatwa-fatwa yang berkaitan dengan *ijarah*, untuk perbankan, perusahaan pembiayaan, jasa keuangan ataupun kegiatan bisnis lainnya, namun belum ada ketetapan mengenai akad *ijarah* dalam lingkup yang lebih luas sebagai fatwa induk;

- c. Atas pertimbangan pada huruf a dan huruf b, maka DSN-MUI menentukan bahwa diperlukan fatwa mengenai akad *ijarah* untuk dijadikan pedoman.

### 3. RAGAM AKAD IJARAH

Ragam *ijarah* dilihat berdasarkan dari manfaat yang dipertukarkan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu :

- a. Akad *ijarah* atas barang misalnya sewa barang/jual beli manfaat barang/*ijarah 'ala al-a'yan*.
- b. Akad *ijarah* atas jasa misalnya memanfaatkan keterampilan/tenaga/keahlian yang dilakukan oleh seseorang/jual beli manfaat/*ijarah 'ala al-asykhash*.<sup>20</sup>

Menurut Wahbah Al-Zuhaili, dalam kitab *Al-Mu'amalat Al-Maliyyah Al-Mu'ashirah* bahwa ragam *ijarah* terbagi menjadi dua, yaitu dari segi manfaat yang ditukarkan dalam akad *ijarah (mahal al-manfa'ah)* dan dari segi tujuan. Dari segi manfaat yang ditukarkan (*mahal al-manfa'ah*), *ijarah* dapat dibedakan menjadi tiga. Pertama, *ijarah* atas manfaat barang, *ijarah* atas tenaga/keterampilan/keahlian seseorang atau tenaga kerja/*ajir*. Kedua, *ijarah* atas barang dan ketiga, *ijarah* atas orang (multijasa). Dari segi tujuan, *ijarah* dapat dibedakan menjadi dua yaitu *ijarah tamlikiyyah (al-'adiyah/operating lease)* dan *ijarah tasyghiliyyah/financial lease*.

Ketentuan mengenai *sighat* dalam akad *ijarah*:

- a. Dalam pelaksanaan akad *ijarah* harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta dimengerti dan dipahami oleh kedua belah pihak baik *mu'jir/ajir* dan *musta'jir*.

---

<sup>20</sup>Prof. Dr. H. Jaih Mubarak, S.E., M.H., M.Ag dan Dr. Hasanudin, M. Ag, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Ijarah dan Ju'alah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 16.

- b. Dalam melaksanakan akad *ijarah*, boleh dilakukan secara lisan, tertulis, isyarat dan perbuatan/tindakan, serta akad *ijarah* dapat dilakukan secara elektronik yang sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>21</sup>

#### 4. MACAM-MACAM *IJARAH*

*Ijarah* ada dua macam, yaitu:

- a. *Ijarah* atas manfaat atau dapat disebut juga sewa-menyewa yang objek akadnya yaitu manfaat dari suatu benda. Akad ini diperbolehkan atas manfaat yang *mubah*, contohnya rumah untuk tempat tinggal, toko dan kios untuk tempat berjualan, mobil untuk angkutan dan pakaian dan perhiasan untuk dipakai. Namun, terdapat manfaat yang diharamkan sehingga tidak diperbolehkan untuk disewakan karena barangnya haram sehingga tidak diperkenankan mengambil imbalan atas manfaat yang haram ini. Misalnya seperti bangkai dan darah.
- b. *Ijarah* atas pekerjaan atau upah-mengupah (*ijarah 'ala al-a'mal*) yaitu suatu akad untuk melakukan suatu perbuatan tertentu. Misalnya seperti membangun rumah, menjahit pakaian, mengangkut barang ke suatu tempat, memperbaiki sesuatu, dan sebagainya. Orang yang melakukan suatu pekerjaan disebut dengan *ajir* atau tenaga kerja.<sup>22</sup>

*Ajir* terdiri dari dua macam, yaitu:

1. *Ajir*/tenaga khusus, adalah orang yang bekerja untuk satu orang pada waktu tertentu sehingga ia tidak boleh bekerja untuk orang lain selain orang yang

---

<sup>21</sup> Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017

<sup>22</sup> Drs. H. Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: AMZAH, 2017), 329.

telah mempekerjakannya.<sup>23</sup> Misalnya seorang pembantu rumah tangga yang bekerja pada orang tertentu.

2. *Ajir*/tenaga kerja *musytarak*, adalah orang yang bekerja pada lebih dari satu orang sehingga mereka bekerja sama dalam memanfaatkannya. Misalnya tukang jahit, tukang celup, notaris dan pengacara. Sehingga ia boleh bekerja pada semua orang dan orang yang menyewa tenaganya tidak berhak melarangnya bekerja pada orang lain dan *ajir musytarak* tidak berhak atas upah selain dengan bekerja.

## 5. SYARAT DAN RUKUN *IJARAH*

Dalam *ijarah* terdapat syarat dan rukun. Syarat akad *ijarah* sama seperti halnya syarat jual-beli yang terdiri dari 4 macam, yaitu:

- a. Syarat Terjadinya Akad (*Syarat Al-Inqad*) yang berkaitan dengan *aqid*, zat akad dan tempat akad.<sup>24</sup>

Dalam jual-beli, menurut Ulama Hanafiyah, *aqid* adalah orang yang melakukan dengan syarat bahwa *aqid* harus berakal dan *mumayyiz*/minimal 7 tahun namun tidak disyaratkan harus *baligh*. Namun, jika bukan barang miliknya sendiri maka akad *ijarah* anak *mumayyiz* akan dipandang sah jika telah mendapatkan izin dari walinya.

Menurut Ulama Malikiyah, *tamyiz* adalah syarat *ijarah* dan jual-beli, sedangkan *baligh* adalah syarat penyerahan. Sehingga akad anak *mumayyiz* adalah sah namun tetap bergantung pada keridhaan walinya.

---

<sup>23</sup> Drs. H. Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: AMZAH, 2017), 333.

<sup>24</sup>Dr. H. Rachmat Syafe'I, *Fiqh Muamalat*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), 125-129..



Menurut Ulama Hanabilah dan Syafi'iyah memberikan syarat bahwa orang yang berakad haruslah *mukallaf* (*baligh* dan berakal), sedangkan untuk anak *mumayyiz* belum dapat dikategorikan sebagai ahli akad.

b. Syarat Pelaksanaan (*An-Nafadz*)

Barang harus dimiliki oleh *aqid* atau telah memiliki kekuasaan penuh dalam melakukan akad agar akad *ijarah* dapat terlaksana. Sehingga akad *ijarah al-fudhul* (*ijarah* yang dilakukan oleh orang yang tidak memiliki kekuasaan atau tidak diizinkan oleh pemiliknya) tidak dapat menjadikannya adanya akad *ijarah*.

c. Syarat Sah *Ijarah*

Keabsahan akad *ijarah* sangat berkaitan dengan *aqid* (orang yang melakukan akad), *ma'qud alaih* (barang yang menjadi objek akad), *ujrah* (upah) dan zat akad (*nafs al-'aqad*). Terdapat beberapa syarat dalam akad *ijarah*, yakni:

1. *Sighat* pada akad *ijarah* dapat dilakukan secara verbal maupun bentuk yang lain berisi pernyataan kesediaan dan niat melakukan *ijarah* dari kedua belah pihak.
2. Pihak-pihak yang melakukan akad *ijarah* haruslah orang yang memiliki akal sehat dan telah mencapai masa *baligh*. Terdapat kesepakatan para ulama yang menyatakan jika akad *ijarah* tidak sah kecuali bila dilakukan oleh orang yang memiliki kompetensi di bidangnya, memiliki kualifikasi dalam memanfaatkan uang, mempunyai kewenangan untuk melakukan kontrak serta harus terdapat kesediaan diri pada pihak-pihak yang melakukan akad *ijarah*.

3. Manfaat dari kontrak atau akad yang dilakukan wajib atas pemanfaatan sebuah aset. Manfaat tersebut harus dapat dinilai serta diniatkan untuk dapat dipenuhi dalam satu kontrak dan pemenuhan kontraknya sesuai ketentuan *syara'* serta kemampuan dalam pemenuhan manfaat kontrak harus nyata dan sesuai *syara'*.
4. Objek *ijarah* dapat diberikan dan dipergunakan langsung sehingga tidak diperkenankan terdapat kecacatan.
5. Objek *ijarah* yakni suatu barang yang diperbolehkan oleh *syara'*.
6. Objek yang disewakan bukanlah atas suatu hal yang wajib bagi penyewa.
7. Objek *ijarah* adalah sesuatu yang dapat disewakan.<sup>25</sup>
8. Upah yang diberikan atau sewa dalam akad *ijarah* haruslah jelas, tertentu, serta mempunyai nilai ekonomi.<sup>26</sup>

d. Syarat Lazim

Syarat lazim akad *ijarah* terdiri dari dua hal, yaitu:

1. *Ma'qud 'alaih* (barang sewaan) harus terhindar dari cacat.

Apabila terdapat cacat, maka penyewa boleh melanjutkan atau membatalkannya.

2. Tidak terdapat uzur yang bisa membatalkan akad.

Menurut Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa *ijarah* dapat batal karena terdapat *uzur* (sesuatu yang baru yang dapat menyebabkan kemadaratan bagi yang berakad). *Uzur* dapat dikategorikan menjadi tiga macam, yaitu:

- a. *Uzur* dari pihak penyewa, misalnya berpindah-pindah dalam mempekerjakan sesuatu sehingga tidak ada yang dapat dihasilkan.

<sup>25</sup>Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 158.

<sup>26</sup>Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2010), 279-280.

- b. *Uzur* dari pihak yang disewa, misalnya barang yang disewakan harus dijual untuk membayar hutang dan tidak terdapat jalan keluar lain selain menjualnya.
- c. *Uzur* pada barang yang disewa, misalnya dalam menyewakan kamar mandi namun menyebabkan penduduk dan semua penyewa harus pindah.

Manfaat dalam *ijarah* harus dapat dicapai dengan akad *ijarah*. Terdapat dua syaratnya<sup>27</sup>, yaitu: *Pertama*, bahwapemanfaatan dari barang atau aset atau jasa dari tenaga kerja/*ajir* harus telah mendapat kesepakatan kedua belah pihak dengan jelas. *Kedua*, berdasarkan kitab *Al-Furuq* telah ditetapkan delapan syarat manfaat dalam akad *ijarah*, yaitu:

1. Diperbolehkannya manfaat dalam akad *ijarah*, maka manfaat yang tidak sesuai atau bertentangan dengan prinsip dan ketentuan *syara'* tidak diperkenankan menjadi objek akad *ijarah*.
2. Dapat ditukarkannya manfaat dalam akad *ijarah* sehingga akad nikah itu bukan merupakan bagian dari akad *ijarah*.
3. Bernilainya dan berharganya manfaat dalam akad *ijarah* secara *syariah* sehingga hanya harta yang halal yang diperkenankan karena *mahal al-manfa'ah*-nya tidak akan bernilai secara *syariah* jika manfaat dalam akad *ijarah* adalah sesuatu yang haram.
4. Penjual manfaat atau *mu'jir* harus memiliki *mahal al-manfa'ah* yang miliknya sendiri, bukan milik pihak lain ataupun kepunyaan orang banyak/umum).

---

<sup>27</sup>Prof. Dr. H. Jaih Mubarak, S.E., M.H., M.Ag dan Dr. Hasanudin, M. Ag, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Ijarah dan Ju'alah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 56.

5. *Mahal al-manfaah* adalah sesuatu yang diusahakan bukan manfaat yang lahir dengan sendirinya.
6. Dapat diserahterimkannya manfaat dalam akad *ijarah* sehingga tidak diperbolehkan untuk memanfaatkan *ajir* yang tidak memiliki kapasitas dalam bidang yang tidak dapat dilakukan oleh *ajir*.
7. Pekerjaan yang dilakukan oleh *ajir* bukanlah pekerjaan wajib yang tidak dapat diwakilkan.
8. Manfaat yang dilakukan oleh *ajir* adalah suatu pekerjaan dengan manfaat yang diketahui (*ma'lum*) yang dapat ditentukan berdasarkan dari segi tujuan maupun jangka waktu.

Rukunijarah, yaitu:

- a. Dua pihak yang melakukan akad (*mu'jir* dan *musta'jir/mu'jir* dan *ajir*).
- b. *Al-ma'qud 'alaih* (*mahal al-manfa'ah*/tempat terjadinya manfaat).
- c. *Manfa'ah*(manfaat barang atau jasa seseorang).
- d. *Ujrah* /upah(imbalan atas yang dilakukan atas jasa)
- e. *Shighah* (*ijab* dan *qabul*/pernyataan yang berisi penawaran dan penerimaan/*al-ijab wa al-qabul*).<sup>28</sup>

## 6. KETENTUAN MENGENAI PIHAK YANG MELAKUKAN AKAD IJARAH

- a. Dalam akad *ijarah* boleh dilakukan oleh perseorangan (*Syakhshiyah thabi'iyah/natuurlijke persoon*) ataupun yang dipersamakan dengan perseorangan baik berbadan hukum ataupun tidak berbadan hukum

---

<sup>28</sup> Prof. Dr. H. Jaih Mubarak, S.E., M.H., M.Ag dan Dr. Hasanudin, M. Ag, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Ijarah dan Ju'alah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 12.

(*syakhsiyah I'tibariah/syakhshiyah hukmiyah/rechtsperson*) sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- b. Para pihak yang melakukan akad *ijarah* (*mu'jir*, *musta'jir* dan *ajir*) harus cakap hukum yang sesuai dengan syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c. *Mu'jir* harus memiliki kewenangan (wilayah) dalam melakukan akad *ijarah* baik kewenangan yang bersifat *ashliyyah* ataupun *niyabiyyah*.
- d. *Mu'jir* harus mempunyai kemampuan dalam menyerahkan manfaat.
- e. *Musta'jir* harus mempunyai kemampuan dalam membayar *ujrah*.
- f. *Ajir* wajib memiliki kemampuan dalam menyerahkan jasa atau melakukan perbuatan hukum yang dibebankan kepadanya.<sup>29</sup>

## **7. KETENTUAN MENGENAI 'AMAL YANG DILAKUKAN AJIR**

- a. '*Amal* (pekerjaan/jasa) yang dilakukan oleh *ajir* wajib merupakan pekerjaan yang diperbolehkan oleh *syariah* dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b. '*Amal* yang dilakukan oleh *ajir* harus diketahui mengenai jenis, spesifikasi dan ukuran pekerjaannya dan juga jangka waktu pekerjaannya.
- c. '*Amal* yang dilakukan oleh *ajir* merupakan pekerjaan yang sesuai dengan tujuan akad.
- d. *Musta'jir* dalam akad *ijarah 'ala al-a'mal*, diperbolehkan menyewakan kembali jasa *ajir* kepada pihak lain kecuali jika tidak diizinkan (tidak diperbolehkan) oleh *ajir* atau peraturan perundang-undangan.

---

<sup>29</sup> Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017

- e. *Ajir* tidak wajib menanggung resiko mengenai kerugian yang muncul karena terdapat perbuatan yang dilakukannya kecuali karena *al-ta'addi*, *al-taqshir* atau *mukhalafat al syuruth*.<sup>30</sup>

## 8. BENTUK *UJRAH*/UPAH

Apabila manfaat tersebut telah diperoleh penyewa, maka penyewa harus memberikan upah sesuai yang telah disepakati. Syarat upah yakni berupa harta tetap yang dapat diketahui dan upah tidak boleh sejenis dengan barang manfaat dari *ijarah* seperti memberikan upah menyewa rumah untuk ditempati dengan menempati rumah tersebut.<sup>31</sup>

Bentuk *ujrah* (yang berasal dari pekerjaan *ajir*) menunjukkan bahwa *ujrah* dalam akad *ijarah* terdapat 3 macam, yaitu:

- a. *Ujrah* berupa uang (akad *ijarah muthlaqah*, sebagai bandingan dari akad jual-beli *muthlaqah*-pertukaran barang dengan uang).
- b. *Ujrah* yang berupa barang.
- c. *Ujrah* yang berupa uang dan barang (kombinasi).

Maksud dari upah kombinasi adalah perpaduan dari upah yang berupa uang dan barang. Contohnya di daerah pedesaan seperti di Bogor dan Bandung masih terdapat upah kombinasi yang terjadi pada jasa pembangunan yang mana tukang bangunan diberi upah berupa uang sebesar Rp. 60.000,00 per hari dan akan mendapatkan makan siang, kopi serta makanan ringan. Hal tersebut dapat memunculkan beberapa kondisi yakni yang pertama bahwa upah yang diberikan secara jelas yakni uang sebesar Rp. 60.000 per hari dan

---

<sup>30</sup>Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017

<sup>31</sup> Dr. H. Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalat*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), 129.

yang kedua upah yang diberikan tidak jelas yang berupa kopi, makan siang dan makanan ringan.<sup>32</sup>

Kondisi tersebut memunculkan diskusi dari para ulama:

- a. Menurut pendapat Abu Hanifah, bahwa *ujrah*/upah yang berhak diterima oleh *ajir* harus diketahui jumlah dan tempat pembayarannya dan jika upah yang diberikan berupa barang maka memerlukan biaya pemindahan atau pengangkutan.
- b. Menurut Abu Yusuf dan Muhammad (dua sahabat Abu Hanifah) berpendapat bahwa dengan diketahuinya tempat pembayaran tidak termasuk dalam syarat sah karena tempat melakukan akad *ijarah* sudah cukup dijadikan sebagai tempat pembayaran *ujrah*.
- c. Menurut Wahbah Al-Zuhaili bahwa upah kombinasi berupa uang (dengan jumlah yang pasti) dan makan/minum yang timbul karena sewa-menyewa atau upah-mengupah merupakan *ujrah* yang tidak diperbolehkan karena makan-minum termasuk dalam bagian *ujrah*. Sedangkan kualitas dan kuantitas makan-minum tersebut tidak jelas (*jahalah*) sehingga *ujrah* secara keseluruhan tidak jelas (*jahalah/gharar*).
- d. Menurut ulama Malikiah, bahwa upah kombinasi diperbolehkan karena hal tersebut merupakan hal yang umum terjadi di masyarakat.<sup>33</sup>

Ketentuan mengenai *ujrah*/upah:

---

<sup>32</sup>Prof. Dr. H. Jaih Mubarak, S.E., M.H., M. Ag dan Dr. Hasanudin, M.Ag, *Fikih Muamalah Maliyyah Akad Ijarah dan Ju'alah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 24.

<sup>33</sup> Prof. Dr. H. Jaih Mubarak, S.E., M.H., M. Ag dan Dr. Hasanudin, M.Ag, *Fikih Muamalah Maliyyah Akad Ijarah dan Ju'alah*, 24-25.

- a. *Ujrah* dapat berupa uang, manfaat barang, jasa atau barang yang boleh dimanfaatkan menurut syariah (*mutaqawwam*) dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b. Kuantitas (banyaknya barang) dan/atau kualitas dari *ujrah*/upah yang diberikan haruslah jelas, baik dalam bentuk angka nominalnya, presentase tertentu ataupun rumus yang disepakati dan diketahui oleh pihak-pihak yang melakukan akad *ijarah*.
- c. *Ujrah*/upah dapat dibayarkan secara tunai, bertahap ataupun diangsur dan tanggung berdasarkan pada kesepakatan yang sesuai dengan syariah dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- d. *Ujrah*/upah yang telah disepakati oleh pihak-pihak yang berakad *ijarah* boleh ditinjau ulang mengenai manfaat yang belum diterima oleh *musta'jir* sesuai dengan kesepakatan.<sup>34</sup>

## 9. BERAKHIRNYA *IJARAH*

Hal-hal berikut dapat menjadikan berakhirnya akad *ijarah*:

- a. Rusaknya barang yang disewakan.
- b. Terdapat pihak (*muta'qidain*) yang meninggal dunia.
- c. Tidak dapat dimanfaatkannya barang yang disewakan.
- d. Berakhirnya waktu akad.
- e. Ketika di tangan penyewa barang sewaan terdapat cacat.
- f. Manfaat dari yang diakadkan telah terpenuhi serta pekerjaan yang dilakukan telah selesai.

---

<sup>34</sup>Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017



## **B. ENDORSEMENT**

### **1. PENGERTIAN *ENDORSEMENT***

Fenomena jual beli *online* telah merebak di seluruh kalangan. Kemudahan bertransaksi tersebut akibat perkembangan teknologi yang semakin canggih dan maju. Jual beli *online* hampir meliputi semua kebutuhan masyarakat seperti pakaian, kosmetik, kerudung, tas, sepatu, dan lain sebagainya. Salah satu aplikasi yang dapat mendukung praktek jual beli *online* adalah Instagram. Para pelaku usaha dapat memanfaatkan aplikasi Instagram dalam transaksi jual beli. Namun dalam memanfaatkan aplikasi Instagram, pelaku usaha membutuhkan jasa orang lain atau yang biasa disebut dengan *selebgram* atau selebriti Instagram untuk mempromosikan dagangannya agar dikenal oleh masyarakat. Kegiatan memanfaatkan jasa *selebgram* ini disebut dengan *endorse*.

*Endorse* adalah dukungan di media sosial yang mempunyai makna dukungan kepada orang-orang yang terkenal seperti artis ataupun orang yang memiliki *followers*/pengikut yang banyak di media sosial untuk memperkenalkan suatu produk kepada orang banyak.<sup>35</sup> Terdapat dua jenis *endorser* menurut Terence A. Shimp, yakni: *Pertama*, *selebgram* atau *celebrity endorser* adalah seorang artis atau aktor, *entertainer* atau atlet yang terkenal dan diketahui oleh publik atas keberhasilan pada bidang masing-masing yang kemudian dimanfaatkan untuk mendukung sebuah produk yang diiklankan. *Kedua*, *typical person endorser* adalah orang-orang biasa yang tidak terkenal di masyarakat namun memiliki atribut kesohoran seperti kecantikan, keberanian, talenta, keanggunan, kekuatan dan daya tarik sehingga

---

<sup>35</sup>Muhammad Nurul Fahmi, "Endorse dan Paid Promote Instagram dalam Perspektif Hukum Islam", *An-Nawa, Jurnal Hukum Islam*, Vol. Xxii (Januari-Juni 2018), 13.

memunculkan hubungan yang berarti (*meaningful relationship*) atau kecocokan (*match-up*) hal ini yang dapat mewakili suatu produk.<sup>36</sup>

Hal ini tentu saja membantu para pelaku usaha dalam memperkenalkan produk-produknya di masyarakat luas sehingga *endorsement* yang dilakukan dapat meningkatkan penjualan produk. Bukan hanya pelaku usaha yang akan mendapatkan keuntungan, namun dari sisi orang yang mempromosikan juga mendapatkan manfaat yakni berupa upah atas jasanya telah mempromosikan suatu produk dan juga mendapatkan barang yang dipromosikannya karena kebanyakan dari *endorsement* ialah dengan memberikan barang kepada yang mempromosikan.

*Endorsement* merupakan salah satu terobosan baru dalam pemasaran sebuah produk khususnya dalam kategori pemasaran digital. *Endorsement* dinilai sebagai strategi yang efektif dalam mempromosikan dan memperkenalkan suatu produk, oleh karena itu *endorsement* diandalkan oleh para pelaku usaha terutama para pelaku usaha yang baru merintis usahanya. Para *selebgram* dengan banyak *followers*/pengikut tersebut dipercaya dapat meningkatkan pembelian pada suatu produk karena para *followers*/pengikut kemungkinan besar akan membeli produk yang direkomendasikan oleh *selebgram*.

Untuk dapat menggunakan jasa *endorsement* dari *selebgram*, *brand* atau toko *online* yang berniat melakukan promosi harus membayarkan sejumlah uang yang telah ditentukan dari pihak *selebgram*. Harga yang ditentukan pun sangat beragam, tergantung dari sedikit banyaknya pengikut *selebgram* yang akan

---

<sup>36</sup>Kotler, P, 'Manajemen Pemasaran', Alih Bahasa Benyamin Molan, (Jakarta: Erlangga, 2003), 460.

melakukan *endorsement*, terkenal atau tidaknya *selebgram* tersebut, dan terdapat dalam beberapa kasus ditentukan besar tidaknya suatu *brand*.

Menurut Shimp, fungsi iklan yang paling penting adalah untuk memperkenalkan merek dan ketepatan *brand* atau *onlineshop* dalam memilih *endorser* yang dikenal sebagai orang yang jujur, terpercaya serta dapat diandalkan dalam memanfaatkan nilai kepercayaan pada masyarakat.<sup>37</sup>

## 2. SEJARAH PRAKTEK *ENDORSEMENT*

Media sosial bukan lagi hal yang baru di era *modern* seperti sekarang ini. Bahkan hampir setiap orang kini mempunyai akun media sosial. Media sosial yang berfungsi sebagai media dalam bersosialisasi dengan orang lain tanpa ada batas jarak yang menghalangi. Dengan media sosial juga memudahkan masyarakat dalam berinteraksi dengan orang lain bahkan dengan orang belum dikenal sebelumnya. Media sosial juga mendukung masyarakat dalam berekspresi dan berbagi pengalaman. Oleh karena itu, banyak masyarakat yang berlomba-lomba dalam mengumpulkan pengikut di media sosial milik mereka.

Dengan kemajuan teknologi yang memudahkan masyarakat dalam mengakses media sosial, kreativitas juga terus bermunculan yang menghadirkan sebagai sarana edukasi, *entertaint* hingga menjadi sumber penghasilan. Sumber penghasilan yang dimaksud adalah dengan adanya praktek *endorsement* dimana para pelaku usaha meminta *selebgram*/orang dengan banyak pengikut untuk mempromosikan produk dagangannya agar masyarakat tertarik untuk membeli produknya.

---

<sup>37</sup>Shimp, *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*, 2010, 188.

Praktek *endorsement* sendiri bermula sejak 7-10 tahun yang lalu ketika media sosial belum seramai sekarang.<sup>38</sup> Praktek *endorsement* masih jarang dilakukan, namun untuk sekarang ini *endorsement* telah menjadi strategi pemasaran yang paling dipilih oleh pelaku usaha. Hal ini karena *endorsement* dinilai sebagai cara yang efektif dalam membuat konsumen sadar dan suka terhadap iklan serta juga membentuk minat beli konsumen.<sup>39</sup> Seorang *selebgram* harus memiliki kemampuan dalam menjangkau *audiens* secara luas dan tepat sasaran sehingga pelaku usaha yang telah memberikan biaya promosi tidak merasa dirugikan.<sup>40</sup>

### **3. PRAKTEK ENDORSEMENT PRODUK KOSMETIK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Kosmetik telah ada sejak zaman Mesir kuno pada tahun 350 SM yang dibuat dari bahan alami dengan cara tradisional. Sedangkan di Indonesia, kosmetik telah dikenal sejak kerajaan Mahapahit yang mengalami penyesuaian bahan dan bentuk. Kosmetik terus mengalami perkembangan bahan, bentuk serta mengikuti perkembangan dan permintaan masyarakat.

Menurut data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, yang menyatakan bahwa industri kosmetik nasional meningkat hingga 20% pada tahun 2017. Hal ini didukung adanya permintaan besar dari pasar domestik dan

---

<sup>38</sup>Sinta Cahyani Novitasari, “*Endorsement dan Selebgram (Studi Deskriptif Gaya Hidup Budaya Populer pada Mahasiswi di USU)*”. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara. Medan, 2018. 56.

<sup>39</sup>R. Arief Helmi dan Rika Shintia Dewi, “*Advertising Effectiveness With Celebrity And Typical Person Endorsement*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, Vol 14, No.1, November, 2018), 58.

<sup>40</sup>Aura Ramadhan, Cut Nadia Naswandi dan Citra Maharani Herman, “*Fenomena Endorsement di Instagram Story pada Kalangan Selebgram*”, *Kareba, Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.9, No. 2 Juli-Desember 2020, 326.

ekspor yang diiringi dengan *tren* masyarakat yang mulai memperhatikan produk perawatan tubuh sebagai kebutuhan primer.<sup>41</sup>

Saat ini bahkan industri kosmetik di Indonesia menurut data dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2022 telah mengalami peningkatan dimana penjualan *online* pada produk kosmetik meningkat hingga 80% selama masa pandemi 2020 yang diperkirakan akan terus meningkat sekitar 7% setiap tahunnya.<sup>42</sup>

Peningkatan penjualan kosmetik tersebut juga didukung dengan pemasaran produk kosmetik yang baik, salah satunya ditunjukkan dengan adanya fenomena banyaknya *beauty blogger*. *Beauty blogger* adalah orang yang memiliki akun Instagram yang isi/konten dari akunnya mengenai tentang kosmetik mulai dari melakukan review suatu produk kosmetik, memberikan tutorial *make-up* ataupun mengedukasi mengenai perawatan untuk kulit. Masyarakat memanfaatkan *review/ulasan* dari *beauty blogger* untuk mendapatkan pengalaman yang dimiliki *beauty blogger* dalam mencoba produk kosmetik agar masyarakat tahu bahwa komposisi produk tersebut cocok untuk mereka gunakan di kulit mereka, selain itu masyarakat juga tidak perlu mencoba banyak produk dan menghabiskan uang mereka untuk membeli produk kosmetik namun tetap memiliki pengalaman menggunakan produk tersebut yang didapat dari *beauty blogger*.

Dengan konten dari para *beauty blogger* yang menarik tersebut, maka dapat menarik minat masyarakat sekaligus sebagai peluang yang dimiliki pelaku usaha untuk mempromosikan produk kosmetik dagangannya. Dari fenomena

---

<sup>41</sup> Dikutip dari <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-20> pada 9 Agustus 2022 pukul 09.29.

<sup>42</sup> Dikutip dari <https://L-essential.com/artikel/ingin-mulai-bisnis-kecantikan-ini-beauty-trends-tahun-2022/> pada 9 Agustus 2022 Pukul 09.52.

tersebut, dapat disimpulkan bahwa para *beauty blogger/selebgram* dan pelaku usaha saling menguntungkan yang mana *beauty blogger* mendapatkan upah dan produk yang diberikan dari pelaku usaha dapat dijadikan sebagai properti untuk konten di akunnya, sedangkan pelaku usaha mendapatkan keuntungan berupa promosi yang dilakukan oleh *beauty blogger* sehingga meningkatkan minat pembelian pada masyarakat.

### C. MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

#### 1. PENGERTIAN MEDIA SOSIAL

Menurut Chris Brogan, media sosial adalah media komunikasi dan media kolaborasi untuk orang biasa yang sebelumnya belum ada untuk digunakan dalam berbagai jenis interaksi.<sup>43</sup> Sedangkan pengertian media sosial menurut Dailey adalah konten secara *online* yang dibuat dengan menggunakan teknologi penerbitan yang mudah diakses dan terukur. Hal yang paling penting dari teknologi ini adalah dengan terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita serta mendapatkan informasi dan konten.<sup>44</sup>

#### 2. KARAKTERISTIK MEDIA SOSIAL

Terdapat beberapa karakteristik media sosial, yaitu:<sup>45</sup>

- a. Terdapat berbagai variasi mengenai kualitas distribusi pesan melalui media sosial mulai dari yang paling rendah hingga yang paling tinggi.
- b. Jangkauan teknologi dalam media sosial bersifat desentralisasi, bukan bersifat hierarki.

---

<sup>43</sup> Aura Ramadhan, et.al., "Fenomena *Endorsement* di *Instagram Story* pada Kalangan *Selebgram*", *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 9 No. 2 (Juli-Desember 2020), 320.

<sup>44</sup> Yusrin Ahmad Tosepu, *Media Baru dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual)*, (Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2018), 28.

<sup>45</sup> Yusrin Ahmad Tosepu, *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik Di Dunia Virtual)*, 31-32.

- c. Jumlah waktu yang digambarkan oleh pengguna dalam mengakses media sosial setiap harinya dalam bentuk frekuensi.
- d. Aksesibilitas yang menggambarkan kemudahan media sosial yang mudah diakses oleh pengguna.
- e. Siapapun yang memiliki akses internet dapat menggunakan media sosial seperti memposting foto secara *digital*, menulis secara *online* dan lain sebagainya.
- f. Media sosial menunjukkan bahwa berkomunikasi dengan orang lain tidak membutuhkan waktu lama dan dapat dilakukan secara instan.
- g. Pesan dalam media sosial dapat disunting sesuai dengan kebutuhan sehingga sifatnya tidak permanen.

Karakteristik khusus media sosial menurut Hadi Purnama, yakni<sup>46</sup>:

- a. Adanya jangkauan (*reach*) yang dari skala kecil hingga ke skala besar bahkan khalayak global.
- b. Aksesibilitas (*accessibility*) dengan mudahnya akses yang dapat dilakukan oleh masyarakat biaya terjangkau.
- c. Penggunaan (*usability*) yang tidak memerlukan *skill* atau pelatihan khusus dalam penggunaannya membuktikan bahwa relatif mudah digunakan.
- d. Aktualitas (*immediacy*) yang cepat memancing respon khalayak di sosial media.
- e. Tetap (*permanent*), pengeditan dapat dilakukan dengan mudah ketika menggantikan komentar di sosial media.

### 3. CIRI DAN JENIS MEDIA SOSIAL

---

<sup>46</sup> Aura Ramadhan, et.al., "Fenomena *Endorsement* di *Instagram Story* pada Kalangan *Selebgram*", *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 9 No. 2 (Juli-Desember 2020), 317.

Ciri-ciri yang tidak bisa lepas dari media sosial adalah:

- a. Partisipasi, hal ini mendorong kontribusi serta umpan balik dari setiap orang yang tertarik dan berminat menggunakannya sehingga dapat mengaburkan batas yang ada diantara media dan *audiens*.
- b. Keterbukaan, media sosial yang terbuka dalam umpan balik dan partisipasi dalam sarana-sarana *voting*, berbagi serta komentar.
- c. Perbincangan, terjadinya perbincangan antara pengguna maupun *audiens* yang terjadi secara dua arah sehingga menciptakan keterhubungan.

Ada enam jenis media sosial menurut Kaplan dan Haenlein:<sup>47</sup>

- a. Proyek kolaborasi, hal ini yang memungkinkan pengguna dalam mengubah, menambah, ataupun menghapus konten-konten yang tersedia dalam sebuah *website*. Contohnya: Wikipedia, dll.
- b. *Blog* dan *microblog*, dengan media sosial jenis ini maka pengguna dapat mengekspresikan sesuatu seperti ventilasi atau mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya: Twitter, dll.
- c. Konten, pengguna dapat meng-klik dalam setiap konten-konten media seperti video, *ebook*, gambar dan lain-lain. Contohnya: Youtube, dll.
- d. Situs jejaring sosial, aplikasi ini memungkinkan pengguna dapat terhubung dengan menggunakan informasi pribadi sehingga menghubungkan dengan orang lain. Contohnya: Facebook, dll.
- e. *Virtual game world*, yakni sebuah dunia maya di mana secara 3D dapat mereplikasikan bentuk dunia yang diinginkan dan berinteraksi di dalamnya. Contohnya: *game online*, dll.

---

<sup>47</sup>Yusrin Ahmad Tosepu, *Media Baru dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual)*, (Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2018), 34-35.



- f. *Virtual sosial world*, yang menjadikan pengguna seperti hidup di dunia maya yang dapat berinteraksi dengan orang lain namun dapat dilakukan lebih bebas dan ke arah kehidupan. Contohnya: *Second life*, dll.

#### 4. INSTAGRAM

Instagram ialah sebuah aplikasi yang dibuat oleh dua orang yang bernama Kevin Systrom dan Mike Krieger. *Instan* dan *telegram* merupakan asal adanya Instagram dengan arti foto instan yang bisa dibagikan dengan cepat kepada orang lain.<sup>48</sup>

Pada awal kemunculan Instagram, fitur-fitur dalam Instagram hanya dapat untuk mengunggah foto dan video yang memiliki durasi 15 detik, memberikan komentar dan memberikan *'like'* pada postingan foto atau video pada postingan seseorang. Namun, fitur Instagram semakin meningkat dari tahun ke tahun.

Instagram merupakan aplikasi yang dapat digunakan untuk berbagi foto dan video sehingga pengguna dapat mengambil foto dan video, menerapkan *filter digital* dan membagikan kepada orang lain maupun ke berbagai layanan jejaring sosial yang lain.<sup>49</sup> Foto dan video yang dibagikan tersebut akan muncul di beranda orang yang telah mengikuti akun tersebut.

Salah satu fitur yang membedakan Instagram dengan aplikasi jejaring media sosial lain adalah pada fitur memotong foto menjadi bentuk persegi, hal ini menjadikan foto terlihat seperti hasil kamera kodak *instamatic* dan *polaroid*. Sedangkan pada piranti bergerak umumnya menggunakan rasio aspek 4:3.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Aura Ramadhan, et.al., "Fenomena *Endorsement* di *Instagram Story* pada Kalangan *Selebgram*", *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 9 No. 2 (Juli-Desember 2020), 321.

<sup>49</sup> Muhammad Nurul Fahmi, "Endorse dan Paid Promote Instagram dalam Perspektif Hukum Islam", *An-Nawa, Jurnal Hukum Islam*, Vol XXII, (Januari-Juni, 2018), 3.

<sup>50</sup> Muhammad Nurul Fahmi, "Endorse dan Paid Promote Instagram dalam Perspektif Hukum Islam", *An-Nawa, Jurnal Hukum Islam*, 3.

Dalam aplikasi Instagram, sistem pertemanannya menggunakan istilah *followers* dan *following*. *Followers* berarti akun orang yang mengikuti akun kita, sedangkan *following* berarti kita mengikuti akun orang lain. Setelah sistem pertemanan terjalin, maka masing-masing pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dengan memberikan *love* yang berarti suka, memberikan komentar, membagikan dan menyimpan suatu postingan foto atau video seseorang.

## 5. FITUR-FITUR INSTAGRAM

Instagram memiliki beberapa fitur, yaitu:<sup>51</sup>

### a. Pengikut

Sistem pertemanan dalam aplikasi instagram ialah dengan cara menjadi pengikut atau diikuti oleh orang lain. Dengan cara ini, para pengguna dapat saling berkomunikasi yang menjadikan salah satu unsur penting dalam sebuah postingan akan menjadi populer atau tidak.

### b. Mengunggah foto atau video

Instagram sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto dan video yang menarik sehingga pengguna bisa memberikan '*like*' pada unggahan tersebut. Unggahan foto atau video dapat diperoleh melalui kamera ataupun foto dan video yang ada di album *smartphone*.

### c. Caption

Caption merupakan kolom dibawah foto atau video yang diunggah di media sosial Instagram yang berguna untuk memberikan deskripsi ataupun sepatah dua patah kata.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup>Muhammad Nurul Fahmi, "Endorse dan Paid Promote Instagram dalam Perspektif Hukum Islam", *An-Nawa, Jurnal Hukum Islam*, 6.

d. Kamera

Foto dan video yang telah diambil di aplikasi Instagram dapat disimpan dalam *smartphone*. Ketika menggunakan kamera Instagram, juga terdapat efek-efek untuk mengatur pewarnaan sesuai kehendak.

e. *Arroba*

Instagram mempunyai fitur untuk menyinggung pengguna lainnya dengan cara menambahkan tanda *arroba* (@) dan memasukkan *username* akun pengguna lain yang dapat digunakan pada judul foto, foto, dan juga komentar.

f. Publikasi kegiatan sosial

Instagram dapat menjadi sebuah media dalam memberitahukan suatu kegiatan sosial dengan cakupan lokal maupun internasional. Caranya dengan menggunakan label membahas kegiatan sosial sehingga makin banyak masyarakat yang mengikuti kegiatan tersebut. Hal ini membuktikan bahwa Instagram dapat digunakan sebagai alat promosi.

g. Publikasi organisasi

Didalam aplikasi Instagram juga terdapat organisasi yang mempromosikan produk-produk dagangannya sehingga organisasi tersebut tidak perlu mengeluarkan biaya promosi karena mereka telah melakukan promosi di media sosial Instagram.

h. *Geotagging*

*Geotagging* berguna untuk mengidentifikasi lokasi tempat pengambilan foto atau video tersebut.

---

<sup>52</sup>Riska, "Peranan Selebgram *Endorsement* terhadap Minat Beli Produk Kosmetik melalui Media Sosial Instagram pada Mahasiswi Politeknik Pariwisata Makassar". *Skripsi*. Universitas Hasanuddin, Makassar, 2019. 55.

i. Jejaring sosial

Aplikasi Instagram memiliki fitur berbagi yang dapat dibagikan kepada jejaring sosial lainnya seperti *Facebook*, *Twitter*, dan lain-lain.

j. Tanda suka

Fitur tanda suka pada aplikasi Instagram berguna sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Untuk menunjukkan kepopuleran suatu foto atau video dapat ditunjukkan dengan melihat jumlah '*like*' dan durasi waktu.

k. Instagram *story* (*Ig story*)

Instagram *story* merupakan fitur dari Instagram yang digunakan untuk mengunggah foto ataupun video namun dengan masa waktu hanya 24 jam. Hal ini tentu berbeda dengan foto atau video yang diunggah di beranda Instagram yang dapat bertahan selama-lamanya dengan syarat tidak dihapus oleh pemiliknya.<sup>53</sup>

## D. TINJAUAN KOSMETIK

### 1. PENGERTIAN KOSMETIK

Kosmetik berasal dari kata *kosmein* (Yunani) yang memiliki arti 'berhias', bahan-bahan yang dipakai dalam usaha mempercantik diri yang ketika jaman dahulu diracik dengan bahan-bahan alami berasal dari alam yang ada di lingkungan sekitar. Seiring perkembangan jaman, kini kosmetik tidak hanya diracik dengan bahan alami tetapi juga dengan menggunakan bahan non-

---

<sup>53</sup>Riska, "Peranan Selebgram *Endorsement* terhadap Minat Beli Produk Kosmetik melalui Media Sosial Instagram pada Mahasiswi Politeknik Pariwisata Makassar". *Skripsi*. Universitas Hasanuddin, Makassar, 2019.55.

alami atau ditambah dengan bahan kimia yang bertujuan untuk mempercantik diri.<sup>54</sup>

Definisi kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.<sup>55</sup> Kosmetik termasuk dalam sediaan farmasi (obat, bahan obat, obat tradisional dan kosmetika).<sup>56</sup>

Berdasar pada peraturan Menteri Kesehatan pada tahun 1976 yang merujuk pada aturan *Federal Food and Cosmetic Act* tahun 1958, kosmetik adalah bahan atau campuran bahan yang digosokkan, dilekatkan, dituangkan, dipercikkan dan disemprotkan pada tubuh untuk memelihara kebersihan, memelihara, menambah daya tarik dan mengubah rupa tetapi tidak termasuk dalam golongan obat namun juga tidak mengganggu kesehatan kulit dan kesehatan tubuh.<sup>57</sup>

Sedangkan pengertian kosmetik menurut jaelani adalah bahan sediaan yang diaplikasikan secara topikal yang bertujuan untuk memperbaiki penampilan. Prinsip mendasar dari manfaat kosmetik adalah untuk menghilangkan kotoran kulit. Mempercantik dengan pewarnaan kulit sesuai

---

<sup>54</sup>Firlina Alma Maulida, "Pelaksanaan Endorsement melalui Influencer yang Mempromosikan Kosmetik di Instagram Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang, Semarang.2019. 47.

<sup>55</sup>Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Notifikasi Kosmetika.

<sup>56</sup>Pasal 1 Angka 4 Undang-Undang Kesehatan No. 36 Tahun 2009.

<sup>57</sup> Dikutip dari <https://Docplayer.Info/54334745-Bab-Ii-Tinjauan-Pustaka-Aturan-Federal-Food-And-Cosmetic-Act-Tahun-1958-Kosmetik-Adalah-Bahan-Atau.Html> pada 30 Juli 2022 pukul 09.09.

dengan yang diinginkan. Mempertahankan komposisi cairan kulit, melindungi dari paparan sinar *ultraviolet* dan memperlambat munculnya kerutan.<sup>58</sup>

## 2. PENGGOLONGAN KOSMETIK

Bukan hanya teknologi yang berkembang, namun juga formulasi kosmetik yang menyebabkan produk dan jenis kosmetik makin banyak beredar. Kosmetik dapat digolongkan sebagai berikut:<sup>59</sup>

### a. Bahan yang digunakan

Berdasarkan bahan yang digunakan dan cara pengolahannya kosmetik dibagi menjadi dua golongan besar, yaitu:

- Kosmetik tradisional, kosmetik alami atau asli yang terbuat dari bahan alam dan diolah dengan resep dan cara yang telah turun temurun. Misalnya: mangir lulur.
- Kosmetik semi tradisional, kosmetik tradisional ini diolah dan diproduksi dengan cara yang modern dan ditambahkan pengawet agar dapat bertahan lama.
- Kosmetik modern, kosmetik yang diproduksi oleh industri kosmetik yang telah dilakukan formulasi di laboratorium dengan mengandung bahan-bahan kimia yang bertujuan untuk mengawetkan sediaan kosmetik.

### b. Menurut kegunaan

Berdasarkan kegunaan, kosmetik digolongkan menjadi:

---

<sup>58</sup> Dikutip dari <https://Docplayer.Info/54334745-Bab-Ii-Tinjauan-Pustaka-Aturan-Federal-Food-And-Cosmetic-Act-Tahun-1958-Kosmetik-Adalah-Bahan-Atau.Html> pada 30 Juli 2022 pukul 09.12.

<sup>59</sup>Dr. Retno Iswari Tranggono, SpKK dan Dra. Fatma Latifah, Apt. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik* (Jakarta: Gramedia, 2013), 8-10.

- Kosmetik perawatan kulit (*skin care*) untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit.
- Kosmetik untuk membersihkan kulit (*cleanser*).
- Kosmetik untuk melembabkan kulit (*moisturizer*).
- Kosmetik pelindung kulit.
- Kosmetik untuk menipiskan atau mengamplas kulit (*peeling*).
- Kosmetik riasan/dekoratif yang digunakan untuk merias dan menutup cacat pada kulit sehingga menunjukkan hasil yang lebih menarik dan menciptakan efek psikologis yang baik berupa kepercayaan diri.

Kosmetik dekoratif terbagi menjadi 2, yaitu:

1. Kosmetik dekoratif yang hanya memiliki efek pada permukaan dan pemakaian yang sebentar, contohnya lipstik, bedak, pemerah pipi, *eye-shadow*, dan lain-lain.
2. Kosmetik dekoratif yang memiliki efek mendalam dan memiliki efek jangka waktu lama, contohnya seperti pemutih kulit, cat rambut, pengeriting rambut, dll.