

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP  
SISTEM BARTER *EXPOSURE* PADA MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**

**(Studi Kasus Pelaku Sistem Barter *Exposure* di Purwokerto)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Syariah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Hukum (S.H.)**

**Oleh  
FANIKA BELINDA AGUSTIN  
NIM. 1717301009**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN  
ZUHRI PURWOKERTO  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya :

Nama : Fanika Belinda Agustin

NIM : 1717301009

Jenjang : S-1

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri  
Purwokerto

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Barter *Exposure* Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pelaku Sistem Barter *Exposure* di Purwokerto)”** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan suduran, juga bukan terjemahan. Hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 27 Maret 2024

Saya yang menyatakan,



**Fanika Belinda Agustin**  
**NIM. 1717301009**

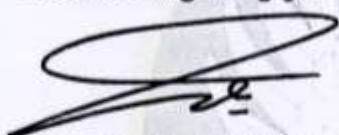
## PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Barter *Exposure* Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pelaku Sistem Barter *Exposure* di Purwokerto)**

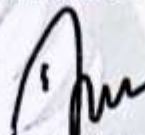
Yang disusun oleh **Fanika Belinda Agustin (NIM. 1717301009)** Program Studi **Hukum Ekonomi Syariah**, Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal **22 April 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/ Penguji I



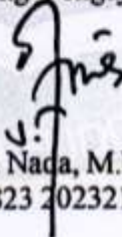
Dr. Ida Nurlaeli, M.Ag.  
NIP. 19781113 200901 2 004

Sekretaris Sidang/ Penguji II



M. Fuad Zain, M.Sy.  
NIP. 19810816 202321 1 011

Pembimbing/ Penguji III



Syifaun Nada, M.H.  
NIP. 19930823 202321 1 021

Purwokerto, 26 April 2024

Dewan Fakultas Syari'ah



Dr. H. Supani, S.Ag, M.A.  
NIP. 19700705 200312 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 27 Maret 2024

Hal : Pengajuan Munaqosyah Skripsi Sdr. Fanika Belinda A.  
Lampiran : 4 Eksemplar

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syariah UIN Prof.  
K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah melaksanakan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi melalui surat ini saya sampaikan bahwa:

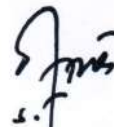
Nama : Fanika Belinda Agustin  
NIM : 1717301009  
Jurusan : Muamalah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah  
Judul : TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP  
SISTEM BARTER *EXPOSURE* PADA MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM (Studi Kasus Pelaku Barter *Exposure* di  
Purwokerto)

Sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk di munaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)

Demikian, atas perhatiannya saya mengucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Pembimbing,



Syifaun Nada, M.H

NIP. 199308232023211021



**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Barter *Exposure* Pada  
Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pelaku Sistem Barter *Exposure* di  
Purwokerto)**

**ABSTRAK**  
**Fanika Belinda Agustin**  
**NIM. 1717301009**

**Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri  
Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

Dalam kajian hukum ekonomi syariah segala bentuk muamalah hukumnya boleh, kecuali ada dalil yang melarangnya. Baru-baru ini muncul kegiatan ekonomi yang sedang *trend*, yaitu barter *exposure*. *Exposure* merupakan perhatian atau bentuk popularitas suatu *brand*/perusahaan dari seorang *influencer* seperti selebgram, youtuber, dll. ini bisa dibilang sebagai barter yang berupa konten iklan. Tetapi, barter *exposure* tidak selalu memberikan keuntungan bagi pemilik usaha, karena terkadang modal yang dikeluarkan tidak sebanding dengan *exposure* yang diberikan. Sehingga pada praktiknya hal itu menimbulkan masalah, karena adanya perbedaan nilai *exposure* dengan *brand* yang dikontenkan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang dengan langsung mencari informasi kepada informan untuk mengumpulkan informasi dengan teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain wawancara dan dokumentasi. Sumber data primer yang digunakan berupa informan dari pihak *influencer* dan pemilik *brand* atau produk. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknis analisis data deskriptif kualitatif dengan bentuk uraian kata-kata tertulis, dan tidak berbentuk angka-angka.

Hasil penelitian ini menunjukkan praktik Dalam barter *exposure* yang terjadi di Purwokerto, sebagaimana yang dilakukan oleh Naely Nur Janah yang menggunakan media sosial Instagram dalam mengunggah konten yang dimilikinya. Barter yang dimaksud ini merupakan barter *value* dalam bentuk *exposure*. Namun, seharusnya dalam Islam barter itu harus setara, sejenis atau setidaknya memiliki nilai yang sama. Maka, dengan demikian berdasarkan keterangan itu barter *exposure* ini tidak memiliki nilai yang sama. Dilihat dari keterangan dari beberapa *influncer* bahwa karena barter *exposure* menjadikan popularitas sebagai bahan tukar untuk mendapatkan sebuah produk dari *brand*. selain itu dalam kajian *musyarakah* barter *exposure* pada bagian nisbah bagi hasil, tidak sesuai dengan ketentuan karena keduanya tidak menjelaskan besaran hasil yang akan mereka dapatkan masing-masing. Hal itu hanya berdasarkan pada kesepakatan awal saja, tidak melihat hasil dari penjualan atas promosi yang dilakukan *influncer*.

**Kata Kunci:** *Hukum Ekonomi Syariah, Barter Exposure, Influencer, Instagram*

## MOTTO

\*Kehidupan berekonomi akan selalu berkembang, selama tidak ada dalil yang menghambatnya\*

*”Only you can change your life. Nobody else can do it for you”*

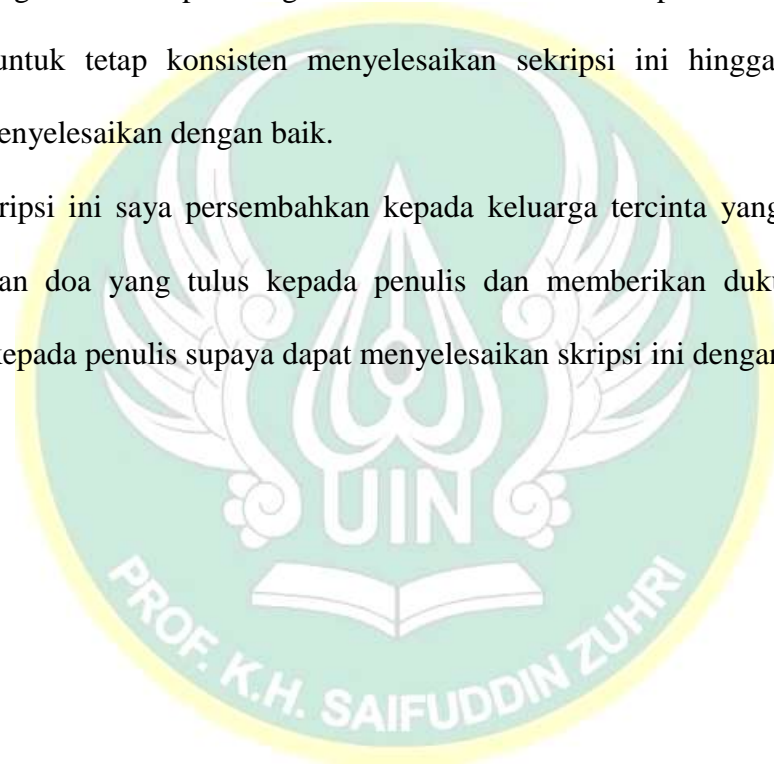
Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success* stories-nya. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.



## **PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillah* rabbil'alamin, segala puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas kuasa dan pertolongannya karena telah memberikan nikmat dan rahmatnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Harapanya semoga skripsi ini dapat menjadi ilmu yang bermanfaat dan berguna nantinya. Maka dengan setulus hati penulis mempersembahkan skripsi ini kepada diri saya sendiri yang telah mampu menguasai diri sendiri dan mampu berdamai dengan keadaan untuk tetap konsisten menyelesaikan skripsi ini hingga akhir dan mampu menyelesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan kepada keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa yang tulus kepada penulis dan memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis supaya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.



## PEDOMAN TRANSLITERASI (ARAB LATIN)

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman dengan Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	Ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)



ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

**B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah ditulis rangkap**

نَزَّلَ	Ditulis	<i>Nazzala</i>
الْبِرِّ	Ditulis	<i>Al-birr</i>

**C. Ta' Marbutah di akhir kata Bila dimatikan tulis *h***

ذِمَّةٌ	Ditulis	<i>Ẓimmah</i>
---------	---------	---------------

Ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya.

#### D. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Ḍamah	Ditulis	U

#### E. Vokal Panjang

1.	Ḍamah + wawu mati	Ditulis	ū
	تَفْتَرُونَ	Ditulis	<i>Taftarūn</i>
2.	Fathah + alif	Ditulis	ā
	حَرَامًا	Ditulis	<i>Ḥarāmā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
	قِيْلَ	Ditulis	<i>Qīla</i>

#### F. Vokal Rangkap

رَأَيْتُ	Ditulis	<i>Raitu</i>
----------	---------	--------------

#### G. Kata Sandang Alif dan Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah

الْحُرِّيَّةُ	Ditulis	<i>Al-Ḥurriyah</i>
---------------	---------	--------------------

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah diikuti dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya

الصِّدِّيقِ	Ditulis	<i>Aṣ-Ṣiddiq</i>
-------------	---------	------------------

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* *rabbil'alamin*, Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam penulis panjatkan pula kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan tuntunan yang amat baik bagi kita semua dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir nanti. Aamiin.

Skripsi merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Strata Satu (S-1) di setiap Universitas, begitu juga di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Sebagai salah satu syarat penulis untuk menyanggah gelar Sarjana Hukum (S.H). Adapun skripsi ini yang berjudul: “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Barter *Exposure* Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pelaku Sistem Barter *Exposure* di Purwokerto)”

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Supani, S.Ag., M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

3. Dr. H. Muhammad Iqbal Juliansyah Zen, S.Sy., M.H. selaku Wakil Dekan I Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Marwadi, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Hariyanto, M.Hum., M.Pd., selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Wildan Humaidi, S.H.I., M.H., selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Tata Negara Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Mokhamad Sukron, L.c., M.Hum., selaku Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Tata Negara Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Ainul Yaqin, M.Sy., selaku Sekretaris Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ida Nurlaeli, M.Ag., selaku Ketua Sidang/Penguji II dalam Ujian Munaqasyah
10. M. Fuad Zain, M.Sy., selaku Sekretaris Sidang/Penguji II dalam Ujian Munaqasyah
11. Syifaun Nada, M.H., selaku selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan saran dan arahan, sehingga saya memiliki semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

12. Segenap Dosen dan Civitas Akademik fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan kepada penulis.
13. Kedua orang tua tercinta, Bapak Martono dan Ibu Supinah yang tidak pernah berhenti memberi dukungan moral, materiil, dan spiritual serta senantiasa meridhoi setiap langkah penulis selama masa perkuliahan sampai dengan proses penyusunan skripsi.
14. Adikku Azrakha Refano Febrian yang memberikan semangat dan dukungan walaupun melalui celotehannya, tetapi penulis yakin dan percaya itu adalah sebuah bentuk dukungan dan motivasi.
15. Keluarga besar Silam Sunarjo yang senantiasa dengan tulus dan ikhlas memberikan dukungan serta do'a kepada penulis supaya dapat terus kuat dan mampu menyelesaikan Studi ini hingga akhir.
16. Ibnu Hajar, S.H. sebagai salah satu orang yang tak kalah penting kehadirannya, terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya baik menghibur disaat sedih, mendengarkan segala keluh kesah, bahkan memberikan semangat.
17. Dewi Mayanti sebagai salah satu orang yang selalu ada kapanpun disaat senang ataupun sedih. Terimakasih selalu mendengarkan segala cerita dan kisah-kisah yang mungkin terdengar aneh ditelinga orang lain.

Purwokerto, 27 Maret 2024  
Penulis



**FANIKA BELINDA AGUSTIN**  
**NIM. 1717301009**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7
F. Kajian Pustaka .....	8
G. Sistematika Pembahasan .....	12

**BAB II TINJAUAN UMUM HUKUM EKONOMI SYARIAH,  
*MUSYARAKAH* DAN *BARTER EXPOSURE***

A. Hukum Ekonomi Syariah .....	14
1. Pengertian Hukum Ekonomi Syariah .....	14
2. Dasar Hukum Ekonomi Syariah .....	16
3. Ruang Lingkup Hukum Ekonomi Syariah .....	19
B. Akad <i>Musyārahah</i> .....	21
1. Pengertian Akad <i>Musyārahah</i> .....	21
2. Dasar Hukum Akad <i>Musyārahah</i> .....	23
3. Rukun dan Syarat Akad <i>Musyārahah</i> .....	25
4. Macam - macam Akad <i>Musyārahah</i> .....	27
5. Berakhirnya Akad <i>Musyārahah</i> .....	29
C. Barter <i>Exposure</i> .....	29
1. Pengertian Barter <i>Exposure</i> .....	29
2. Manfaat Barter <i>Exposure</i> .....	31
3. Barter Dalam Islam .....	32

**BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	36
B. Sumber Data .....	37
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	38
D. Metode Pengumpulan.....	39
E. Metode Analisi Data .....	41

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Analisis praktik sistem barter *exposure* oleh para pelaku di Purwokerto..... 42
- B. Tinjauan Hukum hukum ekonomi syariah terhadap barter *exposure* pada media sosial instagram di Purwokerto ..... 50

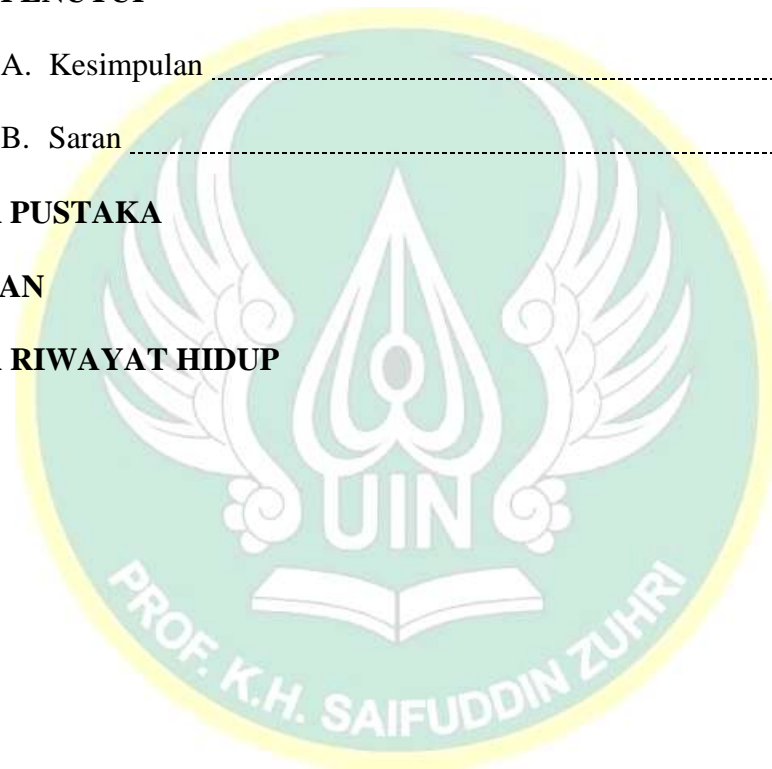
#### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan ..... 63
- B. Saran ..... 65

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR SINGKATAN

S.H.	: Sarjana Hukum
UIN	: Universitas Islam Negeri
Q.S.	: Qur'an Surah
SWT	: <i>Subhānahu wa Ta'ālā</i>
SAW	: <i>Ṣallallāhu 'alaihi Wasallama</i>
KHES	: Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai subjek hukum tidak bisa lepas untuk berhubungan dengan orang lain. Setiap manusia yang ada didunia ini pasti sangat membutuhkan satu sama lain dalam menghadapi berbagai keutuhan yang beraneka ragam karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial. Islam memandang jual beli merupakan salah satu sarana tolong menolong antar sesama manusia. Orang yang sedang melakukan transaksi jual beli tidak dilihat sebagai orang yang mencari keuntungan semata, akan tetapi juga dipandang sebagai orang yang sedang memenuhi kebutuhan barang yang dibutuhkan oleh seorang pembeli. Sedangkan pembeli, ia sedang memenuhi kebutuhan akan keuntungan yang sedang dicari oleh penjual. Atas dasar inilah aktivitas jual beli merupakan salah satu bentuk interaksi dalam bidang muamalah yang diperkenankan oleh Islam.<sup>1</sup>

Rasulullah SAW pun telah menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki lewat pintu perdagangan (*al-hadis*). Artinya, melalui jual beli inilah pintu rezeki dibuka sehingga karunia Allah SWT terpancar. Jual beli pada hakikatnya bukan hanya berisi unsur material dan bersifat konsumtif demi mendapatkan manfaat dunia, melainkan juga mendapatkan manfaat di akhirat yang tentunya dengan jual beli yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

---

<sup>1</sup> Afibatus Afida dan M. Taufiq Zamzam, "Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 2, 2020, hlm. 97.



Bahkan Al-Imam Asy-Syafi'i menegaskan bahwa dasarnya hukum jual beli itu seluruhnya mubah, yaitu apabila dengan keridhaan dari kedua belah pihak. Namun kehalalan ini akan berubah menjadi haram bila terjadi hal-hal tertentu, misalnya apabila jual beli itu dilarang oleh Rasulullah SAW atau yang maknanya termasuk yang dilarang oleh beliau.<sup>2</sup>

Tetapi perlu ditekankan juga bahwa hukum Islam melarang sebuah jual beli/transaksi yang terkait dengan unsur *gharar* (ketidakpastian), maksud dari *gharar* ialah apabila dalam sebuah transaksi terjadi ketidakpastian yang mengakibatkan satu pihak mendapatkan keuntungan dan pihak lainnya mengalami kerugian walaupun kedua belah pihak setuju dengan akadnya dan kedua belah pihak sama-sama rela. Apabila suatu transaksi bisnis sudah mengarah kepada unsur *gharar* maka hal ini tentu bertentangan dengan hukum Islam.<sup>3</sup>

Perkembangan teknologi saat ini telah berpengaruh besar kepada masyarakat, khususnya pada model bertransaksi/jual beli yang dilakukannya. Mulai dari sistem bertransaksi sederhana seperti jual beli langsung yang bertemu langsung antara penjual dan pembeli, ataupun jual beli online yang sangat populer di era sekarang. Dan salah satu model transaksi yang sudah mulai ditinggalkan oleh masyarakat adalah transaksi dengan sistem barter. Sistem barter merupakan model transaksi langsung menukarkan barang dengan barang, atau barang dengan jasa tanpa menggunakan uang sebagai

---

<sup>2</sup> Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual-beli* (Jakarta: Rumah Fiqh Publishing, 2018), hlm. 8.

<sup>3</sup> Hadist Shohih dan Ri'fah Setyowati, "Perspektif Hukum Islam Mengenai Praktik *Gharar* Dalam Transaksi Perbankan Syariah", *Jurnal Hukum Bisnis dan Investigasi*, Vol. 12, No. 2, 2021, hlm. 71.

perantara dalam proses transaksinya. Meskipun uang tidak digunakan dalam sistem barter ini, namun uang tetap dibutuhkan untuk mengukur dan menentukan nilai terhadap barang yang akan ditukarkan sehingga barang tersebut bisa disetarakan penukarannya.<sup>4</sup>

Barter adalah suatu transaksi jual beli dengan cara setiap pihak yaitu penjual dan pembeli menukarkan barang atau jasa yang berbeda dengan nilai yang sama tanpa adanya unsur uang.<sup>5</sup> Barter menghadapkan manusia pada kenyataan bahwa apa yang diproduksi sendiri tidak cukup untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk memperoleh barang-barang yang tidak dapat dihasilkan sendiri mereka mencari dari orang yang mau menukarkan barang yang dimilikinya dengan barang orang lain yang dibutuhkannya. Tetapi barter sudah sangat jarang digunakan pada saat ini mengingat orang lebih senang menggunakan uang dalam proses transaksinya. Hal itu dikarenakan barter memiliki beberapa kelemahan, yaitu sulit menemukan orang yang mau menukarkan barangnya yang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan, sulit untuk menentukan nilai barang yang akan ditukarkan terhadap barang yang diinginkan, sulit menemukan orang yang mau menukarkan barangnya dengan jasa yang dimiliki atau sebaliknya, sulit untuk menemukan kebutuhan yang mau ditukarkan pada saat yang tepat sesuai dengan keinginan.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Nur Rachmat, dkk, "Aanlisis Praktek Barter Pasca Panen Padi ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 2, 2019, hlm. 170.

<sup>5</sup> Eddie Rinaldy, dkk, *Perdagangan Internasional* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2018), hlm. 59.

<sup>6</sup> Edwin Ariesto Uumbu Malahina dan Agustina Clarissa Huko Langoday, "Analisa Kebutuhan Pengembangan Model System Barter di Era Pandemi Covid-19 Berbasis Website", *Jurnal Teknologi Informasi*, Vol. 5, No. 1, 2021. hlm. 78.

Mengingat sulitnya mencari kesamaan dalam transaksi barter, kesulitan dalam menentukan kadar nilai barang, dan sulitnya menyimpan barang sampai menemukan yang menginginkan barang tersebut, maka dengan beberapa kendala tersebut menyebabkan eksistensi barter di masyarakat mulai ditinggalkan.<sup>7</sup> Akan tetapi sejak munculnya berbagai media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, Youtube, Tiktok, dan lain-lain barter kembali digemari oleh beberapa kalangan pemilik usaha dalam memperkenalkan produk mereka lewat salah satu *platform* tersebut, misalnya Instagram. Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang selalu memperbarui fitur seperti *direct message*, edit foto, *filter*, *snagram*, dll untuk menambah penggunaanya. Selain sebagai wadah *photo-sharing*, Instagram saat ini juga bisa dimanfaatkan sebagai media untuk jual beli dan mempromosikan produk, barang, atau jasa kepada pengguna Instagram lainnya.

Pengguna Instagram yang dapat melakukan hal semacam itu merupakan pengguna dengan *followers* (pengikut) yang bisa dibilang banyak atau bisa disebut sebagai *Influencer*. *Influencer* dinilai memiliki pengaruh yang kuat terhadap *followers*-nya dalam mengiklankan sebuah produk. Semakin banyak jumlah *followers* seorang *influencer* maka semakin tinggi pula harga yang ditawarkan untuk menyewa jasanya tersebut. Maka tidak jarang beberapa *online shop*, *brand*, perusahaan, dll menawarkan ataupun menyalurkan kampanye produk/ jasa mereka kepada *influencer* secara visual lewat

---

<sup>7</sup> Nur Rachmat, dkk, "Aanlisis Praktek Barter Pasca Panen Padi ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 2, 2019, hlm. 170.

Instagram disertai dengan deskripsi tentang foto atau video yang di *upload* (*caption*).<sup>8</sup>

Dengan adanya hal tersebut maka muncul sebuah *trend* baru yaitu barter *exposure*. *Exposure* merupakan perhatian atau bentuk popularitas suatu *brand*/perusahaan dari seorang *influencer* seperti selebgram, youtuber, dll. Adanya istilah tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh para *influencer* untuk memberikan *exposure* terhadap barang atau jasa yang diberikan. Biasanya para pemilik *brand* memberikan produk atau jasa, dan *influencer* cukup mempostingnya di akun pribadinya untuk membayar produk yang ia dapatkan. *Exposure* ini bisa dibilang sebagai barter yang berupa konten iklan. Fenomena ini sebenarnya bisa dijadikan salah satu strategi marketing oleh para pemilik usaha untuk menyewa jasa *influencer* agar *brand*/produk yang dimiliki bisa dikenal oleh khalayak. Dan pada kenyataannya barter *exposure* banyak di gemari saat ini.

Tetapi, barter *exposure* tidak selalu memberikan keuntungan bagi pemilik usaha, karena terkadang modal yang dikeluarkan tidak sebanding dengan *exposure* yang diberikan. Contoh kasus yang sempat viral adalah curhatan di Twitter dari seorang pedagang risoles yang dihubungi oleh seorang *influencer*. Dimana *influencer* tersebut memesan 500 risoles dan sebagai bayarannya dia akan memposting 3 postingan di feed dan 3 instastory, permintaan tersebut pun ditolak karena penjual merasa rugi. Adapula cerita pemilik perusahaan pernikahan yang menerima *email* dari seorang *influencer*

---

<sup>8</sup> Miandhani Denniz Yuniar, "Aplikasi Instagram Sebagai Sarana Promosi Bisnis *Online*: Sebuah Studi Pada Akun *Warung Mamak*", *Jurnal Ekonomi, Sosial, dan Humaniora*, Vol. 2, No. 3, 2020, hlm. 2.

dan menawarkan kerjasama mensponsori pernikahannya dan dibayar lewat postingan Facebook dan Instagram. Jika dilihat dari segi nominal harga yang ditukarkan maka ada salah satu pihak yang dirugikan. Karena hal tersebut mengandung ketidakpastian pada harganya.

Hal tersebut menarik untuk diteliti dan dibahas dari sudut pandang hukum islam. Menurut peneliti praktek barter semacam ini belum pernah dikaji lebih lanjut, karena sesuatu yang ditukarkan dalam hal ini adalah suatu kepopuleran yang dimiliki oleh seseorang (*exposure*). Dan barang yang ditukarkan tersebut adalah barang yang mengandung ketidakpastian dalam harganya, karena tidak ada jaminan orang yang melakukan transaksi dengan barter *exposure* mendapatkan *value* yang sama.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Barter *Exposure* Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pelaku Sistem Barter *Exposure* di Purwokerto)”**.

## **B. Definisi Operasional**

Untuk mempermudah dalam memahami persoalan yang akan dibahas, penulis memberikan penjelasan beberapa istilah sebagai berikut:

### 1. Sistem Barter *Exposure*

Sistem barter *exposure* dapat diartikan sebagai suatu kegiatan tukar menukar *value* antara seseorang yang memiliki pengaruh atau popularitas di *platform* sosial media (Instagram, Tiktok, Youtube, dll) dengan suatu brand.



## 2. Hukum Ekonomi Syariah

Hukum Ekonomi Syariah adalah serangkaian aturan yang mengikat mengenai kegiatan ekonomi yang dibuat oleh badan-badan resmi yang berwajib, dengan prinsip syari'ah berdasarkan al-Qur'an dan al-Sunnah.<sup>9</sup>

## 3. Media Sosial Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video dengan menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.<sup>10</sup> Bahkan saat ini media sosial instagram juga dapat melakukan transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli melalui aplikasi, selain itu instagram juga dijadikan sebagai alat promosi oleh selebgram atau *influencer*.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, untuk lebih lanjutnya perlu dirumuskan permasalahan. Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik sistem barter *exposure* oleh para pelaku di Purwokerto?
2. Bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terhadap barter *exposure* pada media sosial instagram?

### D. Tujuan Penelitian

Berikut ini merupakan tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini:

1. Untuk mengetahui bagaimana praktik dari sistem barter *exposure*.

---

<sup>9</sup> Dudi Badruzaman, "Implementasi Hukum Ekonomi Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah", *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2, 2019, hlm. 84.

<sup>10</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* (Jakarta: Media Kita, 2012), hlm. 9

2. Untuk mengetahui pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap sistem pembayaran menggunakan barter *exposure*.

### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk dua aspek, yaitu:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian pada penelitian selanjutnya sebagai pengembangan hukum ekonomi syariah di masyarakat mengenai sistem barter *exposure*.

2. Secara Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pandangan hukum ekonomi syariah sistem barter *exposure* pada saat transaksi menurut Islam dan yang berkaitan dengan muamalah.

### **F. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka merupakan salah satu upaya dalam penelitian untuk menemukan penelitian-penelitian yang mempunyai kriteria sama, dan menjadi salah satu dasar pemikiran dalam menyusun skripsi yang penulis teliti. Sejauh yang penulis ketahui, penelitian skripsi mengenai “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Barter *Exposure* Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pelaku Sistem Barter *Exposure* di Purwokerto)” belum ada, akan tetapi untuk menghindari plagiasi dengan penelitian lain yang memiliki kemiripan. Untuk itu penulis melakukan telaah pustaka terhadap penelitian terdahulu.

Pertama, Danang Enggar Tiasto dengan skripsinya yang berjudul *Endorsement sebagai Alat Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pelaku Endorsement di IAIN Metro)*, yang menjelaskan bahwa praktik endorsement dalam Islam termasuk dalam ijarah. Dan endorsement merupakan salah satu bentuk dari muamalah yang hukumnya diperbolehkan apabila sesuai dengan kaidah-kaidah Islamiyah seorang endorser.<sup>11</sup> Persamaan skripsi penulis dengan skripsi Danang adalah sama-sama membahas tentang pengiklanan/pemasaran melalui media sosial Instagram. Skripsi Danang membahas tentang praktik *endorsement* sebagai alat pemasaran pada media sosial. Sedangkan penulis dalam penelitian ini membahas tentang sistem barter *exposure* menurut hukum ekonomi syariah.

Kedua, Fransiska Yuniarti dengan skripsinya yang berjudul *Tinjauan Fiqh Muamalah dan Etika Bisnis Islam Terhadap Endorsement sebagai Sarana Pemasaran Pada Media Sosial Instagram*, yang menjelaskan tentang strategi endorsement yang dilakukan oleh seorang influencer baik strategi dalam bertransaksi dengan menggunakan dua akad baik secara tertulis maupun lisan, adapula strategi endorsement dalam pemberian bayaran/upah berbagai macam. Dan prinsip etika bisnis Islam yang seharusnya diterapkan oleh para selebgram atau inflencer yaitu prinsip jujur dan transparan.<sup>12</sup> Persamaan skripsi penulis dengan skripsi Fransiska, sama-sama membahas

---

<sup>11</sup> Danang Enggar Tiasto, *Endorsement Sebagai Alat Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pelaku Endorsement di IAIN Metro)*, Fakultas Syariah IAIN Metro, 2020.

<sup>12</sup> Fransiska Yuniarti, *Tinjauan Fiqh Muamalah dan Etika Bisnis Islam Terhadap Endorsement Sebagai Sarana Pemasaran pada Media Sosial Instagram*, Fakultas Syariah IAIN Surakarta, 2020.

tentang pengiklanan/pemasaran melalui media sosial Instagram. Skripsi Fransiska membahas tentang strategi *endorsement* dari para penyedia jasa *endorsement* dan juga etika bisnis Islam dalam praktik *endorsement*. Sedangkan penulis dalam penelitian ini membahas tentang sistem barter *exposure* menurut hukum ekonomi syariah.

Ketiga, Amanda Via Chitami dengan skripsinya yang berjudul *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Barter Subscriber Youtube (Studi Kasus Grup Facebook Youtuber Bengkulu)*, yang menjelaskan bahwa praktek barter subscriber youtuber di grup facebook youtuber Bengkulu dilakukan oleh anggota grup dengan cara membuat status di grup facebook youtuber Bengkulu. Tetapi, menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah tidaklah sah dan merupakan jual beli barter yang haram untuk dilakukan.<sup>13</sup> Persamaan skripsi antara penulis dengan skripsi Amanda adalah sama-sama membahas tentang praktek barter. Skripsi Amanda membahas tentang barter *subscriber youtube* di grup *facebook* Bengkulu. Sedangkan penulis dalam penelitian ini membahas tentang sistem barter *exposure* menurut hukum ekonomi syariah.

Keempat, Firlina Alma Mulidia dengan skripsinya yang berjudul *Pelaksanaan Endorsement Melalui Influncer yang Mempromosikan Kosmetik di Instagram Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999*, yang menjelaskan bahwa influencer sebagai pelaku usaha periklanan harus berpedoman pada aturan-aturan terkait dan etika periklanan, karena seorang influencer dapat dijerat dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

---

<sup>13</sup> Amanda Via Chitami, *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Barter Subscriber Youtube (Studi Kaasus Grup Facebook Youtuber Bengkulu)*, Fakultas Syariah IAIN Bengkulu, 2021.

apabila produk yang dipromosikannya terbukti melanggar atau bertentangan dengan ketentuan yang ada di dalam UUPK dan aturan Perundang-undangan lain.<sup>14</sup> Persamaan skripsi antara penulis dengan skripsi Firlina adalah sama-sama membahas tentang pengiklanan atau pemasaran melalui media sosial Instagram. Skripsi Firlina membahas tentang pelaksanaan *Endorsement* oleh *influencer* yang harus berpedoman pada aturan-aturan terkait dan etika periklanan. Sedangkan penulis dalam penelitian ini membahas tentang sistem barter *exposure* menurut hukum ekonomi syariah.

Kelima, Ilma Navia dengan skripsinya yang berjudul *Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Barter Antara UD. Azizah dengan Peternak Ayam Telur di Blitar*, yang menjelaskan bahwa pelaksanaan jual beli barter di UD. Azizah dengan peternak ayam telur di Blitar diperbolehkan dengan ketentuan hukum Islam, karena adanya suatu syarat yaitu tambahan dengan uang setiap melakukan transaksi barter yang sudah jelas menguntungkan salah satu pihak.<sup>15</sup> Persamaan skripsi antara penulis dengan skripsi Ilma adalah sama-sama membahas tentang praktek barter. Skripsi Ilma membahas tentang praktek jual beli barter antara UD. Azizah dengan Peternak Ayam Telur di Blitar menurut pandangan Hukum Islam. Sedangkan penulis dalam penelitian ini membahas tentang sistem barter *exposure* menurut hukum ekonomi syariah.

---

<sup>14</sup> Firlina Alma Maulidia, *Pelaksanaan Endorsement Melalui Influencer yang Mempromosikan Kosmetik di Instagram Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999*, Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang, 2020.

<sup>15</sup> Ilma Navia, *Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Barter Antara UD. Azizah Dengan Peternak Ayam Telur di Blitar*, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.



Keenam, Devi Septiana dengan skripsinya *Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Pertukaran Barang Ditangguhkan Setelah Panen Padi (Studi di Desa Tapak Siring Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat)*, yang menjelaskan bahwa praktek pertukaran barang yang ditangguhkan setelah panen di Desa Tapak Siring Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat tidak diperbolehkan karena objek barang yang dipertukarkan berbeda jenisnya dan terdapat adanya syarat diawal akad oleh pihak agen yang membuat adanya penambahan yang termasuk dalam unsur riba, yaitu riba Nasi'ah.<sup>16</sup> Persamaan skripsi antara penulis dengan skripsi Devi adalah sama-sama membahas tentang praktek barter. Skripsi Devi membahas tentang praktek pertukaran barang (barter) yang ditangguhkan setelah panen padi yang ditinjau dari Hukum Islam. Sedangkan penulis dalam penelitian ini membahas tentang sistem barter *exposure* menurut hukum ekonomi syariah.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah pemahaman dalam pembahasan penelitian ini maka penulis menyusun pembahasan secara sistematis, sesuai tata urut dalam pembahasan yang terdiri dari lima bab pembahasan sebagai berikut:

Bab pertama berisi pendahuluan yang mengemukakan tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

---

<sup>16</sup> Devi Septiana, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Pertukaran Barang Ditangguhkan Setelah Panen Padi (Studi di Desa Tapak Siring Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat)*, Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung, 2019.

Bab kedua merupakan landasan teori yang membahas tentang konsep umum sistem barter dan jual beli dalam Hukum Ekonomi Syariah.

Bab ketiga adalah bab yang akan menyajikan metodologi penelitian yang dipakai pada penelitian ini. Dimana metodologi pada penelitian ini meliputi jenis penelitian, objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang akan digunakan penulis dalam proses penelitian mengenai tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap sistem barter *exposure* pada media sosial Instagram.

Bab keempat berisi hasil dan pembahasan penelitian tentang sistem barter *exposure* pada media sosial Instagram oleh pelaku sistem tersebut menurut Hukum Ekonomi Syariah.

Bab kelima sebagai penutup dari keseluruhan dari skripsi ini, yang berisi kesimpulan dari penelitian tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap sistem barter *exposure* pada media sosial Instagram.



## BAB II

### TINJAUAN UMUM HUKUM EKONOMI SYARIAH, *MUSYARAKAH* DAN *BARTER EXPOSURE*

#### A. Hukum Ekonomi Syariah

##### 1. Pengertian Hukum Ekonomi Syariah

Kata hukum yang di kenal dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa arab, hukum yang berarti putusan (*judgement*) atau ketetapan (*provision*). Dalam ensiklopedia hukum Islam, hukum berarti penetapan sesuatu atas sesuatu atau meniadakannya.<sup>17</sup> Sebagaimana telah disebut diatas, bahwa kajian ilmu ekonomi Islam terikat dengan nilai-nilai Islam, atau dalam istilah sehari-hari terikat dengan ketentuan halal-haram, sementara persoalan halal-haram merupakan salah satu lingkup kajian hukum, maka hal tersebut menunjukkan keterkaitan yang erat antara hukum, ekonomi dan syariah. Istilah ekonomi syari'ah atau perekonomian syari'ah hanya dikenal di Indonesia. Sementara di negara-negara lain, istilah tersebut dikenal dengan nama ekonomi Islam dan sebagai ilmu disebut ilmu ekonomi Islam (*Islamic economics, al-ilmu al-iqtisad al-islami*).<sup>18</sup> Jadi Ekonomi Syariah adalah sebuah sistem ekonomi yang dilandasi oleh nilai-nilai atau moral islamiah. Kajian ilmu ekonomi Islam dari segi ini tidak berbeda dari ekonomi sekuler, akan tetapi dari segi lain ia terikat dengan nilai-nilai Islam, atau dalam istilah sehari-hari, terikat dengan ketentuan halal-haram. Ekonomi Syariah, menurut penjelasan pasal

---

<sup>17</sup> HA. Hafizh Dasuki, *Ensiklopedi Hukum Islam* (Jakarta: FIK- IMA, 2011), hlm. 571

<sup>18</sup>Rafiq Yunus Al-mishri, *Ushul Al-iqtishad Al-islami dalam Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Rajagrafindo Pesada, 2015), hlm.2

49 Undang-Undang Nomor 3 tahun 2006 adalah perbuatan atau kegiatan usaha yang dilaksanakan menurut prinsip syariah. Prinsip Syariah sendiri merupakan prinsip yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadis.

Dari pengertian hukum dan ekonomi syariah diatas maka hukum ekonomi syariah dapat didefinisikan sebagai hukum yang mengatur segala hal yang berkaitan dengan kegiatan sistem ekonomi yang dilandasi dan didasari oleh nilai-nilai islamiah yang tercantum dalam dasar hukum normatif dan dasar hukum formal. Dalam konteks masyarakat, hukum ekonomi syariah berarti hukum ekonomi islam yang digali dari sistem ekonomi islam yang ada dalam masyarakat. Masyarakat membutuhkan hukum untuk mengatur guna menciptakan tertib hukum dan menyelesaikan masalah sengketa yang pasti timbul pada interaksi ekonomi untuk menyelesaikan berbagai sengketa mungkin muncul di masyarakat.

Dalam pengertian lain hukum ekonomi syariah merupakan hukum ekonomi Islam yang digali dari sistem ekonomi Islam yang ada dalam masyarakat, yang merupakan pelaksanaan fikih di bidang ekonomi oleh masyarakat. Pelaksanaan Sistem ekonomi oleh masyarakat membutuhkan hukum untuk mengatur guna menciptakan tertib hukum dan menyelesaikan masalah sengketa yang pasti timbul pada interaksi ekonomi. Dengan kata lain sistem ekonomi syariah memerlukan dukungan hukum ekonom syariah untuk menyelesaikan berbagai sengketa yang mungkin muncul dalam masyarakat.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Eka Sakti Habibullah, "Hukum Ekonomi Syariah Dalam Tatanan Hukum Nasional", *Al-Maslahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial Islam*, vol. no. , hlm. 700

## 2. Dasar Hukum Ekonomi Syariah

Hukum adalah peraturan, ketentuan, dan ketetapan yang telah disepakati oleh masyarakat dan para penegak hukum yang harus dilaksanakan sebaik-baiknya. Hukum mengandung sanksi tertentu untuk diterapkan pada para pelanggar hukum.<sup>20</sup>

Perekonomian dalam Islam tidak luput dari sumber-sumber hukum Islam yang tujuannya untuk mengatur perilaku manusia dalam bermasyarakat terutama dalam masalah ekonomi, dan khususnya untuk pemenuhan kebutuhan keluarga Islam. Norma-norma itu ditujukan untuk dapat memenuhi kebutuhan rohani dan jasmani para anggota keluarga. Sementara perekonomian sendiri bertujuan untuk menciptakan kehidupan sejahtera didunia dan keberuntungan diakhirat. Dibawah ini kumpulan dasar hukum yang berkaitan dengan ekonomi yang bisa dijadikan pedoman bagi manusia untuk berhati-hati dalam memenuhi kebutuhan keluarga, diantaranya adalah Q.S Al-Baqarah: 172.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.<sup>21</sup>

Ayat di atas menerangkan bahwa menyerukan kepada setiap hamba Allah yang beriman agar mengkonsumsi dan menafkahi keluarganya dengan baik. Dan supaya manusia dapat bersyukur kepada Allah atas rezeki yang telah Ia berikan karena hanya Allah lah tempat manusia dan

<sup>20</sup> Moh. Fauzan Januri, *Pengantar Hukum Islam dan Pranata Sosial* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm.53

<sup>21</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012) (Q.S. Al-Baqarah: 172)



menyembah meminta. Selain menyuruh memakan rezeki yang halal dan juga harus bersyukur kepada Allah, manusia tidak dibolehkannya dengan jalan dirinya memakan harta sesamanya secara bathil, juga zat dari wujud harta itu memang harus halal atau bukan barang yang diharamkan seperti bangkai, darah, daging babi, dan binatang ketika disembelih tidak menyebut nama Allah. Namun Allah membolehkan memakan binatang yang diharamkan untuk dikonsumsi jika dalam keadaan terpaksa.

a. Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah kumpulan wahyu ilahi yang disampaikan kepada nabi Muhammad SAW dengan perantara malaikat jibril untuk mengatur kehidupan umat Islam pada khususnya dan umat manusia pada umumnya, Seperti halnya dalam Q.S. al-Baqarah (2):275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.<sup>22</sup>

<sup>22</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012) (Q.S. Al-Baqarah: 275)



dan Q.S. an-Nisa (4):29:

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.<sup>23</sup>  
yang intinya. Allah swt telah menghalalkan jual beli dan

mengharamkan riba serta suruhan untuk menempuh jalan perniagaan dengan suka sama suka.<sup>24</sup>

#### b. As-Sunnah

As-Sunnah adalah segala apa yang datangnya dari Nabi Muhammad, baik berupa segala perkataan yang telah diucapkan, perbuatan yang pernah dilakukan pada masa hidupnya ataupun segala hal yang dibiarkan berlaku, contohnya seperti HR. Bukhori dan Muslim dari Ibnu Abbas tentang akad salam yang artinya “Ketika Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam tiba di Madinah, mereka (penduduk Madinah) mempraktikkan jual beli buah-buahan dengan sistem salaf (salam), yaitu membayar di muka dan diterima barangnya setelah kurun waktu dua atau tiga tahun kemudian. Lantas Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Siapa yang mempraktikkan salam dalam jual beli buah-buahan, hendaklah dilakukannya dengan

<sup>23</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012) (Q.S. An-Nisa: 29).

<sup>24</sup> Panji Adam, *Fikih Muamalah Adabiyah* (Bandung: PT Refika Aditama, 2018), hlm. 25

takaran yang diketahui dan timbangan yang diketahui, serta sampai waktu yang diketahui.” (HR. Bukhari, no. 2240 dan Muslim, no. 1604).

c. Ijma' Ulama

Ijma' penyesuaian paham atau pendapat di antara para ulama mujtahid pada suatu masa tertentu untuk menentukan hukum suatu masalah yang belum ada ketentuan hukumnya.

d. Qiyas

Qiyas membandingkan atau mempersamakan atau menerapkan hukum dari suatu perkara yang sudah ada ketentuan hukumnya terhadap suatu perkara lain yang belum ada ketentuan hukumnya oleh karena kedua perkara yang bersangkutan mempunyai unsur- unsur kesamaan.<sup>25</sup>

3. Ruang Lingkup Hukum Ekonomi Syariah

Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karena itu ia merupakan bagian tak terpisahkan (*integral*) dari agama Islam. Sebagai derivasi dari agama Islam, ekonomi Islam mengikuti agama Islam dalam berbagai aspeknya. Islam adalah sistem kehidupan (*way of life*), di mana Islam telah menyiapkan berbagai perangkat aturan yang lengkap bagi kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi. Beberapa aturan bersifat pasti dan berlaku permanen, sebagian yang lain bersifat kontekstual sesuai dengan situasi dan kondisi. Senada dengan uraian ini, M. Syafi'i Antonio menjelaskan bahwa syariah Islam adalah syariah yang

---

<sup>25</sup> Panji Adam, *Fikih Muamalah Adabiyah*, hlm. 26.

mempunyai keunikan tersendiri, yaitu bukan saja menyeluruh atau komprehensif, melainkan juga universal. Karakter istimewa ini diperlukan sebab tidak akan ada syariah lain yang datang untuk menyempurnakannya. Komprehensif berarti syariah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (muamalah). Universal bermakna syariah Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai Hari Akhir nanti. Universalitas ini tampak jelas terutama dalam bidang muamalah. Selain mempunyai cakupan luas dan fleksibel, muamalah tidak membedakan antara muslim dan nonmuslim.<sup>26</sup>

Ruang lingkup ekonomi Islam secara komprehensif adalah bermuamalah, dalam bermuamalah harus ada nilai-nilai universal yang terkandung antara lain nilai-nilai tauhid (keesaan Tuhan), adalah (keadilan), nubuwwah (kenabian), khilafah (pemerintahan), dan ma'ad (hasil).<sup>27</sup> Muamalah adalah aturan-aturan Allah yang wajib ditaati yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kaitannya dengan cara memperoleh dan mengembangkan harta benda. Dan secara umum ruang lingkup ekonomi syariah adalah meliputi aspek ekonomi, antara lain shirkah dan mudharabah, murabahah, khiyar, istisna, ijarah, salam, kafalah, hawalah, dan lain-lain.<sup>28</sup> Tetapi dalam aspek kerjasama yang paling banyak dilakukan adalah bagi hasil, yaitu *syirkah* dan *muḍārabah*.

---

<sup>26</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2009), hlm. 20.

<sup>27</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 18.

<sup>28</sup> Burhanudin, *Hukum Kontrak Syariah* (Yogyakarta: BPFE, 2009), hlm. 105.

Sedangkan menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, ruang lingkup hukum ekonomi Islam terbagi dalam 4 buku masing-masing.

- a. Tentang Subjek Hukum dan Amwal, terdiri atas 3 bab
- b. Tentang Akad, meliputi: Asas akad, Rukun, syarat, kategori hukum, ‘Aib, Akibat, dan manfaat akad, *Ba’i*, *Syirkah*, *Muḍārabah*, *Muzāra’ah* dan *Musaqah*, *Khiyar*, *Ijārah*, dll terdiri dari 29 bab
- c. Tentang Zakat dan Hibah yang terdiri atas 4 bab
- d. Tentang Akuntansi Syariah yang terdiri atas 7 bab.<sup>29</sup>

Bila kita perhatikan cakupan bab dan pasal kompilasi hukum ekonomi syariah, maka ruang lingkup ekonomi syariah meliputi: *ba’i*, *akad-akad jual beli*, *syirkah*, *muḍārabah*, *murābahah*, *muzāra’ah* dan *musaqah*, *khiyar*, *istiṣna*, *ijārah*, *kafalah*, *hawalah*, *rahn*, *wadi’ah*, *gaṣb* dan *itlaf*, *wakalah*, *ṣulḥu*, pelepasan hak, ta’min, obligasi syariah, *muḍārabah*, pasar modal, reksadana syariah, sertifikasi bank Indonesia syariah, pembiayaan multi jasa, *qard*, pembiayaan rekening koran syariah, dana pensiun syariah, zakat dan hibah, dan akuntansi syariah.

## B. *Musyarakah*

### 1. Pengertian *Musyarakah*

*Musyarakah* secara bahasa diambil dari bahasa arab yang berarti mencampur. Dalam hal ini mencampur satu modal dengan modal yang lain sehingga tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Kata *Syirkah* merupakan istilah *musyarakah*. *Syirkah* secara etimologis mempunyai arti

---

<sup>29</sup> Peraturan Mahkamah Agung RI. No. 02 Tahun 2008 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

percampuran (*ikhlihat*), yakni bercampurnya salah satu dari dua harta dengan harta lainnya, tanpa dapat dibedakan antara keduanya.<sup>30</sup> Secara terminologis, menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *syirkah* (*musyārahah*) adalah kerja sama antara dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan, atau kepercayaan dalam usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah.

*Musyārahah* adalah akad kerjasama yang terjadi di antara para pemilik modal (mitra *musyārahah*) untuk menggabungkan modal dan melakukan usaha secara bersama dalam suatu kemitraan, sedangkan kerugian ditanggung secara proporsional sesuai dengan kontribusi modal. Jadi, *musyārahah* adalah akad kerjasama antara dua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikankontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan di tanggung bersama sesuai kesepakatan.<sup>31</sup>

Menurut ulama Malikiyah, *musyārahah* adalah pemberian izin kepada kedua belah pihak untuk mengelola harta atau modal bersama. Artinya, masing-masing sekutu memberikan izin kepada sekutu lainnya untuk mengurus harta kekayaan keduanya tanpa kehilangan hak untuk itu. Menurut Hambali, *musyārahah* adalah perhimpunan hak atau pengaturan harta. Menurut para ulama Syafi'i, *musyārahah* adalah kepemilikan tetap dua orang atau lebih sehingga tidak ada perbedaan hak antara satu pihak

---

<sup>30</sup> Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah* (Yogyakarta: Graha Ilmu , 2014), hlm. 96.

<sup>31</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 220.



dengan pihak lainnya. Menurut ulama Hanafi, *musyārahah* adalah transaksi antara dua orang yang bersekutu dalam modal dan keuntungan.

Definisi tersebut menjelaskan sifat *musyārahah*, yaitu transaksi.<sup>32</sup>

## 2. Dasar Hukum *Musyārahah*

### a. Al-Qur'an

Dalam Surah Ash-Shad : 24

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالٍ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي  
بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ  
وَوَلَّىٰ دَاوُدَ آتَمًا فَتَنَّاوَهُ فَاسْتَعَفَّرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Daud berkata: "Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini". Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.<sup>33</sup>

Dalam Surah An-Nisa : 12

وَلَكُمْ نِصْفُ مَا تَرَكَ أَزْوَاجُكُمْ إِنَّمَا يَكُن لَّهِنَّ وَاكُفْرًا ۚ وَإِن كَان لَّهُنَّ وَاكُفْرًا  
فَلَكُمْ الرُّبْعُ مِمَّا تَرَكَنَّ ۚ مِن بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصِيَنَّ بِهَا أَوْ دَيْنٍ ۚ وَهِنَّ الرُّبْعُ  
مِمَّا تَرَكَنَّ إِنَّمَا يَكُن لَّكُمْ وَاكُفْرًا ۚ فَإِن كَانَ لَكُم وَاكُفْرًا فَلَهُنَّ الثُّمُنُ مِمَّا  
تَرَكَتُم ۚ مِن بَعْدِ وَصِيَّةٍ تُوصُونَ بِهَا أَوْ دَيْنٍ ۚ وَإِن كَانَ رَجُلٌ يُورَثُ  
كَوَالَةً أَوْ امْرَأَةً وَوَلَهُ أَخٌ أَوْ أُخْتٌ فَلِكُلِّ وَاحِدٍ مِّنْهُمَا السُّدُسُ ۚ فَإِن  
كَانُوا أَكْثَرَ مِن ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثُّلُثِ ۚ مِن بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصَىٰ بِهَا  
أَوْ دَيْنٍ غَيْرِ مُضَارٍّ ۚ وَصِيَّةً مِّنَ اللَّهِ ۚ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَلِيمٌ

<sup>32</sup> Syafi'i Rahmat, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka setia, 2001), hlm. 184-186.

<sup>33</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012) (Q.S. As-Shad: 24)



Dan bagimu (suami-suami) seperdua dari harta yang ditinggalkan oleh isteri-isterimu, jika mereka tidak mempunyai anak. Jika isteri-isterimu itu mempunyai anak, maka kamu mendapat seperempat dari harta yang ditinggalkannya sesudah dipenuhi wasiat yang mereka buat atau (dan) seduah dibayar hutangnya. Para isteri memperoleh seperempat harta yang kamu tinggalkan jika kamu tidak mempunyai anak. Jika kamu mempunyai anak, maka para isteri memperoleh seperdelapan dari harta yang kamu tinggalkan sesudah dipenuhi wasiat yang kamu buat atau (dan) sesudah dibayar hutang-hutangmu. Jika seseorang mati, baik laki-laki maupun perempuan yang tidak meninggalkan ayah dan tidak meninggalkan anak, tetapi mempunyai seorang saudara laki-laki (seibu saja) atau seorang saudara perempuan (seibu saja), maka bagi masing-masing dari kedua jenis saudara itu seperenam harta. Tetapi jika saudara-saudara seibu itu lebih dari seorang, maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga itu, sesudah dipenuhi wasiat yang dibuat olehnya atau sesudah dibayar hutangnya dengan tidak memberi mudharat (kepada ahli waris). (Allah menetapkan yang demikian itu sebagai) syari'at yang benar-benar dari Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Penyantun.<sup>34</sup>

b. Hadis

Hadis Rasul yang dapat dijadikan rujukan i *musyarakah* adalah:

“Dari hadist Qudsi yang diriwayatkan dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah saw telah bersabda, “Allah swt telah berkata kepada saya; menyertai dua pihak yang sedang berkongsi selama salah satu dari keduanya tidak mengkhianati yang lain, seandainya berkhianat maka saya keluar dari penyertaan tersebut”. (HR. Abu Daud) “Rahmat Allah swt tercurahkan atas dua pihak yang sedang berkongsi selama mereka tidak melakukan pengkhianatan, manakala berkhianat maka bisnisnya akan tercela dan keberkataanpun akan sirna dari padanya”. (HR. Abu Daud, Baihaqi dan Al-Hakim).<sup>35</sup>

c. Ijma

Ibnu Qudamah dalam kitabnya, al Mughni berkata: “kaum muslimin telah berkonsensus terhadap legitimasi masyarakat secara global walau ada perbedaan pendapat dalam beberapa elemen darinya.<sup>36</sup>

<sup>34</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012) (Q.S. An-Nisa: 12)

<sup>35</sup> Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah*, hlm. 97.

<sup>36</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: Dari teori ke praktek* (Jakarta: Gema Insani, cet ke-1, 2010), hlm.91

### 3. Rukun dan Syarat *Musyārahah*

Rukun *musyārahah* adalah sesuatu yang harus ada ketika *musyārahah* berlangsung. Terdapat perbedaan terkait dengan rukun *musyārahah*. Menurut hanafiyah bahwa rukun *syirkah* hanya ada satu yaitu, shighat (ijab dan Kabul) karena shighatlah yang mewujudkan adanya transaksi *syirkah*. Mayoritas ulama berpendapat bahwa rukun *syirkah* ada empat yaitu sebagai berikut:

- a. *Sigat*, yaitu ungkapan yang keluar dari masing-masing dari dua pihak yang bertransaksi yang menunjukkan kehendak untuk melaksanakannya. *Sigat* terdiri dari ijab dan kabul yang sah dengan semua hal yang menunjukkan maksud *syirkah*, baik berupa perbuatan maupun ucapan.
- b. *'aqidain* adalah dua pihak yang melakukan transaksi. *Syirkah* tidak sah kecuali dengan adanya kedua belah pihak ini. Disyaratkan bagi keduanya adanya kelayakan melakukan transaksi *ahliyah al-'aqad*, yaitu baligh, berakal, pandai dan tidak dicekal untuk membelanjakan harta.
- c. Objek *Syirkah*, yaitu modal pokok. Mencakup harta maupun pekerjaan. Tidak boleh berupa harta yang tertuang atau benda yang tidak diketahui karena tidak dapat di jalankan sebagai mana yang menjadi tujuan *syirkah*, yaitu mendapat keuntungan.
- d. Nisbah Bagi Hasil.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 220.

Pada dasarnya, akad *musyārahah* dapat sah jika memenuhi beberapa syarat sebagai berikut:

- a. Subjek hukum adalah orang yang berakal sehat, dewasa dan cakap bertindak hukum atau diwakilkan;
- b. Objek akad adalah hal-hal yang dapat diwakilkan agar memungkinkan setiap anggota *syirkah* bertindak hukum atas nama seluruh anggota;
- c. Para pihak melakukan perjanjian suka rela,
- d. Bagian keuntungan untuk masing-masing anggota adalah bagian dari keseluruhan keuntungan yang ditentukan secara presentase;
- e. Barang modal atau uang umumnya dapat dihargai dan diserahkan oleh masing-masing sekutu untuk disatukan.<sup>38</sup>

Syarat *musyārahah* menurut kesepakatan ulama, yaitu:

- a. Dua pihak yang melakukan transaksi mempunyai kecakapan/keahlian (*ahliyah*) untuk mewakili dan menerima perwakilan. Demikian ini dapat terwujud bila seseorang berstatus merdeka, balig, dan pandai (*rasyid*). Hal ini karena masing-masing dari dua pihak itu posisinya sebagai mitra jika ditinjau dari segi adilnya sehingga ia menjadi wakil mitranya dalam membelanjakan harta.
- b. Modal *syirkah* diketahui.
- c. Modal *syirkah* ada pada saat transaksi.
- d. Besarnya keuntungan diketahui dengan penjumlahan yang berlaku, seperti setengah, dan lain sebagainya.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Ahmad Mujahidin, *Prosedur Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah di Indonesia* (Jakarta: Ghalia Indonesia 2010), hlm 210.

#### 4. Macam-macam *Musyārahah*

*Musyārahah* dibagi menjadi dua macam, yaitu:

##### a. *Syirkah al amlak*

*Syirkah al amlak* atau musyarakah kepemilikan tercipta karena warisan, wasiat, atau kondisi lainnya yang mengakibatkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih. Dalam musyarakah ini, kepemilikan dua orang atau lebih berbagi dalam sebuah aset nyata dan berbagi pula dari keuntungan yang dihasilkan aset tersebut.

##### b. *Syirkah uqud*

*Syirkah uqud* akad (kontrak) tercipta dengan cara kesepakatan di mana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal musyarakah. Mereka pun sepakat berbagi keuntungan dan kerugian. Akad musyarakah dibagi menjadi 4 bagian:

##### a. *Syirkah al-‘Inan*

*Syirkah al-‘inan* adalah kontrak antara dua orang atau lebih. Setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana atau berpartisipasi dalam kerja. Kedua pihak berbagi dalam keuntungan dan kerugian sebagaimana yang disepakati antara mereka. Akan tetapi, porsi masing-masing pihak, baik dalam dana maupun kerja atau bagi hasil, tidak harus sama dan identik sesuai dengan kesepakatan mereka. Mayoritas ulama membolehkan jenis musyarakah ini.<sup>40</sup>

<sup>39</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, hlm. 221.

<sup>40</sup> Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah*, hlm. 100-102.

b. *Syirkah Mufawadah*

*Syirkah mufawadah* adalah kontrak kerja sama antara dua orang atau lebih. Setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja. Setiap pihak membagi keuntungan dan kerugian secara sama. Dengan demikian, syarat utama dari jenis *musyarakah* ini adalah kesamaan dana yang diberikan, kerja, tanggung jawab dan beban utang masing-masing.

c. *Syirkah A'māl*

*Musyarakah* ini adalah kontrak kerja sama dua orang seprofesi untuk menerima pekerjaan secara bersama dan berbagi keuntungan dari pekerjaan itu. Misalnya kerja sama antara dua orang penjahit untuk menerima pembuatan order seragam sebuah kantor. *Musyarakah* ini disebut juga *musyarakah abdan*.

d. *Syirkah Wujuh*

*Syirkah wujuh* adalah kontrak antara dua orang atau lebih yang memiliki reputasi atau prestise baik serta ahli dalam bisnis. Mereka membeli barang secara kredit dari suatu perusahaan dan menjual barang tersebut secara tunai. Mereka berbagi keuntungan dan kerugian berdasarkan jaminan kepada penyuplai yang disediakan oleh tiap mitra. Jenis *musyarakah* ini tidak memerlukan modal karena pembelian secara kredit berdasar pada jaminan tersebut.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah*, hlm. 100-102.



## 5. Berakhirnya *Musyārahah*

- a. Salah satu pihak membatalkan dengan atau tanpa persetujuan karena berdasarkan sukarela.
- b. Salah satu pihak kehilangan kecakapan bertindak.
- c. Salah satu pihak meninggalkan bila anggota syirkah hanya dua orang.
- d. Salah satu pihak di bawah pengampuan, seperti boros.
- e. Modal para anggota syirkah lenyap.
- f. Salah satu pihak dinyatakan pailit.
- g. Jangka waktu berakhir.<sup>42</sup>

## C. Barter *Exposure*

### 1. Pengertian Barter *Exposure*

Barter merupakan pertukaran kebutuhan dalam bentuk barang untuk memenuhi kebutuhan hidup tanpa mengandalkan sisi keuangan terlebih dahulu. Sistem barter merupakan sebuah solusi kepada individu atau seseorang yang tidak mampu memproduksi segala kebutuhan hidup serta kebutuhan ekonomi dulunya sebelum mengenal uang, maka dulunya masyarakat sering menggunakan system barter dengan barang yang diinginkan.<sup>43</sup> Barter juga dapat diartikan sebagai pertukaran barang dengan barang, barang dan jasa, atau jasa dengan barang tanpa menggunakan uang sebagai perantaranya.<sup>44</sup>

<sup>42</sup> Ahmad Mujahidin, *Prosedur Penyelesaian Sengketa*, hlm 210.

<sup>43</sup> Edwin Ariesto Uumbu Malahina Dan Agustina Clarissa Huko Langoday, “Analisa Kebutuhan Pengembangan Model System Barter Di Era Pandemi Covid-19 Berbasis Website”, *Jurnal Teknologi Informasi*, Vol.5 No.1, Juni 2021, hlm. 78.

<sup>44</sup> Nur Rachmat Arifin Ddk., “Analisis Praktek Barter Pasca Panen Padi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 2, November 2019, hlm. 171.



*Exposure* merupakan sebuah ketenaran atau kepopuleran yang dimiliki oleh seseorang dan dapat memberikan pengaruh kepada orang lain. Di dalam media sosial, *exposure* dimiliki oleh seseorang yang memiliki banyak teman atau pengikut. Dalam pengertian lain, *exposure* adalah salah satu strategi marketing yang bisa dijalankan oleh *brand* bersama dengan *influencer*, misalnya Selebgram. Suatu *brand* akan memberikan produk kepada *influencer*, lalu *influencer* tersebut akan membuat postingan di akun media sosialnya. Tujuannya untuk memberikan *awareness* dan meningkatkan produk itu.<sup>45</sup>

Sistem barter *exposure* dapat diartikan sebagai suatu kegiatan tukar menukar *value* antara seseorang yang memiliki pengaruh atau popularitas di *platform* sosial media (Instagram, Tiktok, Youtube, dll) dengan suatu *brand*. Adanya istilah tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh para *influencer* untuk memberikan *exposure* terhadap barang atau jasa yang diberikan. Biasanya para pemilik *brand* memberikan produk atau jasa, dan *influencer* cukup mempostingnya di akun pribadinya untuk membayar produk yang ia dapatkan. *Exposure* ini bisa dibilang sebagai barter yang berupa konten iklan. Fenomena ini sebenarnya bisa dijadikan salah satu strategi marketing oleh para pemilik usaha untuk menyewa jasa *influencer* agar *brand*/produk yang dimiliki bisa dikenal oleh khalayak.

---

<sup>45</sup> All Stars, "Exposure Adalah Strategi, Simak Manfaat dan Tips Meningkatkannya", Artikel [tps://www.allstars.id/blog/2022/06/24/marketing-exposure-adalah](https://www.allstars.id/blog/2022/06/24/marketing-exposure-adalah) diakses 23 Maret 2024.

## 2. Manfaat *Exposure*

Bukan tanpa alasan banyak brand berusaha meningkatkan *exposure marketing*. Berikut beberapa manfaat *exposure* bagi *brand*:

### a. Meningkatkan *Brand Awareness*

*Brand awareness* adalah pondasi bagi semua upaya marketing bisnis, mulai dari media sosial hingga SEO. *Exposure* adalah strategi yang dapat meningkatkan brand awareness dengan cara yang sangat sederhana namun berdampak. Saat seorang influencer terkenal memposting sebuah konten mengenai produk atau jasa yang kamu tawarkan, para follower influencer tersebut yang sebelumnya mungkin belum tahu menjadi kenal dengan brand kamu. Jadi, *brand awareness* adalah langkah awal bagi calon pembeli untuk melakukan transaksi sehingga perannya sangat penting.

### b. Bisnis *Brand* Lebih Cepat Tersebar

*Exposure* juga membantu bisnis *brand* lebih cepat tersebar luas berkat efek brand awareness yang ditawarkan. *Branding* membantu bisnis terhubung dengan pelanggan secara emosional. Brand yang membangun koneksi positif dengan pelanggan pada tingkat emosional akan membuat pelanggan merasa senang saat melakukan pembelian dari brand tersebut. Dengan demikian, pelanggan akan lebih mungkin melakukan pembelian dari brand kamu.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> All Stars, “*Exposure* Adalah Strategi, Simak Manfaat dan Tips Meningkatkannya”, Artikel [tps://www.allstars.id/blog/2022/06/24/marketing-exposure-adalah](https://www.allstars.id/blog/2022/06/24/marketing-exposure-adalah) diakses 23 Maret 2024.

c. Potensi Menambah Pelanggan

Dengan memperkenalkan brand ke khalayak yang lebih luas, kamu dapat menikmati manfaat potensi menambah pelanggan. Exposure menawarkan manfaat ini karena konten yang dibuat dan di posting oleh influencer dapat mempengaruhi para *followernya* yang berujung pada pembelian.

d. Meningkatkan Penjualan

Semakin banyak jumlah pelanggan baru, maka akan semakin meningkat pula penjualan kamu. Penjualan yang baik membantu *brand* mendapatkan prospek yang berkualitas dan pelanggan yang memberikan nilai bagi *brand*. Jika *brand* mendapatkan penjualan yang baik, maka karyawan juga akan senang. Rasa senang ini akan membuat karyawan bekerja lebih baik dan menjalankan tugasnya dengan lebih semangat untuk pertumbuhan *brand*.<sup>47</sup>

3. Barter Dalam Islam

Menurut istilah jual beli barter adalah menukar barang dengan barang (barter) atau barang dengan jalan melepaskan hak milik dari satu pihak kepada pihak lain dengan dasar saling rela. Dalam bahasa Arab barter disebut mubadalah. Barter merupakan sebagai sebuah kegiatan dagang yang dilakukan dengan cara mempertukarkan barang yang satu dengan barang yan lain.<sup>48</sup>

<sup>47</sup> All Stars, "Exposure Adalah Strategi, Simak Manfaat dan Tips Meningkatkannya", Artikel [tps://www.allstars.id/blog/2022/06/24/marketing-exposure-adalah](https://www.allstars.id/blog/2022/06/24/marketing-exposure-adalah) diakses 23 Maret 2024.

<sup>48</sup> Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Medan: Febi UIN-SU Press, 2018), hlm.

Barter dalam perspektif hukum ekonomi syariah jika salah satu pihak tidak dirugikan maka hukum jual belinya sah. Perdagangan barter menurut ulama fikih dan pakar mendefinisikan secara berbeda beda bergantung pada sudut pandangnya masing-masing.

Adapun menurut istilah adalah sebagai berikut, menurut ahli fikih Islam, pertukaran diartikan sebagai pemindahan barang seseorang dengan cara menukarkan barang-barang tersebut dengan barang lain berdasarkan keikhlasan/kerelaan. Sedangkan menurut H. Chairuman Pasaribu, tukar menukar secara istilah adalah kegiatan saling memberikan sesuatu dengan menyerahkan barang.<sup>49</sup>

Sesuai dengan hadits Nabi riwayat Muslim dari Bara bin Azib dan Zaid bin Arqam artinya adalah “Rasulullah SAW melarang menjual perak dengan emas secara piutang (tidak tunai).” Sedangkan Imam Syafi’i berpendapat bahwa menjual emas dan perak (lain jenis) dengan berbeda lebih banyak adalah boleh, tetapi jika sejenis (emas dengan emas) tidak diperbolehkan dengan kata lain riba. Sedangkan Imam Syafi’i mensyaratkan agar tidak riba yaitu sepadan (sama timbangannya, takarannya dan nilainya) spontan dan bisa diserahterimakan. Dan mereka sepakat bahwa jual beli mata uang harus dengan syarat tunai, tetapi mereka berbeda pendapat tentang waktu yang membatasi. Imam Hambali dan Syafi’i berpendapat bahwa jual beli mata uang terjadi secara tunai selama kedua belah pihak belum berpisah, baik penerimanya pada saat

---

<sup>49</sup> Moh. Sa’I Affan. *Tradisi Jual Beli Barter Dalam Kajian Hukum Islam* (Madura: Dosen STIS As-Salafiyah), hlm. 17

transaksi atau penerimaannya terlambat. Tetapi Imam Maliki berpendapat jika penerimaan pada majelis terlambat, maka jual beli tersebut batal, meski kedua belah pihak belum terpisah.<sup>50</sup>

Jual beli barter tersebut di dalam hadits sudah dijelaskan bahwa yang bisa dibarterkan yang sama jenisnya dan sama illatnya, yakni: emas, perak, beras gandum, padi gandum, kurma dan garam, dilarang oleh Islam, kecuali telah memenuhi beberapa syarat, yaitu sama banyaknya dan mutunya (kuantitas dan kualitasnya), secara tunai dan serah terima dalam satu majelis.

Islam memberikan ketentuan yang jelas dalam mengatur sesuatu, termasuk dalam barter ini. Barter dalam Islam setidaknya harus memenuhi rukun dan syarat yang ada, diantaranya:

- a. Penjual, orang yang menawarkan barang yang dijualnya dengan memiliki nilai harga dan memiliki akad yang sah kepada kedua belah pihak.
- b. Pembeli, orang yang ditawarkan untuk membeli barang kepada penjual untuk ditukarkan barang tersebut.
- c. Sama-sama sebagai penjual antara kedua belah pihak.
- d. Barang yang dipertukarkan, benda yang akan ditukarkan harus jelas .
- e. Ijab qabul, adanya kesepakatan dan jawaban yang sah terhadap penjual dan pembeli.<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup>Sayid Sabiq, *al-Fiqh al-Sunnah XII, Terjemahan Kamaludin A. Marzuqi, "Fikih Sunnah"* (Bandung: Al-Ma'arif, 1990), hlm.123

<sup>51</sup> Rasjid sulaiman, *Fiqih Islam* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2014), hlm. 282



Adapun syaratnya, adalah:

- a. Khiyar majelis, adanya proses transaksi di tempat
- b. Barang yang ditukar harus jelas
- c. Berakal, agar dia tidak terkecoh, orang yang gila atau bodoh tidak sah jual belinya.<sup>52</sup>

Al-Qur'an melarang semua tindakan memperoleh harta dengan cara tidak halal. Pengakuan Al-Qur'an atas harta benda yang dimiliki seseorang merupakan penegasan atas haknya yang eksklusif untuk mengambil keputusan yang penting berhubungan dengan harta yang dimilikinya. Pemilik harta bias menggunakan, menjual, dan menukar pada kekayaan yang dimilikinya dan karenanya Al-Qur'an menyatakan dengan tegas bahwa berdagang atau transaksi pertukaran adalah halal.

Mengenai pertukaran ini, Al-Qur'an bukan saja mengizinkan bahkan mendorong untuk menjalankannya dengan penuh semangat dan optimism. Legalitas tersebut member implikasi bahwa seseorang bebas untuk melakukan bentuk transaksi apa saja selama berada dalam batasan yang diizinkan syara'. Di samping itu, untuk mengembangkan usaha yang dilakukan, maka dianjurkan untuk melakukan kerjasama atau bermitra dengan pihak-pihak lain dengan saling member manfaat dan memberi keuntungan.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> Rasjid sulaiman, *Fiqih Islam*, hlm. 279.

<sup>53</sup> Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Di Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm. 80-81.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Metode dapat diartikan sebagai suatu cara untuk melakukan teknis dengan menggunakan fikiran secara skema untuk mencapai tujuan, sedangkan penelitian sendiri merupakan upaya dalam bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta secara sistematis untuk menciptakan suatu kebenaran.<sup>54</sup> Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian merupakan data *empiris* yang *valid*. Untuk mendapatkan data yang *valid* dalam penelitian sebelum diketahui validitasnya, maka dapat diuji melalui pengujian *reliabilitas* dan *obyektivitas*. Pada umumnya data yang seperti itu memiliki kecenderungan data yang *valid*.<sup>55</sup>

#### A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mengungkapkan gejala secara menyeluruh sesuai dengan konteks, penelitian kualitatif akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari subjek penelitian.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> Maradis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal Cetakan Ke-7* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 24.

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016), hlm 2.

<sup>56</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hlm. 7-8.

## 2. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. Yaitu suatu pendekatan dengan berdasarkan suatu norma-norma yang berlaku didalam suatu lingkungan tersebut suatu peraturan yang bersifat mengikat, sehingga dapat diharapkan dalam pendekatan ini dapat diketahui bagaimana hukum yang secara empiris yang merupakan gejala dalam suatu masyarakat ini dapat dipelajari sebagai suatu variabel penyebab yang menimbulkan suatu akibat-akibat didalam suatu kelompok kehidupan sosial. Jenis penelitian yuridis sosiologis menggunakan data primer, dimana nantinya data primer tersebut didapatkan langsung dari sumber sehingga masih berupa data mentah.<sup>57</sup>

Adapun Fokus penelitian ini ditunjukan terhadap suatu peristiwa yang kerap kali terjadi didalam keseharian pada media sosial instagram. Yaitu terkait praktik pada sistem barter *exposure* pada media sosial instagram yang ditinjau berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah. Dimana nantinya penelitian ini akan dilakukan pada para pelaku sistem barter *exposure* di purwokerto.

## B. Subjek dan Objek Penelitian

### 1. Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, subjek dari penelitian ini yaitu orang-orang yang berada pada ruang lingkup penelitian yang menjadi sumber informasi. Subjek penelitian juga bisa disebut sebagai orang yang dapat

---

<sup>57</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1990), hlm. 34.

memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi yang melatarbelakangi penelitian. Adapun subjek penelitian yang terdapat didalam penelitian ini yaitu orang-orang yang aktif di dalam media sosial istagram, seperti selebgram atau *influenceer* yaitu Zahrotul Warda selaku *influenceer* dengan akun Instagram @zahrotulwarda, Agista selaku *influenceer* dengan akun Instagram @agistaaaa\_ dan Naely Nur Janah selaku *influenceer* dengan akun Instagram @naelin\_ yang sering melakukan aktifitas barter *exposure* pada akun media sosial instagram milik mereka.

## 2. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini objek yang digunakan oleh peneliti yaitu mengenai pemberlakuan aktifitas sistem barter *exposure* pada akun media sosial instagram.

## C. Sumber Data Penelitian

### 1. Data primer

Data primer adalah data atau keterangan yang didapatkan langsung dari sumbernya.<sup>58</sup> Dalam penelitian ini nantinya data primer yang didapatkan peneliti yaitu bersumber dari hasil wawancara secara langsung dengan pihak para pelaku pengguna akun media sosial instagram yang ada di sekitaran kawasan purwokerto yang beberapa kali melakukan praktik transaksi barter dengan *exposure* dalam aktifitas keseharian dalam akun media sosial instagram milik mereka. Wawancara ini dilakukan pada para pelaku sistem barter *exposure* yang ada di purwokerto, yaitu dengan

---

<sup>58</sup> Bagja Waluyo, *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat* (Bandung: PT. Setia Purna Inves, 2017), hlm. 79.

Zahrotul Warda selaku *influencer* dengan akun Instagram @zahrotulwarda, Agista selaku *influencer* dengan akun Instagram @agistaaaa\_ dan Naely Nur Janah selaku *influencer* dengan akun Instagram @naelin\_.

## 2. Data sekunder

Data sekunder adalah penjelasan yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya. Dapat juga diartikan dengan penjelasan yang diperoleh dari hasil riset yang diperoleh dari hasil riset yang sudah diteliti oleh orang lain, bukan periset sendiri.<sup>59</sup> Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh peneliti dilakukan dengan menelaah, mempelajari serta beberapa referensi yang berkaitan dengan pembahasan ini, seperti dari buku-buku, jurnal-jurnal, artikel dan website yang telah meneliti berkaitan dengan pembahasan ini kemudian dikategorikan sesuai data yang terpakai untuk menuntaskan penelitian ini sehingga mendapatkan hasil yang valid.

## D. Metode Pengumpulan Data`

### 1. Observasi

Peneliti melakukan observasi secara langsung, yakni mengamati hal-hal yang penting yang dapat dipergunakan bagi penelitian, dengan cara mengamati fenomena yang terjadi di lapangan, guna untuk mendapatkan penjelasan yang dibutuhkan untuk memecahkan suatu masalah yang dihadapi.<sup>60</sup> Dan setelah itu peneliti mengumpulkan data menggunakan alat tulis yang digunakan untuk mencatat dan mendokumentasikan fenomena maupun objek yang tengah diamati oleh peneliti. Kegiatan tersebut peneliti

<sup>59</sup> Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2021), hlm. 34.

<sup>60</sup> Samsu, *Metode Penelitian: Teori Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixes Methods, Reasearch dan Development* (Jambi: Pustaka, 2017), hlm. 98.



lakukan dengan mengamati langsung fenomena yang terjadi pada tempat penelitian. Yaitu pada para pelaku transaksi barter exposure media sosial instagram yang ada pada sekitaran purwokerto.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah suatu jenis bentuk tanya jawab dengan informan guna untuk memperoleh keterangan, penjelasan, pendapat, fakta dan bukti tentang suatu masalah atau peristiwa yang terjadi. Dengan teknik wawancara ini, seseorang dapat memperoleh jawaban yang tepat atas pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan kepada responden atau narasumber yang bersangkutan dilokasi tempat penelitian.<sup>61</sup> Pada teknik wawancara ini peneliti mewawancarai langsung kepada pihak yang telah melakukan praktik barter *exposure* pada akun media sosial instagram milik pribadi mereka yang ada di purwokerto, yaitu dengan Zahrotul Warda selaku *influencer* dengan akun Instagram @zahrotulwarda, Agista selaku *influencer* dengan akun Instagram @agistaaaa\_ dan Naely Nur Janah selaku *influencer* dengan akun Instagram @naelin\_. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat informasi penting terkait penelitian yang didapat dari pihak yang diwawancarai, yang mana dalam penelitian ini, pertanyaannya akan lebih difokuskan terhadap seputaran praktik barter *exposure* yang dilakukan pengguna akun media sosial instagram disepituran daerah purwokerto.

---

<sup>61</sup> Fadallah, *Wawancara* (Jakarta Timur: UNJ Press, 2021), hlm. 3.

### 3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk menelusuri informasi tentang objek tersebut dengan menemukan hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, jurnal dan lain sebagainya. Dalam hal ini nantinya peneliti akan mengambil data dari catatan dan jurnal-jurnal yang memuat permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti tersebut yaitu terkait praktik sistem barter *exposure* pada akun media sosial instagram, termasuk perjanjian dan syarat-syarat dari *influencer* dan barter *exposure* .

### E. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan penjelasan penelitian atas data dan solusi dari masalah yang akan diolah, melakukan kajian atas data dari hasil kajian.<sup>62</sup> Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Analisis data deskriptif kualitatif yaitu dengan menguraikan kata-kata menurut pendapat informan, yang kemudian dianalisa dengan kata-kata apa yang melatarbelakangi berperilaku seperti itu, yang kemudian diberi makna oleh peneliti dan diverifikasi.<sup>63</sup> Metode penelitian kualitatif dengan mengemukakan analisis dalam bentuk uraian kata-kata tertulis. Setelah data terkumpul maka langkah selanjutnya penulis menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian. Setelah dianalisis maka hasilnya disajikan secara deskriptif, yaitu dengan menentukan dan menggambarkan apa adanya sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Terkait praktik sistem barter *exposure* dalam media sosial instagram.

<sup>62</sup> Muhaimin, *Metode penelitian hukum* (Mataram: Universitas Press, 2020), hlm. 104.

<sup>63</sup> Kaelan, M.S., *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat* (Yogyakarta: Paradigma, 2005), hlm. 130.

## BAB IV

### TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP SISTEM BARTER *EXPOSURE* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

#### A. Praktik Sistem Barter *Exposure* Oleh Para Pelaku Di Purwokerto Pada Media Sosial Instagram

Instagram memiliki beberapa fitur utama yang sampai sekarang masih ada yaitu kolom berbagai foto dan video yang telah dilengkapi filter atau efek untuk mengedit. Selanjutnya terdapat kolom komentar dan like serta IGTV yang baru dikeluarkan pada tahun 2018. Terdapat kolom pencarian atau *explore* dan *instagram story*. Pada bagian *instagram story* atau yang sering di sebut dengan *insta stories* terdapat efek atau filter dan stiker untuk mengedit. Untuk fitur yang terakhir adalah *Direct Message* (DM) yang berfungsi untuk mengirim pesan antar sesama pengguna *instagram* baik dalam bentuk dua orang atau dalam bentuk kelompok.

Seiring berjalannya waktu, Instagram memiliki banyak pembaharuan yang semakin memfasilitasi setiap penggunaannya. Berikut ini beberapa fitur tambahan Instagram di tahun 2021, yaitu stiker IG story, mengupload di banyak akun, adanya mode gelap (*dark mode*), adanya nasihat untuk melakukan tindakan *unfollow* atau berhenti untuk mengikuti, peningkatan pada fitur dasbor menjadi lebih professional, munculnya fitur *facebook shop* yang dapat diakses melalui Instagram, peningkatan terhadap fitur IGTV dan *direct message* atau DM menjadi lebih terorganisir. Terutama dalam fitur dasbor menjadi lebih professional, dalam fitur pembaruan Instagram ini, kita

bisa menemukan semua *tools* dan *resources* yang dibutuhkan bisnis. Seperti *Overall Account Performance*, *Instagram Insights*, *Promotions*, *Branded Content Approval*, *Instagram Shopping* dan *Saved Replies*. Fitur ini membantu menemukan *insight* dan *tren* berdasarkan kinerja akun Instagram bisnis yang akan membantu bisnis dalam menjalankan bisnis dengan cara yang lebih *efisien*. Selain itu, bisa menemukan beberapa tips dan cara-cara terbaik yang disediakan oleh Instagram untuk meningkatkan strategi marketing pada bisnis.<sup>64</sup> Hal demikian menjadi peluang bagi para pembisnis, termasuk para selebgram atau Influencer.

*Influencer* ialah orang yang memiliki tingkat aktualisasi diri yang tinggi di media sosial untuk memperoleh banyak pengikut dan layanan yang diberikan. Influencer identik dengan orang yang memiliki ketenaran, terkhusus di media sosial karena sebuah konten, baik dalam bentuk video, foto, atau sepenggal kalimat yang mereka unggah. Semakin hari, fenomena influencer menjadi dambaan bagi generasi milenial. Sehingga mereka mulai berusaha meningkatkan pengikut dan mengeluarkan konten-konten yang mampu menarik perhatian masyarakat. Melihat fenomena *influencer* membuat para pelaku usaha mulai melirik dunia media sosial dalam mempromosikan usahanya. Sehingga, pelaku usaha mulai berbondong-bondong untuk menjadikan para influencer sebagai brand ambassador dari produk yang dimilikinya. Secara tidak langsung, hal ini menjadi sebuah peluang kerja bagi masyarakat. Sehingga tak heran jika kerjasama antara influencer dengan para

---

<sup>64</sup> Qiscus, "5 Fitur Instagram yang Sangat Mendukung Bisnis", Artikel Published on August 2021, <https://www.qiscus.com/id/blog/fitur-baru-instagram-untuk-bisnis/> diakses 24 Maret 2024.

pelaku usaha sering terjadi, baik pelaku usaha yang menawarkan atau influencer yang menawarkan.<sup>65</sup>

Perkembangan itu membawa pada fenomena *influencer* mengenal istilah *exposure*, barter *exposure* dan *endorsement* sering ada dalam media sosial. *Exposure* adalah suatu kepopuleran seseorang yang memberikan dampak terhadap masyarakat luas. *Exposure* beberapa tahun lalu sempat meramaikan dunia pemasaran. Terms dari *exposure* ini terdengar menjadi sedikit negatif karena beberapa kasus yang sempat menjadi buah bibir di *Platform* cuitan. Padahal, *exposure* dalam bisnis dapat membawa keuntungan jika dioptimasi dengan baik. Sedangkan Untuk *endorsement* adalah sebuah bentuk promosi yang memanfaatkan kepopuleran seseorang (Selebriti dan *influencer*) yang di percaya dan diakui oleh masyarakat luas. *Endorsement* merupakan bagian dari *exposure* itu sendiri.

Menjamurnya *influencer* sekaligus praktik barter *exposure* menjadi sebuah fenomena baru yang perlu di perjelas mengenai cara dalam pelaksanaan praktik barter *exposure* sendiri. Apalagi jika *influencer* tersebut seorang muslim, tentu hal ini sangat menjadi poin penting. Sebab segala hal yang berhubungan dengan muamalah itu harus jelas. Demi menghindari kemudharatan. Oleh karena itu perlu diketahui dengan jelas bagaimana praktik barter *exposure* itu sendiri baik dari segi *influencer* maupun dari segi pelaku usaha online.

---

<sup>65</sup> Adi Saptia Sudirna dkk, "Kajian Hukum Hak Asasi Manusia Terhadap Praktik KID Influencer", *lex Administration*, Vol VIII No. 5, 2020, hlm. 15.



Pada awalnya pelaku usaha berpikir bahwa menjadikan *influencer* sebagai *brand ambassador* dari produk yang mereka miliki dapat menjadi salah satu bentuk strategi pemasaran, namun dewasa ini, para pelaku usaha ternyata telah mengetahui dan mengenal praktik barter *exposure*, walaupun hanya beberapa saja yang menerima kesepakatan dan kerjasama dari barter *exposure* atau yang sejenis dengan barter *exposure*. Barter *exposure* yang ditawarkan oleh *influencer* dapat berjalan dengan baik. Pelaku usaha mendapatkan konsumen yang jauh lebih banyak serta produk yang mereka miliki semakin dikenal banyak orang dan keperluan atau kepentingan *influencer* dapat terpenuhi. Hal ini terlihat sekali bahwa barter *exposure* menjadi sebuah win win solution bagi kedua belah pihak yang bersangkutan, yaitu pelaku usaha dan *influencer*. seiring berjalannya waktu peminat masyarakat terutama generasi milenial terhadap menjadi seorang *influencer* semakin banyak, termasuk di Purwokerto.

Purwokerto adalah ibu kota Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Walaupun bukan termasuk kota besar, Purwokerto memiliki peran sentral dalam ekonomi dan pendidikan di wilayah barat Jawa Tengah. Selain itu, wilayah ini juga menjadi pusat koordinasi bagi sejumlah kabupaten dan kota di wilayah tersebut. Kota ini dikenal dengan beragam julukan seperti kota wisata, kota keripik, kota transit, kota pendidikan. Julukan ini tidak mengherankan sebab ada banyak wisata menarik di Purwokerto, khususnya wisata dataran tinggi karena lokasinya yang berada di kaki gunung Slamet. Sejumlah universitas ternama juga ada di sini seperti Universitas Jenderal

Soedirman, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan beberapa kampus lainnya.<sup>66</sup> Tidak bisa dipungkiri di Kota Purwokerto ini juga melahirkan para pengusaha. Salah satu cara mereka memasarkan produknya yaitu menggunakan jasa *influencer*.

Menurut para pelaku usaha, praktik barter *exposure* sangatlah membantu para pelaku usaha dalam memasarkan, menawarkan, dan memasarkan produk yang dimiliki. Akan tetapi terdapat banyak pertimbangan yang perlu diperhatikan. Berikut ini beberapa pertimbangan yang diberikan para pelaku usaha:

1. Memilih *influencer* yang sesuai dengan kriteria<sup>67</sup>.
2. *Influencer* memiliki audiens yang sesuai dengan produknya
3. Terdapat kesepakatan atau kerjasama yang jelas antar kedua belah pihak.
4. *Feedback* yang diharapkan dan dihasilkan juga jelas.
5. *Influencer* yang dipilih memiliki engagement yang baik terhadap media sosialnya.
6. Kedua belah pihak bertanggung jawab terhadap kesepakatan atau kerjasama yang telah dibuat.

---

<sup>66</sup> Muhammad Yoga, "Mengenal Lebih Jauh Kota Purwokerto, Tempat Terbaik Mencari Ketenangan dan Wisata Alam", *Rukita Stories*, <https://www.rukita.co/stories/kota-purwokerto>.

<sup>67</sup> Untuk memenuhi kriteria menjadi *exposure* di media sosial instagram, seorang *influencer* harus memiliki jumlah pengikut minimal 1000 pengikut didalam akun instagramnya. Selain itu seorang *influencer* harus aktif menceritakan aktivitas sehari-harinya dalam akun intagramnya sebagai branding dirinya sendiri. Sehingga para pengikutnya memiliki ketertarikan dan kepercayaan terhadap setiap apa yang di upload di instagramnya, oleh karena itu *nfluencer* dapat dipercaya oleh pelaku usaha untuk memasarkan produknya. wawancara dengan Nurul Fakh selaku *agency* (perantara *influencer* dengan pelaku usaha) dari *influencer* intagram, pada 25 Maret 2024.

Setelah peran penting pelaku usaha terdapat juga peran penting influencer terhadap praktik barter *exposure* yang menjadikan para *influencer* memiliki aturan dan tata cara tersendiri.

Salah satunya adalah Naely Nur Janah yang merupakan mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Influencer muda yang mulai menjadi influencer sejak tahun 2021. Meskipun tergolong sebagai *influencer* baru, namun Naely Nur Janah sudah menerima beberapa *endorsement*. Salah satu motivasi Naely Nur Janah dalam menjadi Influencer yaitu dapat memberikan warna yang berbeda dan pengaruh yang baik untuk orang lain. Dalam menerima kerjasama barter *exposure* atau *endorsement* langsung dengan pemilik brand, Naely Nur Janah menerima *endorsement* berupa *fashion, traveling and culinary* dengan ketentuan *rate card*. Adapun *rate card* tersebut sebagai berikut:

Post Feed (1x)	IDR 100.000
Reels (1x)	IDR 200.000
Post Tiktok (1x)	IDR 50.000
Instagram + Tiktok (Bundle)	IDR 200.000
Visit Post Instagram	IDR 250.000

Selain itu Naely Nur Janah juga menerapkan *term and condition* (T&C), atau syarat dan kondisi sebagai berikut

- a. Produk aman atau sudah BPOM
- b. Produk tidak boleh berbentuk megatif
- c. Revisi konten maksimal 2 x

- d. Pembayaran diawal atau 75 % diawal lalu 25% setelah konten di Posting.
- e. Memberikan produk knowledge
- f. Memberikan breafing yang jelas dan lengkap.
- g. Waktu pengerjaan 5-7 hari setelah barang diterima visit sesuai deadline yang tertera.

Naely Nur Janah menggunakan media sosial Instagram dan TikTok dalam mengunggah konten yang dimilikinya. Syarat yang Naely Nur Janah berikan memiliki tujuan bahwa apa yang di bagikan dan direkomendasikan olehnya memang merupakan barang yang bagus, barang yang bermanfaat, serta tidak hanya berfikir pada keuntungan semata. Naely Nur Janah juga menuturkan bahwa barter yang dimaksud ini merupakan barter value dalam bentuk exposure. Selain itu *influencer* juga hanya menjalankan tugasnya sesuai perjanjian, dimana semua ketentuan akan dipenuhi berdasarkan perjanjian itu secara lisan, termasuk hasil dari postingannya itu, baik postingannya banyak di tonton oleh orang atau malah sebaliknya, itu tidak menjadikan barter valuenya berkurang. Pada intinya *brand* itu harus menerima resiko apapun yang terjadi pada hasil konten yang diposting di Instagram.<sup>68</sup>

Selain Naely Nur Janah, terdapat Zahrotul Warda. Zahrotul Warda merupakan mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, ia mulai menjadi influencer pada tahun 2023. Berawal dari sebuah hobi membuat konten tentang kehidupan dirinya, menjadikannya dikenal oleh kalangan mahasiswa. *Influencer* muda itu menggunakan media sosial instagram dalam

---

<sup>68</sup> Hasil wawancara dengan Naely Nur Janah selaku influencer dengan akun Instagram @naelin\_ pada 24 Maret 2024.

menunjukkan karya-karyanya. Menurutnya, praktik barter *exposure* dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak (*influencer* dan pelaku usaha). Baginya, tidak perlu menawarkan kesepakatan barter *exposure* karena tujuannya menjadi seorang *influencer* bukan untuk mencari peluang tersebut, namun lebih untuk membantu sesama. Apabila mendapat penawaran dari pelaku usaha atau pelaku usaha yang memang membutuhkan jasanya, maka dengan senang hati akan di terima. Hal tersebut dapat menjadi sebuah pengalaman. Tidak ada kriteria tertentu yang ditetapkan dalam menerima kesepakatan barter *exposure* atau *endorsement*. Ia juga menegaskan bahwa hanya membuat konten yang kemudian di posting di Instagramnya, untuk selanjutnya *brand* atau barang yang di *endors* tidak harus laku terlebih dahulu untuk mendapatkan barter *exposure*, namun biasanya jika sudah sepakat untuk menggunakan jasa influencer, maka akan diberikan pembayaran awal yang kemudian akan dilunasi apabila sudah di posting.<sup>69</sup>

Berbeda dengan Agista yang juga merupakan mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, ia sama mulai menjadi *influencer* pada tahun 2023. Secacara umum tidak beda jauh dengan kedua influencer diatas, namun perbedaan itu terlihat ketika ia menjelaskan bahwa dalam menerima barter *exposure* atau *endorsement* melibatkan pihak ketiga dalam mendapatkan kesempatan itu. Ia juga menegaskan bahwa untuk barter *exposure* kadang berupa uang, juga kadang haya berupa barang, selain itu hasil dari kontennya

---

<sup>69</sup> Hasil wawancara dengan Zahrotul Warda selaku influencer dengan akun Instagram @zahrotulwarda pada 24 Maret 2024.



itu akan dibagi kepada pihak ketiga. Pihak ketiga merupakan agensi dari influencer-influencer yang berada dibawah naungannya, tegasnya.<sup>70</sup>

Dalam menerima tawaran kerja sama, para influencer selalu memperhatikan keuntungan kedua belah pihak supaya tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

## **B. Pandangan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Barter *Exposure* Oleh Para Pelaku Di Purwokerto Pada Media Sosial Instagram**

Hukum ekonomi syariah merupakan hukum ekonomi Islam yang digali dari sistem ekonomi Islam yang ada dalam masyarakat, yang merupakan pelaksanaan fikih di bidang ekonomi oleh masyarakat. Pelaksanaan Sistem ekonomi oleh masyarakat membutuhkan hukum untuk mengatur guna menciptakan tertib hukum dan menyelesaikan masalah sengketa yang pasti timbul pada interaksi ekonomi. Dengan kata lain sistem ekonomi syariah memerlukan dukungan hukum ekonomi syariah untuk menyelesaikan berbagai sengketa yang mungkin muncul dalam masyarakat.<sup>71</sup> Hukum ekonomi syariah hadir di tengah-tengah masyarakat untuk menjadi pedoman berekonomi bagi umat Islam. Kegiatan ekonomi terus berkembang mengikuti zaman dan teknologi yang semakin canggih. Berbagai kegiatan ekonomi telah masyarakat lakukan, termasuk kegiatan barter *exposure*.

Barter *exposure* diartikan sebagai suatu kegiatan tukar menukar *value* antara seseorang yang memiliki pengaruh atau popularitas di *platform* sosial

---

<sup>70</sup> Hasil wawancara dengan Agista selaku influencer dengan akun Instagram @agistaaa\_ pada 24 Maret 2024.

<sup>71</sup> Eka Sakti Habibullah, "Hukum Ekonomi Syariah, hlm. 700

media (Instagram, Tiktok, Youtube, dll) dengan suatu *brand*. Adanya istilah tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh para *influencer* untuk memberikan *exposure* terhadap barang atau jasa yang diberikan. Biasanya para pemilik *brand* memberikan produk atau jasa, dan *influencer* cukup mempostingnya di akun pribadinya untuk membayar produk yang ia dapatkan. *Exposure* ini bisa dibidang sebagai barter yang berupa konten iklan.

*Influencer* sekaligus praktik barter *exposure* menjadi sebuah fenomena baru yang perlu di perjelas mengenai cara dalam pelaksanaan praktik barter *exposure* sendiri. Apalagi jika *influencer* tersebut seorang muslim, tentu hal ini sangat menjadi poin penting. Sebab segala hal yang berhubungan dengan muamalah itu harus jelas. Demi menghindari kemudharatan. Oleh karena itu perlu diketahui dengan jelas bagaimana praktik barter *exposure* itu sendiri baik dari segi *influencer* maupun dari segi pelaku usaha online.

Islam melihat barter *exposure* merupakan kegiatan ekonomi yang baru, tidak ada di zaman Nabi SAW, namun Islam juga berpegang teguh dalam kaidah fikih, dimana kegiatan ekonomi atau muamalah yang tidak ada dalil larangan yang melarang maka hal itu diperbolehkan. Kaidah itu berbunyi:

الأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا<sup>72</sup>

“Hukum dasar muamalat adalah mubah, kecuali ditemukan dalil yang melarangnya.”<sup>73</sup>

Kaidah tersebut memiliki makna sangat luas dalam kehidupan manusia.

Mereka berhak melakukan apapun yang mereka inginkan dalam hidup, baik itu pekerjaan, keluarga, pendidikan dan sebagainya, selama tidak ada alasan

<sup>72</sup> Moh. Mufid, *Kaidah Fikih Ekonomi Dan Keuangan Kontemporer* (Yogyakarta: Kencana, 2021), hlm. 33.

<sup>73</sup> Moh. Mufid, *Kaidah Fikih*, hlm. 120.

yang melarang atau mengharamkannya. Tidak ada seorangpun yang berhak melarang tanpa dalil syara' yang mengatur tentang larang tersebut.<sup>74</sup>

Memahami kaidah tersebut menjadi satu alasan dalam pembolehan untuk melakukan praktik barter *ekposure* ini, barter *exposure* ini lahir dari akad kerja sama pemilik *brand* dengan *influencer*. Melihat dari sifat akadnya bahwa kedua belah pihak melaksanakan akad *musyārahah*. *Musyārahah* ini merupakan akad kerjasama antara dua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.<sup>75</sup>

Menurut ulama Malikiyah, *Musyārahah* adalah pemberian izin kepada kedua belah pihak untuk mengelola harta atau modal bersama. Artinya, masing-masing sekutu memberikan izin kepada sekutu lainnya untuk mengurus harta kekayaan keduanya tanpa kehilangan hak untuk itu. Menurut Hambali, *Musyārahah* adalah perhimpunan hak atau pengaturan harta. Menurut para ulama Syafi'i, *Musyārahah* adalah kepemilikan tetap dua orang atau lebih sehingga tidak ada perbedaan hak antara satu pihak dengan pihak lainnya. Menurut ulama Hanafi, *Musyārahah* adalah transaksi antara dua orang yang bersekutu dalam modal dan keuntungan.<sup>76</sup> Dari beberapa pendapat mengenai akad *musyārahah*, barter *exposure* ini merupakan kerjasama antara dua belah pihak untuk memasarkan suatu produk atau *brand* dimana

---

<sup>74</sup> Al-Hikmah, "Semua Muamalah Boleh, Selama Tidak Ada Dalil yang Mengharamkannya", <https://alhikmah.ac.id/>, diakses 21 September 2022.

<sup>75</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, hlm. 220.

<sup>76</sup> Syafi'i Rahmat, *Fiqh Muamalah*, hlm. 184-186.

*influencer* atau selebgram dengan modal *value* atau *exposure* berupa kepopuleritasan dirinya, sedangkan pihak lain sebagai pemilik *brand*, dimana nanti hal itu akan menjadikan suatu kegiatan ekonomi yang menghasilkan keuntungan, karena keduanya bekerjasama untuk melakukan pemasaran suatu produk dengan tujuan usahanya lebih maju, dikenal banyak orang dan yang paling penting adanya peningkatan dalam penjualan produk itu. Untuk melihat bahwa akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak itu sah atau tidak, maka perlu dilihat ketentuan akad *musyārahah*, yaitu berupa rukun dan syaratnya.

Rukun *musyārahah* merupakan sesuatu yang harus ada ketika *musyārahah* berlangsung. Terdapat perbedaan terkait dengan rukun *musyārahah*. Menurut Hanafiyah bahwa rukun *syirkah* hanya ada satu yaitu, shighat (ijab dan Kabul) karena shighatlah yang mewujudkan adanya transaksi *syirkah*. Mayoritas ulama berpendapat bahwa rukun *syirkah* ada empat yaitu sebagai berikut:

1. 'Āqidain

Secara umum orang yang berakad syaratnya harus memiliki kemampuan untuk melakukan akad atau mampu menjadi pengganti orang lain jika ia menjadi wakil.<sup>77</sup> Ulama Malikiyah dan Hanafiyah mensyaratkan orang yang berakad harus berakal, sudah *mumayyiz*, dan anak yang sudah paham pembicaraannya dan jawaban yang di lontarkannya dapat di pahami serta berumur minimal 7 tahun. Ulama Syafi'iyah dan Hambali mensyaratkan orang yang berakad harus baligh,

---

<sup>77</sup> Syaikh, et.al, *Fikih Muamalah* (Yogyakarta: K-Media, 2020), hlm. 24.

berakal, mampu memelihara agama dan hartanya.<sup>78</sup> Secara umum syarat bagi para pihak yang melakukan akad adalah:

- a. Cakap hukum (*ahliyyāh al-wujūb wa al-adā'*) baik dari segi usia maupun memiliki kemampuan untuk membedakan benar dan salah serta tidak terlarang melakukan perbuatan hukum baik karena gila, idiot, mabuk, tidur, dungu-boros, atau bangkrut. dalam KHES Pasal 2 disebutkm bahwa kriteria cakap hukum bagi seseorang untuk melakukan perbuatan hukum dalam hal telah mencapai umur paling rendah 18 tahun atau pernah menikah.
- b. Memiliki kewenangan untuk melakukan akad baik kewenangan *aşliyyah* (wilayah *aşliyyah* contohnya pihak penjual aset karena sebagai pemilik aset tersebut) maupun kewenangan *niyabiyyah* (wilayah *niyabiyyah* contohnya pihak penjual benda karena mendapat kuasa dari pemiliknya untuk menjual benda tersebut).<sup>79</sup>

Dalam praktiknya pada perjanjian yang dilakukan oleh *influencer* atau selebgram dengan modal *value* atau *exposure* berupa kepopuleritasan dirinya dengan pemilik *brand* atau produk di Purwokerto, keduanya berdasarkan ketentuan *'aqidain* telah termasuk cakap hukum, baik dari segi usia maupun kemampuan untuk membedakan benar dan salah, yang artinya tidak gila ataupun dibawah pengampuan. Hal itu tercermin pada para *influencer* dalam melakukan barter *exposure* yang *notabene*

<sup>78</sup> Syaikh, et.al, *Fikih Muamalah*, hlm. 25.

<sup>79</sup> Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2017), hlm. 92.



mahasiswa berdasarkan wawancara, seperti diketahui oleh umum, bahwa seorang mahasiswa termasuk subjek hukum yang cakap. Adapun bagi Perusahaan atau pemilik *brand* atau produk yang memiliki usaha, dapat dilihat pada ketentuan atau perusahaan itu sendiri yang sudah berbentuk badan hukum sebagaimana yang telah diatur dalam peraturan yang ada di Indonesia, maka perusahaan pemilik *brand* dapat dikategorikan sudah cakap hukum. Dengan demikian keduanya dapat melakukan perbuatan hukum, dalam hal ini melaksanakan kerjasama barter *ekposure (ahliyyāh al-wujūb wa al-adā')*. Dalam perjanjian *musyarakah* ini kedua belah pihak memiliki kewenangan masing-masing baik wilayah *aşliyyah* maupun wilayah *niyabiyyah*, dari *influencer* memiliki wewenang untuk melakukan promosi dalam bentuk konten yang di upload di sosial mediana atas dasar perjanjian diawal, sedangkan pemilik atau perusahaan yang memiliki *brand*, sebagai perusahaan yang memfasilitasi produk-produk yang akan dipromosikan.

2. *Şīgat* berupa ijab dan kabul

*Şīgat* diartikan sebagai pernyataan pihak-pihak yang berakad dan dalam hal ini dinyatakan dalam bentuk ijab dan kabul. Ijab yang memiliki makna *iltizām* (mewajibkan diri sendiri) dan *işbāt* (menetapkan).<sup>80</sup> Sedangkan kabul memiliki makna *taşdīq* (membenarkan atau mengiakan), *talaqqī* (jumpa atau mempertemukan), dan mengambil, yaitu menerima

---

<sup>80</sup> Moh. Mufid, *Kaidah Fikih Ekonomi dan Keuangan Kontemporer*, hlm. 111

atau menyetujui apa yang ditawarkan oleh pihak pertama.<sup>81</sup> Pada dasarnya, ijab kabul memiliki prinsip yaitu kerelaan kedua belah pihak untuk melakukan akad. Oleh karena itu, syarat sah akad *musyarakah* adalah adanya ijab kabul yang dijelaskan dengan kata sewa atau sejenisnya atau bentuk apa saja yang memiliki makna ungkapan kerelaan.<sup>82</sup> Adapun syarat sah dari ijab dan kabul, diantaranya:

- a. Kehendak untuk melakukan akad disampaikan pihak kepada pihak lain dalam bentuk ucapan, tulisan, isyarat, atau perbuatan harus jelas yang diketahui dan dimengerti isinya, serta diterima sebagai kesepakatan oleh pihak-pihak yang melakukan akad.
- b. Antara ijab dan kabul harus selaras atau bersesuaian dan bersambung, tidak terselang oleh kata-kata, tulisan, perbuatan, atau isyarat lainnya sebagai majelis akad.<sup>83</sup>

Pada perjanjian yang dilakukan oleh *influencer* atau selebgram dengan pemilik *brand* dapat dilihat bahwa keduanya melakukan perjanjian kerjasama secara lisan, dengan ketentuan *rate card* dan syarat serta kondisi sebagai berikut:

- a. Produk aman atau sudah BPOM
- b. Produk tidak boleh berbentuk megatif
- c. Revisi konten maksimal 2 x
- d. Pembayaran diawal atau 75%, 25% setelah konten di Posting.

<sup>81</sup> Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah*, hlm. 93.

<sup>82</sup> Sumiati dan Neni Nuraeni, "Akad *Ijārah* dan *Jualah* dalam Perspektif Fiqh Perbandingan pada Kegiatan Bank Syariah di Indonesia", *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4, no. 2, 2022, hlm. 185-197.

<sup>83</sup> Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah*, hlm. 94.

- e. Memberikan produk *knowledge*
- f. Memberikan *breafing* yang jelas dan lengkap.
- g. Waktu pengerjaan 5-7 hari setelah barang diterima visit sesuai deadline yang tertera.

JsdI dalam hal ini ijab dan kabul yang dilakukan oleh keduanya merupakan kerjasama *musyārahah* berupa barter *exposure*, dimana keduanya kerjasama untuk melakukan promosi produk dengan tujuan agar lebih banyak peminatnya, yang menguntungkan bagi keduanya. Sebagai tanda keduanya sepakat untuk melakukan akad *musyārahah* yang didasari secara sukarela) dan itu dilakukan dalam majlis akad.

### 3. Objek *Syirkah*

Objek *syirkah* yaitu modal pokok. Mencakup harta maupun pekerjaan. Tidak boleh berupa harta yang terutang atau benda yang tidak diketahui karena tidak dapat di jalankan sebagai mana yang menjadi tujuan *syirkah*, yaitu mendapat keuntungan.<sup>84</sup> Objek akad pada perjanjian yang dilakukan oleh *influencer* atau selebgram dengan pemilik *brand* dalam bentuk pekerjaan yaitu mempromosikan *brand* dengan barter *exposure*.

### 4. Nisbah Bagi Hasil

Nisbah bagi hsil didasarkan pada bagian keuntungan untuk masing-masing anggota adalah bagian dari keseluruhan keuntungan yang ditentukan secara presentase, barang modal atau uang umumnya dapat dihargai dan diserahkan oleh masing-masing sekutu untuk disatukan.<sup>85</sup>

<sup>84</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, hlm. 220.

<sup>85</sup> Ahmad Mujahidin, *Prosedur Penyelesaian Sengketa*, hlm 210.

besarnya keuntungan diketahui dengan penjumlahan yang berlaku, seperti setengah, dan lain sebagainya.<sup>86</sup> Dari perjanjian yang dilakukan oleh *influencer* atau selebgram dengan pemilik *brand*, menyepakati bahwa pembagian hasil dari kerjasama berupa konten yang dibuat oleh *influencer* berupa produk atau uang bagi *influencer*, sedangkan bagi pemilik *brand* berupa *exposure*, naiknya angka penjualan.

Berdasarkan ketentuan rukun dan syarat *musyārahah*, bahwa perjanjian yang dilakukan oleh *influencer* atau selebgram dengan modal *value* atau *exposure* berupa kepopuleritasan dirinya dengan pemilik *brand* atau produk di Purwokerto. Secara umum dilihat dari *aqidain* dengan syaratnya, *sigat* dengan syaratnya, objek *syirkah* dengan syaratnya sesuai dengan ketentuan hukum ekonomi syariah, namun ada rukun yang tidak sesuai dengan ketentuan yang ada, yaitu *nishbah* bagi hasil, dimana keduanya tidak menjelaskan besaran hasil yang akan mereka dapatkan masing-masing. Hal itu hanya berdasarkan pada kesepakatan awal saja, tidak melihat hasil dari penjualan atas dasar promosi yang dilakukan *influncer*.

Dalam kajian hukum ekonomi syariah *musyārahah* dibagi menjadi dua macam, yaitu: *syirkah al-amlak* dan *syirkah uqud*.

Ketentuan *Syirkah al amlak* atau *musyarakah* kepemilikan tercipta karena warisan, wasiat, atau kondisi lainnya yang yang mengakibatkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih. Dalam *musyarakah* ini,

---

<sup>86</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, hlm. 221.

kepemilikan dua orang atau lebih berbagi dalam sebuah aset nyata dan berbagi pula dari keuntungan yang dihasilkan aset tersebut.<sup>87</sup>

*Syirkah uqud'* akad (kontrak) tercipta dengan cara kesepakatan di mana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal musyarakah. Mereka pun sepakat berbagi keuntungan dan kerugian. Akad musyarakah dibagi menjadi 4 bagian: *Syirkah al-'inan* adalah kontrak antara dua orang atau lebih. Setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana atau berpartisipasi dalam kerja. Kedua pihak berbagi dalam keuntungan dan kerugian sebagaimana yang disepakati antara mereka. Akan tetapi, porsi masing-masing pihak, baik dalam dana maupun kerja atau bagi hasil, tidak harus sama dan identik sesuai dengan kesepakatan mereka. Mayoritas ulama membolehkan jenis musyarakah ini. *Syirkah mufawadah* adalah kontrak kerja sama antara dua orang atau lebih. Setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja. Setiap pihak membagi keuntungan dan kerugian secara sama. Dengan demikian, syarat utama dari jenis *musyarakah* ini adalah kesamaan dana yang diberikan, kerja, tanggung jawab dan beban utang masing-masing. *Syirkah a'maal*, *musyarakah* ini adalah kontrak kerja sama dua orang seprofesi untuk menerima pekerjaan secara bersama dan berbagi keuntungan dari pekerjaan itu. Misalnya kerja sama antara dua orang penjahit untuk menerima pembuatan order seragam sebuah kantor. *Musyarakah* ini disebut juga *musyarakah abdan*. *Syirkah wujuh* adalah kontrak antara dua orang atau lebih yang memiliki reputasi atau

---

<sup>87</sup> Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah*, hlm. 100-102.



prestise baik serta ahli dalam bisnis. Mereka membeli barang secara kredit dari suatu perusahaan dan menjual barang tersebut secara tunai. Mereka berbagi keuntungan dan kerugian berdasarkan jaminan kepada penyuplai yang disediakan oleh tiap mitra. Jenis *musyārahah* ini tidak memerlukan modal karena pembelian secara kredit berdasar pada jaminan tersebut.<sup>88</sup>

Berdasarkan ketentuan macam-macam *musyārahah*, bahwa perjanjian yang dilakukan oleh *influencer* atau selebgram dengan modal *value* atau *exposure* berupa kepopuleritasan dirinya dengan pemilik *brand* atau produk di Purwokerto. Termasuk dalam *syirkah uqud*, dan masuk dalam bagian *syirkah a'maal* atau lebih dikenal dengan *syirkah abdan*, dimana kontrak kerja sama dua orang untuk menerima pekerjaan secara bersama dan berbagi keuntungan dari pekerjaan itu. Para pemilik *brand* memberikan produk atau jasa, dan *influencer* cukup mempostingnya di akun pribadinya untuk membayar produk yang ia dapatkan. *Exposure* ini sebagai barter yang berupa konten iklan.

Selanjutnya, penulis mengkaji mengenai barter *exposure*. Barter *exposure* diartikan sebagai suatu kegiatan tukar menukar *value* antara seseorang yang memiliki pengaruh atau popularitas di *platform* sosial media (Instagram, Tiktok, Youtube, dll) dengan suatu *brand*. Barter dalam perspektif hukum ekonomi syariah jika salah satu pihak tidak dirugikan maka hukum jual belinya sah. Perdagangan barter menurut ulama fikih dan pakar mendefinisikan secara berbeda beda bergantung pada sudut pandangnya masing-masing.<sup>89</sup> Sesuai dengan hadits Nabi riwayat Muslim dari Bara bin

---

<sup>88</sup> Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah*, hlm. 100-102.

<sup>89</sup> Moh. Sa'ī Affan. *Tradisi Jual Beli*, hlm. 17

Azib dan Zaid bin Arqam artinya adalah “Rasulullah SAW melarang menjual perak dengan emas secara piutang (tidak tunai).” Sedangkan Imam Syaf’i berpendapat bahwa menjual emas dan perak (lain jenis) dengan berbeda lebih banyak adalah boleh, tetapi jika sejenis (emas dengan emas) tidak diperbolehkan dengan kata lain riba. Sedangkan Imam Syaf’i mensyaratkan agar tidak riba yaitu sepadan (sama timbangannya, takarannya dan nilainya) spontan dan bisa diserahterimakan. Dan mereka sepakat bahwa jual beli mata uang harus dengan syarat tunai, tetapi mereka berbeda pendapat tentang waktu yang membatasi. Imam Hambali dan Syafi’i berpendapat bahwa jual beli mata uang terjadi secara tunai selama kedua belah pihak belum berpisah, baik penerimanya pada saat transaksi atau penerimaannya terlambat. Tetapi Imam Maliki berpendapat jika penerimaan pada majelis terlambat, maka jual beli tersebut batal, meski kedua belah pihak belum terpisah.<sup>90</sup>

Berdasarkan keterangan tersebut bahwa dalam barter *exposure* yang terjadi di Purwokerto, sebagaimana yang dilakukan oleh Naely Nur Janah yang menggunakan media sosial Instagram dan TikTok dalam mengunggah konten yang dimilikinya. Naely Nur Janah juga menuturkan bahwa barter yang dimaksud ini merupakan barter *value* dalam bentuk *exposure*. Namun, dalam Islam barter itu harus setara, sejenis atau setidaknya memiliki nilai yang sama untuk objek akadnya. Maka, dengan demikian berdasarkan keterangan itu barter *exposure* ini tidak memiliki nilai yang sama. Dilihat dari keterangan

---

<sup>90</sup>Sayid Sabiq, *al-Fiqh al-Sunnah XII, Terjemahan Kamaludin A. Marzuqi, “Fikih Sunnah”* (Bandung: Al-Ma’arif, 1990), hlm.123

dari beberapa *influncer* bahwa karena barter *exposure* menjadikan popularitas sebagai bahan tukar untuk mendapatkan sebuah produk dari *brand*.

Oleh sebab itu Al-Qur'an melarang semua tindakan memperoleh harta dengan cara tidak halal. Pengakuan Al-Qur'an atas harta benda yang dimiliki seseorang merupakan penegasan atas haknya yang eksklusif untuk mengambil keputusan yang penting berhubungan dengan harta yang dimilikinya. Pemilik harta bias menggunakan, menjual, dan menukar pada kekayaan yang dimilikinya dan karenanya Al-Qur'an menyatakan dengan tegas bahwa berdagang atau transaksi pertukaran adalah halal.

Mengenai pertukaran ini, Al-Qur'an bukan saja mengizinkan bahkan mendorong untuk menjalankannya dengan penuh semangat dan optimism. Legalitas tersebut member implikasi bahwa seseorang bebas untuk melakukan bentuk transaksi apa saja selama berada dalam batasan yang diizinkan syara'. Di samping itu, untuk mengembangkan usaha yang dilakukan, maka dianjurkan untuk melakukan kerjasama atau bermitra dengan pihak-pihak lain dengan saling member manfaat dan memberi keuntungan.<sup>91</sup>

---

<sup>91</sup> Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum*, hlm. 80-81.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Praktik barter *exposure* di Purwokerto merupakan tukar menukar *value* antara seseorang yang memiliki pengaruh atau popularitas di *platform* sosial media instagram dengan suatu *brand*, dimana *influencer* memberikan *exposure* terhadap barang atau jasa yang diberikan. *Brand* atau barang yang di *endors* tidak harus laku terlebih dahulu untuk mendapatkan barter *exposure*, namun jika sudah sepakat untuk menggunakan jasa *influencer*, maka akan diberikan pembayaran awal yang kemudian akan dilunasi apabila sudah di posting. Praktik barter *exposure* dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak (*influencer* dan pelaku usaha). Fakta menarik bahwa praktik barter *exposure* sangatlah membantu para pelaku usaha dalam memasarkan, menawarkan, dan memasarkan produk yang dimiliki. Akan tetapi terdapat banyak pertimbangan yang perlu diperhatikan. Beberapa pertimbangan yang diberikan para pelaku usaha, memilih *influencer* yang sesuai dengan kriteria, *influencer* memiliki audiens yang sesuai dengan produknya, terdapat kesepakatan atau kerjasama yang jelas antar kedua belah pihak, *feedback* yang diharapkan dan dihasilkan juga jelas dan *influencer* yang dipilih memiliki *engagement* yang baik terhadap media sosialnya, serta kedua belah pihak bertanggung jawab terhadap kesepakatan atau kerjasama yang telah dibuat.

Pandangan hukum ekonomi syariah terhadap barter *exposure* oleh para pelaku di purwokerto pada media sosial instagram bahwa berdasarkan

ketentuan rukun dan syarat *musyarakah*, bahwa perjanjian yang dilakukan oleh *influencer* dengan modal *value* atau *exposure* berupa kepopuleritasan dirinya dengan pemilik *brand* atau produk di Purwokerto. Secara umum dilihat dari *aqidain* dengan syaratnya, *sigat* dengan syaratnya, objek *syirkah* dengan syaratnya sesuai dengan ketentuan hukum ekonomi syariah, namun ada rukun yang tidak sesuai dengan ketentuan yang ada, yaitu nishbah bagi hasil, dimana keduanya tidak menjelaskan besaran hasil yang akan mereka dapatkan masing-masing. Hal itu hanya berdasarkan pada kesepakatan awal saja, tidak melihat hasil dari penjualan atas promosi yang dilakukan *influncer*. Praktik barter *exposure* ini termasuk dalam *syirkah uqud*, dan masuk dalam bagian *syirkah a'maal* atau lebih dikenal dengan *syirkah abdan*, dimana pemilik *brand* memberikan produk atau jasa, dan *influencer* cukup mempostingnya di akun pribadinya untuk membayar produk yang ia dapatkan. *Exposure* ini sebagai barter yang berupa konten iklan.

Dalam barter *exposure* yang terjadi di Purwokerto, sebagaimana yang dilakukan oleh Naely Nur Janah yang menggunakan media sosial Instagram dalam mengunggah konten yang dimilikinya. Barter yang dimaksud ini merupakan barter *value* dalam bentuk *exposure*. Namun, seharusnya dalam Islam barter itu harus setara, sejenis atau setidaknya memiliki nilai yang sama. Maka, dengan demikian berdasarkan keterangan itu barter *exposure* ini tidak memiliki nilai yang sama. Dilihat dari keterangan dari beberapa *influncer* bahwa karena barter *exposure* menjadikan popularitas sebagai bahan tukar untuk mendapatkan sebuah produk dari *brand*



## B. Saran

1. Bagi pemilik *brand*, lebih harus memperhatikan dan pertimbangan yang dalam memilih *influencer* agar sesuai dengan kriteria, *influencer* memiliki *audiens* yang sesuai dengan produknya. Praktik barter *exposure* ini harus dilihat sebagai akad yang memiliki ketentuan yang akan menentukan kepastiannya.
2. Bagi *Influncer*, meningkatkan kualitas konten agar value atau *exposure* yang diberikan lebih optimal. Agar satu sama lain mendapatkan keuntungan.



## DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adiwarman. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Adam, Panji. *Fikih Muamalah Adabiyah*. Bandung: PT Refika Aditama, 2018.
- Affan, Moh. Sa'Id. *Tradisi Jual Beli Barter Dalam Kajian Hukum Islam*. Madura: Dosen STIS As-Salafiyah, tt.
- Afida, Afibatus dan M. Taufiq Zamzam. "Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga". *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4. No. 2. 2020. 97.
- Antonio, M. Syafi'I. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2009.
- Arifin, Nur Rachmat ddk. "Analisis Praktek Barter Pasca Panen Padi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 10, No. 2, November 2019.
- Badruzama, Dudi. "Implementasi Hukum Ekonomi Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah". *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*. Vol. 2. No. 2. 2019. 84.
- Burhanudin. *Hukum Kontrak Syariah*. Yogyakarta: BPFE, 2009.
- Chitami, Amanda Via. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Barter Subscriber Youtube (Studi Kaasus Grup Facebook Youtuber Bengkulu)". *Skripsi*. Bengkulu: Fakultas Syariah IAIN Bengkulu. 2021.
- Dasuki, HA. Hafizh. *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jakarta: FIK- IMA, 2011.
- Djamil, Fathurrahman. *Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
- Habibullah, Eka Sakti."Hukum Ekonomi Syariah Dalam Tatanan Hukum Nasional". *Al-Maslahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial Islam*. Vol. 2 No.1, 2021.
- Januri, Moh. Fauzan. *Pengantar Hukum Islam dan Pranata Sosial*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012.

- Malahina, Edwin Ariesto Umbu dan Agustina Clarissa Huko Langoday. "Analisa Kebutuhan Pengembangan Model System Barter di Era Pandemi Covid-19 Berbasis Website". *Jurnal Teknologi Informasi*. Vol. 5. No. 1. 2021. 78.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Maradis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal Cetakan Ke-7*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Maulidia, Firlina Alma. "Pelaksanaan Endorsement Melalui Influencer yang Mempromosikan Kosmetik di Instagram Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999". *Skripsi*. Semarang: Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang. 2020.
- Mufid, Moh. *Kaidah Fikih Ekonomi Dan Keuangan Kontemporer*. Yogyakarta: Kencana, 2021.
- Mujahidin, Ahmad. *Prosedur Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia 2010.
- Naf'an. *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Navia, Ilma. "Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Barter Antara UD. Azizah Dengan Peternak Ayam Telur di Blitar". *Skripsi*. Surabaya: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya. 2019.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: t.p, 2014.
- Rachmat, Nur, dkk. "Anlisis Praktek Barter Pasca Panen Padi ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 10. No. 2, 2019. 170.
- Rinaldy, Eddie, dkk. *Perdagangan Internasional*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2018.
- Sabiq, Sayid. *al-Fiqh al-Sunnah XII, Terjemahan Kamaludin A. Marzuqi, "Fikih Sunnah"*. Bandung: Al-Ma'arif, 1990.
- Sarwat, Ahmad. *Fiqh Jual-beli*. Jakarta: Rumah Fiqh Publishing. 2018.
- Septiana, Devi. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Pertukaran Barang Ditanggungkan Setelah Panen Padi (Studi di Desa Tapak Siring Kecamatan

Sukau Kabupaten Lampung Barat)”. *Skripsi*. Lampung: Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung. 2019.

Shohih, Hadits dan Ri’fah Setyowati. “Perspektif Hukum Islam Mengenai Praktik *Gharar* Dalam Transaksi Perbankan Syariah”. *Jurnal Hukum Bisnis dan Investigasi*. Vol. 12. No. 2. 2021. 71.

Sudiarti, Sri. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Medan: Febi UIN-SU Press, 2018.

Sudirna, Adi Saptia dkk. “Kajian Hukum Hak Asasi Manusia Terhadap Praktik KID Influencer”, *lex Administration*. Vol VIII No. 5, 2020.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2016.

Sulaiman, Rasjid. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2014.

Sumiati dan Neni Nuraeni. “Akad *Ijarah* dan *Jualah* dalam Perspektif Fiqh Perbandingan pada Kegiatan Bank Syariah di Indonesia”. *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 4, No. 2, 2022.

Syafa’at, Abdul Kholiq dan Rohmatulloh. “Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Hasil Pertanian Padi Sistem Tebasan di Dusun Kelir Desa Bunder Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi”. *Jurnal Darussalam; Jurnal Pendidikan, Komunikasi, dan Pemikiran Islam*. Vol. X. No.1. 2018. 163.

Syaikhu, et.al. *Fikih Muamalah*. Yogyakarta: K-Media, 2020.

Tiasto, Danang Enggar. “Endordement Sebagai Alat Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pelaku Endorsement di IAIN Metro)”. *Skripsi*. Lampung: Fakultas Syariah IAIN Metro. 2020.

Umbu Malahina, Edwin Ariesto dan Agustina Clarissa Huko Langoday. “Analisa Kebutuhan Pengembangan Model System Barter Di Era Pandemi Covid-19 Berbasis Website”. *Jurnal Teknologi Informasi*. Vol.5 No.1, Juni 2021.

Yoga, Muhammad. “Mengetahui Lebih Jauh Kota Purwokerto, Tempat Terbaik Mencari Ketenangan dan Wisata Alam”. *Rukita Stories*, <https://www.rukita.co/stories/kota-purwokerto>

Yuniar, Miandhani Denniz. “Aplikasi Instagram Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online: Sebuah Studi Pada Akun Warung Mamak”. *Jurnal Ekonomi, Sosial, dan Humaniora*. Vol. 2. No. 3. 2020. 2.

Yuniarti, Fransiska. “Tinjauan Fiqh Muamalah dan Etika Bisnis Islam Terhadap Endorsement Sebagai Sarana Pemasaran pada Media Sosial Instagram”. *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Syariah IAIN Surakarta. 2020.

Yunus Al-mishri, Rafiq. *Ushul Al-iqtishad Al-islami dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Rajagrafindo Pesada, 2015.









agistaaaaaaaaa\_



18  
postingan

6.875  
pengikut

3.744  
mengikuti

Agista

@agistaaaaaaaaa\_

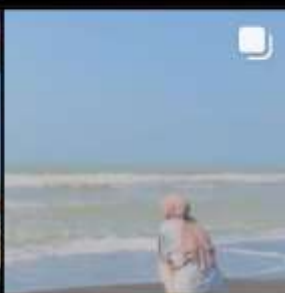
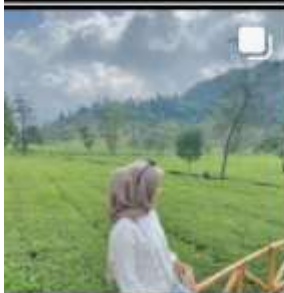
*Creating my own sunshine* 🌞

Lihat terjemahan

Diikuti oleh [\\_ndafst](#), [berlianaasy](#), dan 24 lainnya

Mengikuti

Kirim Pesan



← naelin\_



53  
postingan

5.140  
pengikut

1.271  
mengikuti

Naely Nur Janah

naelin\_

Kreator digital

Fashion | Travel | Culinary

DM for business inq

Purwokerto

Racun by neli

mycollection.shop/naelin dan 1 lainnya

Diikuti oleh khafsoh14, ridwan\_uben\_ dan 7 lainnya

Mengikuti

Kirim Pesan



IMMODERMA



-fits



Wonosobo



HAWKERSS...



HOTWAY





zahrotulwardaa



56  
postingan

10,4RB  
pengikut

4.267  
mengikuti

*Zahrotul Warda*

Diikuti oleh aep\_dzuhri, rakyannan, dan 14 lainnya

Mengikuti ▾

Kirim Pesan



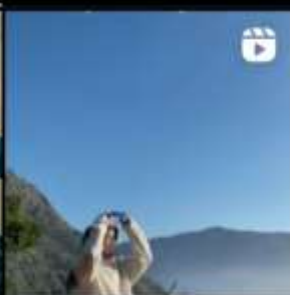
kkn



lecture



me





# @NAELIN

Content Creator

Hallo aku Naeli Nurjanah. Aku seorang content creator di instagram / tiktok. Selain suka ngonten cafe hopping, culinary dan travelling aku juga suka ootd.



## INSIGHT



Instagram



Tiktok

Top Gender  
WOMEN 64.4%  
MEN 35.5%

Top Age Rate  
18-24 YEARS OLD

## " RATE CARD "

POST FEED (1x)	IDR 100.000
REELS (1x)	IDR 200.000
POST TIKTOK (1x)	IDR 50.000
INSTAGRAM+TIKTOK (BUNDLE)	IDR 200.000
VISIT POST IG / TIKTOK	IDR 250.000

### Term and Condition(T&C):

- Produk sudah aman BPOM
- Produk tidak boleh berbentuk negative
- Revisi konten maksimal 2x
- Pembayaran diawal atau 75% diawal lalu 25% setelah konten di post
- Memberikan produk knowledge
- Memberikan brief atau SOW yang jelas dan lengkap
- Waktu pengerjaan 5-7hari setelah barang diterima/ visit sesuai deadline yang tertera



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Fanika Belinda Agustin  
2. Tempat/ Tanggal Lahir : Banyumas, 29 Agustus 1999  
3. Alamat : RT/RW : 002/008  
Desa/ Kelurahan : Klapagading Kulon  
Kecamatan : Wangon  
Kabupaten/ Kode Pos : Banyumas  
Propinsi : Jawa Tengah  
4. Telepon/ HP Aktif : 081393298735  
5. Email : fanikabelindaa@gmail.com  
6. Instagram : fbelindaaa\_

### **Riwayat Pendidikan Formal**

1. TK Diponegoro 39 Ranjingan Klapagading Kulon
2. SD Negeri Ranjingan
3. SMP Negeri 2 Wangon
4. SMA Negeri 1 Wangon



Purwokerto, 27 Maret 2024

FANIKA BELINDA AGUSTIN  
NIM.1717301009