

**ANALISIS AKAD *IJÁRAH BI AL-‘AMAL* TERHADAP  
KONTRAK KERJA *BRAND AMBASSADOR*  
(Studi Kasus Rychwater)**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**RAISUL FADHLA**  
NIM. 121310065

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Prodi Hukum Ekonomi Syariah

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
DARUSSALAM - BANDA ACEH  
2018 M/ 1439**

**ANALISIS AKAD IJĀRAH BI AL-'AMAL TERHADAP  
KONTRAK KERJA BRAND AMBASSADOR  
(Studi kasus Rychwater)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry  
Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Program Sarjana (S-1) Dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah

Oleh:

**RAISUL FADHLA**


NIM . 121310065

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah


Disetujui untuk Diuji/Dimunaqasyahkan Oleh:

**A R - R A N I R Y**

Pembimbing I,

  
Saifuddin Sa'dan, M.Ag.  
NIP : 197102022001121002

Pembimbing II,

  
Faisal Fauzan, S.E., M.Si, AK., CA  
NIP :

ANALISIS AKAD *IJÁRAH BI AL-'AMAL* TERHADAP  
KONTRAK KERJA *BRAND AMBASSADOR*  
(Studi Kasus Rychwater)

SKRIPSI

Telah Diuji oleh Panitia Ujian *Munaqasyah* Skripsi  
Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry  
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima  
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S.1)  
Dalam Hukum Ekonomi Syari'ah


Pada Hari/Tanggal


26 Juli 2018  
Kamis, \_\_\_\_\_  
13 Dzulka'idah 1439 H

di Darussalam Banda Aceh  
Panitia Ujian *Munaqasyah* Skripsi

Ketua,


Sekretaris,


  
Saifuddin Sá'dan, M. Ag  
NIP: 197102022001121002

  
Faisal Fauzan, SE., M.Si, Ak., CA  
NIDN: 0113067802

Penguji I,

Penguji II

  
Dr. Khairuddin, M. Ag  
NIP: 197309141997031001

  
Drs. Jamhuri, MA  
NIP: 196703091994021001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry  
Darussalam Banda Aceh



  
Muhammad Siddiq, MH., Ph.D  
NIP: 197703032008011015



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp./ Fax. 0651-7557442 Email : fsh@ar-raniry.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Raisul Fadhla  
NIM : 121310065  
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.**
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.**
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.**
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.**
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.**

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 20 Juli 2018  
Yang Menyatakan,

  
(Raisul Fadhla)



## ABSTRAK

Nama : Raisul Fadhla  
NIM : 121310065  
Fakultas/Prodi : Syariah dan Hukum / Hukum Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Akad *Ijârah bi al-'Amal* Terhadap Kontrak Kerja *Brand Ambassador* (Studi Kasus Rychwater)  
Tanggal Sidang : 26 Juli 2018  
Tebal Skripsi : 62 Halaman  
Pembimbing I : Saifuddin Sa'dan, M.Ag  
Pembimbing II : Faisal Fauzan, S.E.,M.Si, Ak., CA  
Kata Kunci : *Kontrak Kerja, Ijârah bi al-'Amal, Brand ambassador*

*Brand ambassador* yang dimaksud di sini adalah sebagai pihak kedua yang diikat dengan suatu perjanjian kerja dan ditugaskan untuk mempromosikan produk dari pihak pertama atau perusahaan. Dalam permasalahan ini pihak Rychwater mengontrak *brand ambassador* selama setahun dan upah yang diberikan untuk durasi setahun pula, namun dokumentasi dari hasil pekerjaan *brand ambassador* baik foto ataupun video tetap digunakan hingga setahun berikutnya atau di luar tempo kontrak yang diupahkan. Pertanyaan dalam skripsi ini adalah bagaimana penerapan kontrak kerja *brand ambassador* produk Rychwater, dan bagaimana tinjauan hukum akad *ijârah bi al-'amal* pada kontrak kerja *brand ambassador* Rychwater. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analisis, dan metode pengumpulan data dilakukan melalui metode penelitian lapangan (*field research*). Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa kontrak kerja yang diserahkan oleh Rychwater berdurasi selama setahun, dengan pembayaran upah yang diberikan secara bertahap yang dilakukan selama setahun tersebut. Namun, pada tahun kedua pihak Rychwater tetap berwenang menggunakan hasil dokumentasi dari *brand ambassador*. Pelaksanaan kontrak kerja antara Rychwater dengan *brand ambassador* telah dijalankan sesuai prosedur sebagaimana yang tertera di dalam isi kontrak kerja, karena kedua pihak telah menjalankan kewajibannya dan mendapatkan haknya masing-masing. Walaupun ada sedikit kerancuan dalam kontrak kerja tersebut, namun dari pihak *brand ambassador* telah menyetujui kesepakatan tersebut tanpa adanya paksaan, maka dengan demikian dalam permasalahan ini telah memenuhi rukun dan syarat *ijârah bi al-'amal* serta telah sesuai dengan asas-asas kontrak dalam Islam.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada sang pencipta, Allah *subhanahu wa ta'ala*. Atas berkat dan rahmat-Nya yang melimpah, penulis telah dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “**Analisis Akad Ijârah Bi al-‘Amal Terhadap Kontrak Kerja Brand Ambassador (Studi Kasus Rychwater)**”. Penulisan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Shalawat dan salam penulis sanjung sajikan kepada baginda Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wassalam* yang selalu menjadi panutan dalam melakukan segala hal. Juga salam dan kehormatan kepada keluarga serta sahabat beliau yang senantiasa membimbingnya dalam suka maupun duka memperjuangkan agama yang dititipkan kepadanya yaitu agama Islam.

Selama penulisan skripsi ini tentunya penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis. Oleh karenanya, tersirat ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Saifuddin Sa’dan, M.Ag sebagai pembimbing I skripsi yang tak pernah lelah membantu dan memberi arahan kepada penulis sehingga terwujudnya skripsi ini.
2. Faisal Fauzan, S.E.,M.Si, Ak., CA sebagai pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan idenya dalam membimbing penulisan skripsi ini sehingga penulis bisa memberikan yang terbaik.
3. Muhammad Siddiq, MH.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, serta semua dosen dan asisten yang telah membekali ilmu sejak semester pertama hingga akhir.
4. Dr. Bismi Khalidin, S.Ag, M.Si selaku ketua prodi Hukum Ekonomi Syari’ah dan seluruh staf prodi Hukum Ekonomi Syari’ah.
5. Teristimewa ucapan terima kasih penulis hantarkan kepada ayahanda Munir Raden dan ibunda Meutia, dan kakanda Mira Rizkya yang senantiasa mendoakan dan mendukung saya dalam menyelesaikan perkuliahan ini.

6. Rahmah Noviyanti selaku *brand ambassador* dan Teuku Putra Andika selaku manajer operasional Rychwater yang telah memberikan data dan informasi mengenai penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat karib Muhammad Luthfi Husma, Andra Masyhuri, Andria Mauliza Riski Mulia Nanda, Muhammad Fadhil, teman-teman yang pernah bermain bersama di Tim Sepakbola UIN Ar-Raniry dan Syariah FC, dan juga teman-teman seperjuangan Prodi HES angkatan 2013 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah sama-sama berjuang melewati setiap tahapan ujian yang ada di kampus dan yang telah memberikan dukungan serta semangat sehingga karya ilmiah ini selesai.
8. Teristimewa kepada yang tercinta Zulfa Izzaty, yang telah setia menemani disaat suka maupun duka, memberikan motivasi dan kritik yang konstruktif guna cepat terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih dengan tulus hati atas dukungan semangat dan perhatiannya selama proses penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, Penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki. Namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi jauh dari kesempurnaan, baik dalam isi maupun teknis penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya penelusuran lebih lanjut mengenai penelitian ini, serta kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan penulisan ini. Akhirnya kepada Allah jualah kita berserah diri dan memohon petunjuk serta ridha-Nya dalam mengarungi kehidupan ini.

Banda Aceh, 27 Juni 2018  
Penulis

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi Arab-latin yang digunakan secara umum berpedoman kepada transliterasi *ali 'awdah* dengan keterangan sebagai berikut:

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	Ket	No	Arab	Latin	Ket
1	ا	Tidak dilambangkan		16	ط	ṭ	t dengan titik di bawahnya
2	ب	B		17	ظ	ẓ	z dengan titik di bawahnya
3	ت	T		18	ع	‘	
4	ث	ṯ	s dengan titik di atasnya	19	غ	G	
5	ج	J		20	ف	F	
6	ح	ḥ	h dengan titik di bawahnya	21	ق	Q	
7	خ	kh		22	ك	K	
8	د	D		23	ل	L	
9	ذ	ḏ	z dengan titik di atasnya	24	م	M	
10	ر	R		25	ن	N	
11	ز	Z		26	و	W	
12	س	S		27	ه	H	
13	ش	sy		28	ء	’	
14	ص	ṣ	s dengan titik di bawahnya	29	ي	Y	
15	ض	ḍ	d dengan titik di bawahnya				

### 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal dan vokal rangkap.

#### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:



Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
وُ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauLa*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أَ/يَ	<i>Fatahah dan alif atau ya</i>	Ā
إِ	<i>Kasrah</i>	Ī
أُ، وُ	<i>Dammah dan waw</i>	Ū

Contoh:

قال : *qāla*

رمى : *ramā*

قيل : *qīla*

يقول : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.

b. Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang lain akhir katanya ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

روضة الاطفال :*raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

المدينة المنورة :*al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul*

*Munawwarah*

طلحة :*talhah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut, dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasikan. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

## DAFTAR LAMPIRAN

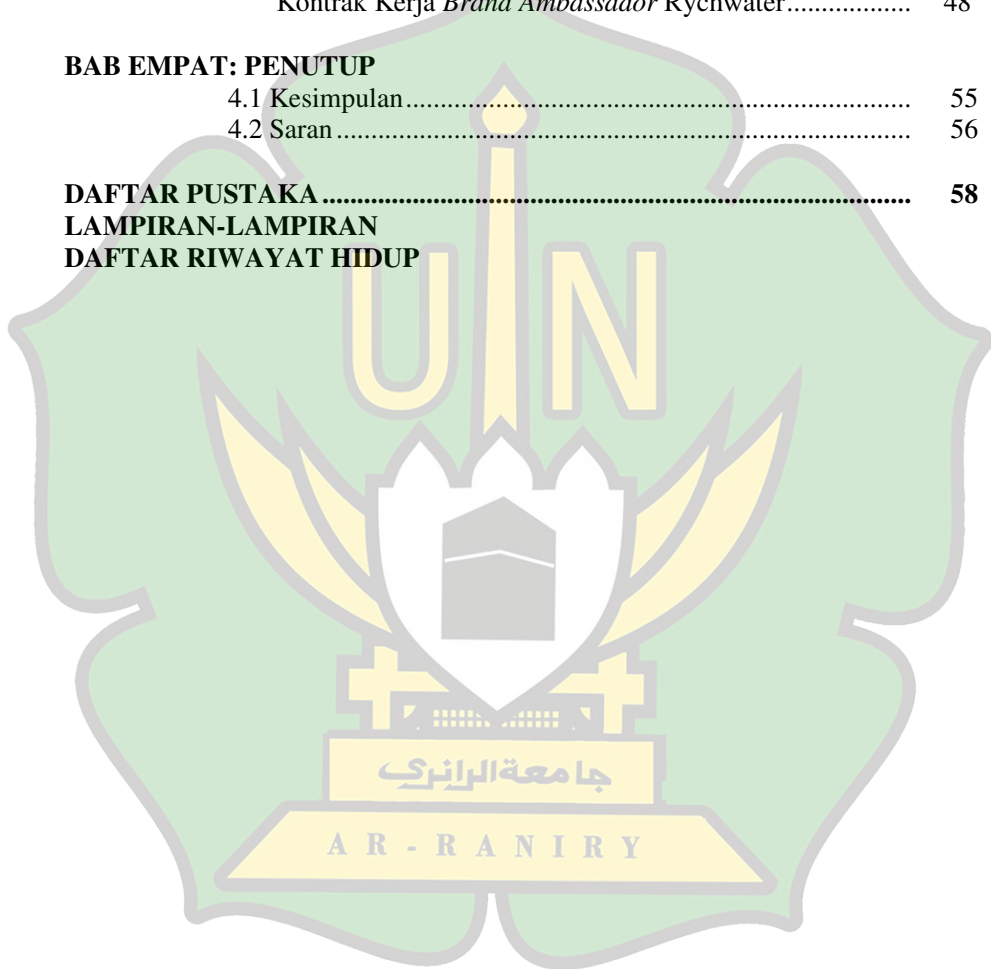
- Lampiran 1 : SK Pembimbing  
Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian  
Lampiran 3 : Daftar Pertanyaan Dengan Pihak Rychwater  
Lampiran 4 : Daftar Pertanyaan Dengan *Brand Ambassador*  
Lampiran 5 : Daftar Riwayat Hidup



## DAFTAR ISI

<b>LEMBARAN JUDUL</b>	
<b>PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>PENGESAHAN SIDANG</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	v
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	vi
<b>TRANSLITERASI.....</b>	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xi
<b>DAFTAR ISI .....</b>	xii
<b>BAB SATU : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Penjelasan Istilah .....	8
1.5. Kajian Pustaka .....	10
1.6. Metode Penelitian .....	12
1.6.1. Pendekatan Penelitian.....	12
1.6.2. Jenis Penelitian.....	12
1.6.3. Lokasi Penelitian.....	13
1.6.4. Metode Pengumpulan Data.....	13
1.6.5. Teknik Pengumpulan Data.....	13
1.7. Sistematika Pembahasan .....	14
<b>BAB DUA : SISTEM KONTRAK KERJA DALAM AKAD</b>	
<b><i>IJÂRAH BI AL-‘AMAL</i> MENURUT FIQH</b>	
<b>MUAMALAH.....</b>	<b>16</b>
2.1. Pengertian Sistem Kontrak .....	16
2.2. Dasar Hukum Kontrak.....	17
2.2.1. Landasan Hukum Islam.....	17
2.2.2. Asas-Asas Dalam Kontrak .....	20
2.3. Pengertian akad <i>Ijârah bi al-‘amal</i> .....	22
2.3.1. Dasar Hukum <i>Ijârah Bi al-‘Amal</i> .....	24
2.4. Rukun dan Syarat <i>Ijârah bi al-‘amal</i> .....	28
2.4.1. Rukun <i>Ijârah Bi al-‘Amal</i> .....	28
2.4.2. Syarat <i>Ijârah Bi al-‘Amal</i> .....	31
2.5. Pendapat Fuqaha tentang Objek Perjanjian dalam	
<i>Ijârah bi al-‘amal</i> dan Konsekuensinya Terhadap	
Para Pihak.....	34

<b>BAB TIGA : SISTEM PENERAPAN KONTRAK KERJA BRAND AMBASSADOR PRODUK RYCHWATER DALAM PERSPEKTIF IJĀRAH BI AL-‘AMAL .....</b>	<b>38</b>
3.1. Deskripsi Umum Rychwater dan <i>Brand Ambassador</i> .....	38
3.2. Sistem Penerapan Kontrak Kerja <i>Brand Ambassador Rychwater</i> .....	43
3.3. Tinjauan Akad <i>Ijārah bi al-‘amal</i> Terhadap Kontrak Kerja <i>Brand Ambassador Rychwater</i> .....	48
<b>BAB EMPAT: PENUTUP</b>	
4.1 Kesimpulan.....	55
4.2 Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	





## **BAB SATU PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dengan maraknya perkembangan bisnis pada era modern ini, semakin banyak pengusaha-pengusaha yang harus berpikir ekstra keras guna menghasilkan kreatifitas yang menarik dalam mempromosikan sesuatu produk kepada masyarakat. Tidak hanya memajang iklan di beberapa media massa seperti media cetak, televisi, dan radio. Tetapi dibutuhkan sesuatu yang dapat menarik minat masyarakat untuk mengkonsumsi produk tersebut dan sesuatu yang dapat memberikan testimoni guna meyakinkan masyarakat terhadap produk yang dipasarkan.

Dengan hadirnya duta merek (*brand ambassador*) dapat memberikan solusi kepada pemilik produk untuk meyakinkan konsumen agar menggunakan produk tersebut. Pemilihan *brand ambassador* yang tepat dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan produk tersebut, ini akan berdampak positif terhadap pemilik produk yang mana minat beli masyarakat semakin bertambah dan penghasilan yang diterima pemilik produk juga semakin bertambah. Sebagaimana yang diketahui, *brand ambassador* merupakan istilah pemasaran untuk seseorang atau grup yang dipekerjakan dengan kontrak oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk mempromosikan suatu merek dalam bentuk produk.

Dalam pekerjaan pengupahan yang dilakukan oleh para pihak yang terlibat dalam suatu transaksi pengupahan, biasanya merupakan perjanjian kerja atau

hubungan kerja antara karyawan dengan atasannya yang berisi hak-hak dan kewajiban masing-masing pihak.<sup>1</sup>

Pekerja (*brand ambassador*) dan suatu produk diikat dalam suatu kontrak kerja yaitu kontrak kerja sama yang seharusnya saling menguntungkan. Suatu produk diuntungkan karena memperoleh jasa dari pekerja untuk melaksanakan pekerjaan tertentu yang dibutuhkan oleh suatu produk. Sebaliknya pekerja (*brand ambassador*) diuntungkan karena memperoleh penghasilan dari imbalan atau upah yang diberikan oleh suatu produk terhadap jasanya. Karena itulah ketenagakerjaan seperti ini dalam Islam disebut dengan kemitraan yang saling menguntungkan yang mana tidak boleh salah satu pihak menzalimi atau terzalimi oleh pihak lainnya, agar hubungan kemitraan dapat dijalankan dengan baik dan seluruh pihak dapat saling menguntungkan.

Berdasarkan *fiqh muamalah* konsep kontrak pada kegiatan *brand ambassador* tersebut dikenal dengan akad *ijârah bi al-'amal*.<sup>2</sup> Karena akad *ijârah bi al-'amal* merupakan penyewaan jasa yang dilakukan atas pekerjaan tertentu.<sup>3</sup> *Brand ambassador* yang penulis maksud merupakan bagian dari *'ajir al khash*, yaitu orang yang berkerja untuk satu orang selama waktu tertentu.<sup>4</sup>

Dalam akad *ijârah* apabila pekerja telah menyerahkan dirinya untuk bekerja kepada pengguna jasa selama waktu tertentu, ia hanya berhak atas upah

---

<sup>1</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Terj: Zainal Arifin), Cet, (Jakarta: Gema Insan Pres, 1997), hlm. 103.

<sup>2</sup> Yang dimaksud dengan *ijârah bi al-'amal* yaitu berasal dari kata *al-ajru* yang artinya secara bahasa adalah *al-'iwadh* yaitu ganti atau upah, lihat lebih lanjut dalam Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2000), hlm. 114.

<sup>3</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, (Beirut: Darul Fikri, 2007), hlm. 417.

<sup>4</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, (Beirut: Darul Fikri, 2007), hlm. 417.

yang sesuai dengan waktu ia bekerja. Selama masa kontrak belum habis, pekerja tidak boleh bekerja kepada pihak lain.<sup>5</sup>

Penjelasan objek kerja dalam penyewaan tenaga kerja dalam hal terkait *brand ambassador* merupakan sebuah tuntutan untuk menghindari ketidakjelasan. Hal itu karena ketidakjelasan objek kerja dapat menyebabkan perselisihan dan mengakibatkan rusaknya akad. Perlunya penjelasan objek kerja bagi para tenaga kerja dengan menunjukkan atau menentukannya, atau dapat pula dengan penjelasan jenis, tipe, kadar, dan sifatnya.<sup>6</sup> Karena ketentuan *brand ambassador* bersifat mengikat, maka seluruh pekerjaan yang ditentukan untuk dikerjakan menjadi tanggung jawabnya secara pribadi.

*Brand Ambassador* dimaksudkan untuk mewujudkan identitas perusahaan dalam penampilan, sikap, nilai-nilai dan etika. Elemen kunci dari *brand ambassador* terletak pada kemampuan mereka untuk menggunakan strategi promosi yang akan memperkuat pelanggan dan mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk lebih banyak lagi. Biasanya, *brand ambassador* dikenal sebagai pembicara positif yang menunjukkan hal-hal positif dari suatu merek yang ditunjuk sebagai agen internal atau eksternal untuk menciptakan kenaikan dalam penjualan suatu merek berupa produk.

*Brand ambassador* memiliki kemiripan yang hampir sama dengan pelaku *endorsement* atau disebut dengan *endorser*, yang mana mereka sama-sama mempromosikan suatu barang dengan tujuan memberikan manfaat dari jasa

---

<sup>5</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, (Terj: Asep Sobari, Sofwan Abbas, Muhil Dhofir, Amir Hamzah), Cet, (Jakarta: Al-I'tishom, 2008). hlm. 362.

<sup>6</sup> *Ibid.* hlm. 393.

mereka kepada pemilik produk dan diberikan upah atas hasil jasa tersebut. Yang membedakannya adalah *brand ambassador* terikat kontrak yang bersifat eksklusif dan perjanjian-perjanjian yang harus dipenuhi sesuai dengan yang telah disepakati antara pemilik produk dengan duta merek dalam durasi beberapa bulan atau beberapa tahun, dan duta merek tersebut tidak diperbolehkan untuk menggunakan produk lain yang sejenis dengan produk yang dipromosikan tersebut, sedangkan pihak pemilik produk berkewajiban memenuhi kebutuhan dari duta merek tersebut agar tidak menggunakan produk lainnya yang sejenis. Sedangkan *endorser* hanya mempromosikan suatu barang tanpa adanya suatu kontrak kerja yang mengikat dirinya dengan produk yang dipromosikan.

Berbagai perusahaan industri banyak yang memanfaatkan jasa *brand ambassador* ini guna meningkatkan daya jual dari barang tersebut, seperti halnya industri makro hingga mikro tertarik untuk menggunakan jasa *brand ambassador*. Tidak hanya industri-industri di kota besar saja, tetapi industri-industri di daerah menengah juga sudah mulai memanfaatkan jasa *brand ambassador* tersebut. *Brand ambassador* harus berperan penting untuk meyakinkan konsumen dan juga harus menjadi suatu alat promosi untuk memasarkan produk dengan kuantitas yang terus meningkat. Sangat banyak kita lihat dimana produk-produk terkenal tertarik untuk menggunakan jasa *brand ambassador* tersebut. Dengan menggaet publik figur terkenal yang memiliki banyak penggemar dan tidak terlibat skandal akan mempengaruhi penjualan produk karena terpengaruh dengan testimoni yang diberikan duta merek terhadap masyarakat.

Khususnya di Banda Aceh, hanya merek Rychwater yang berani menggaet publik figur untuk dijadikan *brand ambassador*. Seperti halnya Rahmah Noviyanti yang merupakan seorang model sekaligus artis di Aceh yang memerankan beberapa film Aceh dan juga beberapa video klip dari band-band lokal di Aceh. Karena ketenaran dari seorang Rahmah Noviyanti inilah yang membuat pihak merek air minum dalam kemasan Rychwater tertarik untuk berkerjasama dengannya menjadi *brand ambassador* dari merek Rychwater tersebut. Pihak merek Rychwater menyerahkan kontrak kepada Rahmah Noviyanti selama setahun untuk dijadikan *brand ambassador* dengan bayaran Rp 10.000.000 pertahun yang dibayar berangsur.<sup>7</sup>

Rahmah Noviyanti selaku *brand ambassador* Rychwater dituntut untuk tidak mengkonsumsi produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) milik merek lain yang sejenis dan apabila kedapatan maka pihak Rychwater dengan tegas mengakhiri perjanjian tersebut dan dapat digugat dengan jalur hukum. Selain tidak boleh mengkonsumsi produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) milik merek lain, ia juga harus menjaga citra dan nama baiknya di kalangan masyarakat agar tidak terlibat skandal atau kasus apapun supaya tidak berdampak pada pemasaran produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek Rychwater tersebut.<sup>8</sup> Dengan upah yang diberikan Rp 10.000.000 selama setahun atau jika dihitung perbulan hanya sekitar Rp 833.000 perbulannya, bisa dikatakan tidaklah cukup dari apa yang telah ia lakukan untuk meningkatkan daya jual produk

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Rahmah Noviyanti, *Brand ambassador* Rychwater, pada tanggal 10 April 2017 di Banda Aceh.

<sup>8</sup> *Ibid.*



Rychwater tersebut dalam bidang pemasaran. Sedangkan dalam konsep akad *ijârah bi al-'amal* itu sendiri melarang para pihak untuk saling menzalimi, dan seorang *musta'jir* seharusnya memberikan upah yang layak kepada orang yang disewa jasanya atau *'ajir*.

Selain itu yang menarik dari kontrak ini adalah pihak merek Rychwater dapat menggunakan hasil dokumentasi baik foto maupun video pada tahun berikutnya atau di luar masa pengupahan. Sedangkan durasi kontrak kerja yang diserahkan oleh pihak Rychwater kepada Rahmah Noviyanti hanya satu tahun.<sup>9</sup> Ini tidak sesuai dengan konsep akad *ijârah bi al-'amal*, apabila pekerja telah menyerahkan dirinya untuk bekerja kepada pengguna jasa selama waktu tertentu, ia hanya berhak atas upah yang sesuai dengan waktu ia bekerja.<sup>10</sup> Dalam hal ini terjadi pengeksploitasian jasa yang dilakukan oleh pihak Rychwater, apabila kontrak telah berakhir maka putuslah hubungan diantara kedua belah pihak tersebut, maka dari itu seharusnya Rychwater dapat menggunakan hasil cetak/tayang media promosi hanya satu tahun, dan Rahmah Noviyanti sendiri juga berhak memperoleh upahnya selama waktu selama satu tahun pula.

Di dalam konsep akad *ijârah bi al-'amal*, apabila seseorang menyewa atau mengupah seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan maka hendaklah pembayaran upah itu mereka tentukan terlebih dahulu. Sedangkan dalam kasus ini Rahmah Noviyanti selaku *brand ambassador* hanya menyepakati upah yang diberikan oleh pihak Rychwater, dengan kata lain *brand ambassador* tidak dapat

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Rahmah Noviyanti, *Brand ambassador* Rychwater, pada tanggal 10 April 2017 di Banda Aceh.

<sup>10</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, (Terj: Asep Sobari, Sofwan Abbas, Muhil Dhofir, Amir Hamzah), Cet, (Jakarta: Al-I'tishom, 2008). hlm. 362.

mengambil andil dalam menentukan atau menegosiasikan besarnya upah yang di berikan atas jasa yang disewakannya kepada pihak Rychwater sebagai penyewa jasa.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian yang selanjutnya akan disistematiskan dalam bentuk karya ilmiah yang berjudul **“Analisis Akad *Ijârah Bi al-‘Amal* Terhadap Kontrak Kerja *Brand Ambassador* (Studi Kasus Rychwater).”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis kemukakan di atas, maka penelitian ini meliputi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan kontrak kerja *brand ambassador* produk Rychwater?
2. Bagaimana tinjauan hukum akad *ijârah bi al-‘amal* pada kontrak kerja *brand ambassador* Rychwater?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan kontrak kerja *brand ambassador* produk Rychwater.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum akad *ijârah bi al-‘amal* pada kontrak kerja *brand ambassador* Rychwater.

#### 1.4. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami istilah yang terdapat dalam judul skripsi ini, maka diperlukan suatu penjelasan, beberapa istilah diantaranya:

1. *Ijârah bi al-‘amal*
2. Kontrak kerja
3. *Brand ambassador*
4. Rychwater

##### Ad.1 *Ijârah bi al-‘amal*

*Ijârah bi al-‘amal* ialah sewa menyewa yang bersifat pekerjaan jasa, dalam artian ijarah ini bersifat pekerjaan atau jasa dengan cara memperkerjakan seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan.<sup>11</sup> Adapun yang dimaksud *ijârah bi al-‘amal* dalam skripsi ini adalah suatu pekerjaan yang dilakukan oleh *brand ambassador* untuk memperoleh imbalan yang diberikan oleh pihak merek Rychwater.

##### Ad.2 Kontrak kerja

Kontrak kerja adalah suatu perjanjian diantara pekerja dan pengusaha secara lisan atau tulisan, baik untuk waktu tertentu maupun untuk waktu tidak tertentu yang memuat syarat-syarat kerja, hak dan kewajiban. Setiap perusahaan wajib untuk memberikan kontrak kerja di hari pertama calon karyawan bekerja. Dalam kontrak kerja biasanya tertulis dengan jelas pekerja memiliki hak dalam

<sup>11</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Medika Pratama, 2007), hlm. 251.

mendapat kebijakan perusahaan yang sesuai dengan undang-undang ketenagakerjaan yang masih berlaku di Indonesia. Di dalamnya juga memuat mengenai prosedur kerja dan kode disiplin yang ditetapkan oleh perusahaan.<sup>12</sup>

#### Ad. 3 *Brand ambassador*

*Brand ambassador* atau dikenal dengan duta merek merupakan istilah pemasaran untuk seseorang atau grup yang dipekerjakan dengan dikontrak oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk mempromosikan suatu merek dalam bentuk produk.<sup>13</sup> Jadi *brand ambassador* yang dimaksud di sini adalah sebagai pihak kedua yang diikat dengan suatu perjanjian kerja dan ditugaskan untuk mempromosikan produk dari pihak pertama (Rychwater Banda Aceh).

#### Ad. 4 Rychwater

Rychwater adalah sebuah merek AMDK (Air Minum Dalam Kemasan) yang diproduksi oleh PT Tirta Darussalam Internusa yang dihadirkan pada tahun 2016. Air mineral Rychwater berasal dari sumber mata air yang alami dan terjaga, diproduksi langsung di pabrik yang terletak di sumber mata air alami tepatnya di Jalan Kuburan Cina no.77, Mata Ie, Aceh Besar, yang telah terkenal sebagai sumber mata air alami dan terjaga sejak dahulu. Rychwater yang penulis maksud adalah pihak pertama, yang mana pihak pertama menyewa jasa pihak kedua (*brand ambassador*) untuk mempromosikan Rychwater tersebut.

---

<sup>12</sup> <http://balaikerja.blogspot.com/2014/05/pengertian-kontrak-kerja.html> (diakses pada tanggal 13 April 2017)

<sup>13</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Duta\\_Merek](https://id.wikipedia.org/wiki/Duta_Merek) (diakses tanggal 13 April 2017)

### 1.5. Kajian Pustaka

Hasil penelusuran yang Peneliti lakukan di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, belum ada kajian yang membahas secara mendetail dan secara spesifik yang mengarah kepada kontrak kerja *brand ambassador* dalam perspektif akad *ijârah bi al-'amal*. Namun ada beberapa tulisan yang berkaitan dengan sistem kontrak dan juga wanprestasi kontrak kerja menurut akad *ijârah bi al-'amal*, yaitu skripsi yang ditulis oleh Khairunnisa, dengan judul Penetapan Upah Minimum Provinsi Berdasarkan Nilai Kebutuhan Hidup Layak Menurut Konsep *Ijârah bi al-'amal* Dalam Fiqh Muamalah (Studi Kasus Di Kota Banda Aceh). Tulisan ini mengkaji mengenai penetapan upah minimum provinsi menurut konsep *ijârah bi al-'amal* dalam konsep *fiqh muamalah*. Namun tulisan ini tidak mengkaji perbedaan upah yang diterima oleh setiap pekerja yang di tinjau menurut akad *ijârah bi al-'amal* dalam konsep *fiqh muamalah*.

Selanjutnya karya ilmiah yang ditulis oleh Hasan Basri dengan judul Panjar Dalam Perjanjian Sewa Menyewa Lapangan Futsal Di Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh Dalam Perspektif *Ijârah bi al-'amal*. Tulisan ini mengkaji mengenai panjar yang diberikan sebelum permainan dilakukan yang ditinjau menurut konsep *ijârah bi al-'amal*. Tulisan ini memiliki kesamaan yaitu tentang perjanjian kerja dan konsep *fiqh muamalah*, namun karya tulis ini tidak mengkaji mengenai pembatalan perjanjian kerja sama yang dilakukan kedua belah pihak yang ditinjau menurut akad *ijârah bi al-'amal*.

Kemudian karya ilmiah yang ditulis oleh Nurul Azis dengan judul Analisis Kebijakan Penetapan Upah Pegawai Kontrak Pada Fakultas Teknik Universitas



Syiah Kuala Berdasarkan Persepektif Ekonomi Islam. Tulisan ini mengkaji mengenai penetapan upah pegawai kontrak pada fakultas teknik. Dalam tulisan ini yang menjadi masalah yaitu bagaimana standar mekanisme penetapan upah pegawai kontrak dan bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap mekanisme penetapan upah pegawai kotrak. Tulisan ini tidak mengkaji mengenai bagaimana pemutusan kontrak terhadap pekerja dan tidak mengkaji mengenai pandangan hukum Islam terhadap sistem kerja kontrak yang ditinjau menurut akad *ijârah bi al-‘amal* dalam konsep *fiqh muamalah*.

Kemudian karya ilmiah yang ditulis oleh Izhar yang berjudul Kontrak Kerja Antara Aldila Taylor Ulee Kareng Dengan Dinas Kesehatan Aceh Jaya Ditinjau Menurut Konsep Akad *Ijârah*. Dalam tulisan ini mengkaji bagaimana bentuk kerja kontrak antara Adila Taylor dengan dinas kesehatan kemudian selanjutnya bagaimana penyelesaian terhadap sengketa yang timbul sehubungan wanprestasi. Namun dalam tulisan ini tidak mengkaji mengenai pengaruh kontrak kerja terhadap loyalitas pekerja yang ditinjau menurut akad *ijârah bi al-‘amal*.

Dalam membahas skripsi ini penulis merujuk kepada buku-buku yang berkaitan dengan karya ilmiah ini seperti buku: hukum perikatan Islam di Indonesia, prinsip hukum dalam pengadaan barang dan jasa, norma dan etika hukum Islam, *fiqh muamalah*, *bulughul maram*, asas-asas hukum muamalah (hukum perdata Islam), hukum perjanjian, perjanjian kerja dan lain-lain.

## 1.6. Metodologi Penelitian

Keberhasilan dalam sebuah penelitian sangat dipengaruhi oleh metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data yang akurat dan sempurna dari objek penelitian tersebut. Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif analisis, yaitu jenis penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

### 1.6.1. Pendekatan Penelitian

Dalam penulisan karya ilmiah ini penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan empiris, yaitu pendekatan dengan melihat dan mengkaji sudut pandang yang terjadi pada pekerja jasa *brand ambassador* Rychwater.

### 1.6.2. Jenis Penelitian

Dalam usaha pengumpulan data yang diperlukan guna mendukung penulisan karya tulis ini jenis penelitian yang penulis gunakan adalah kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan suatu metode untuk menganalisa dan memecahkan masalah yang terjadi pada masa sekarang berdasarkan gambaran yang dilihat dan didengar dari hasil penelitian baik dilapangan maupun teori-teori berupa data-data dan buku-buku yang berkaitan dengan topik pembahasan.<sup>14</sup> Dalam penelitian ini, deskriptif digunakan untuk meriset mengenai masalah kontrak kerja menurut akad *ijârah bi al-‘amal*.

---

<sup>14</sup>Muhammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), hlm.63.

### 1.6.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu tempat yang dipilih sebagai tempat yang ingin diteliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan karya ilmiah ini. Adapun dalam penulisan karya ilmiah ini lokasi penelitiannya adalah di kantor Rychwater dan di rumah Rahmah Noviyanti selaku *brand ambassador* Rychwater.

### 1.6.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data yang berhubungan dengan objek kajian, baik data primer maupun data sekunder, penulisan ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah pengumpulan data primer dan merupakan suatu penelitian lapangan yang penulisan lakukan secara langsung dengan mendatangi *brand ambassador* Rychwater Banda Aceh dan pihak Rychwater Banda Aceh. Dengan penelitian ini diharapkan akan memperoleh data yang valid dan akurat. Dalam penulisan ini penulis juga menggunakan literatur-literatur pendukung lainnya, seperti artikel-artikel, media internet yang berkaitan dengan objek kajian.

### 1.6.5. Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Wawancara (*interview*)

Wawancara (*interview*) merupakan suatu teknik pengumpulan data yang didapat dengan cara bertanya langsung kepada pihak pemberi informasi yang

berperan penting dalam bidang yang akan diteliti atau dikaji.<sup>15</sup> Wawancara dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada Teuku Andika Putra selaku manajer operasional Rychwater dan Rahmah Noviyanti selaku *brand ambassador* Rychwer terhadap sistem kontrak kerja mereka.

## 2. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data merupakan alat-alat bantu lainnya yang digunakan untuk mempermudah proses pengumpulan data dalam penelitian ini.

Instrumen pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

- a. Alat tulis buku dan pulpen untuk mencatat hasil wawancara dengan para pihak pemberi informasi.
- b. Alat rekam, seperti handphone yang dapat dijadikan sebagai alat perekam wawancara agar setelah selesai wawancara kita dapat menyimak dan mendengar kembali dengan baik.
- c. Lainnya yang berkaitan dengan judul agar kita mempunyai suatu hipotesa awal tentang judul yang akan dikaji dan diteliti.

## 1.7. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan penelitian ini yang berjudul “Analisis Akad *Ijârah bi al-‘amal* Terhadap Kontrak Kerja *Brand Ambassador* (Studi Kasus Rychwater kota Banda Aceh)”, penulis membagi menjadi 4 (empat) bab yang terurai dalam beberapa sub bab. Masing-masing bab mempunyai hubungan yang berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Adapun uraiannya adalah sebagai berikut:

---

<sup>15</sup>Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 136.

Bab satu: bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab dua: Tinjauan teoritis mengenai sistem kerja kontrak menurut akad *ijârah bi al-'amal*: pengertian sistem kontrak, dasar hukum kontrak, pengertian akad *ijârah bi al-'amal*, rukun dan syarat akad *ijârah bi al-'amal*, pendapat fuqaha tentang objek perjanjian dalam *ijârah bi al-'amal* dan konsekuensinya terhadap para pihak.

Bab tiga: analisis hukum islam mengenai kontrak kerja *brand ambassador* Rychwater Banda Aceh ditinjau menurut akad *ijârah bi al-'amal*: dalam bab ini akan membahas gambaran singkat tentang Rychwater yang menggunakan jasa *brand ambassador*, sebab-sebab dan bentuk kontrak kerja *brand ambassador* Rychwater Banda Aceh, mekanisme dan opsi penyelesaian sistem kerja kontrak antara pihak Rychwater dan *brand ambassador* Rychwater Banda Aceh, tinjauan hukum islam terhadap kontrak kerja menurut akad *ijârah bi al-'amal* antara pihak Rychwater dan *brand ambassador* Rychwater Banda Aceh.

Bab empat: penutup, dalam bab empat merupakan bab yang terakhir dari kajian skripsi ini yang akan dipaparkan kesimpulan serta saran-saran yang dianggap perlu.

## BAB DUA SISTEM KONTRAK KERJA DALAM AKAD *IJĀRAH BI AL-AMAL* MENURUT FIQH MUAMALAH

### 2.1. Pengertian Sistem Kontrak

Kontrak dalam bahasa Indonesia diartikan dengan perjanjian, yang merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu *contract*, sedang dalam bahasa Arab diistilahkan dengan *'aqd*. *'Aqd* (عقد) secara lughawi diistilahkan dengan *mu'ahadah ittifa'*. Ada juga pakar bahasa yang mengartikan kontrak sebagai suatu perbuatan dan kesepakatan antara seseorang atau beberapa orang dengan seseorang atau dengan beberapa orang lainnya untuk melakukan suatu perbuatan tertentu.<sup>16</sup> Sedangkan menurut hukum Islam terminologi kontrak yang dikemukakan oleh fuqaha tentang akad yaitu:

ارتبط الايجاب بقبول على وجه مشروع يثبت اثره في محله

Artinya: *Perikatan ijab dan qabul yang ditetapkan syara' yang yang berdampak pada objeknya.*<sup>17</sup>

Dalam hukum islam kontemporer digunakan istilah “*iltizam*” untuk menyebut perikatan (*verbinten*) dan istilah “akad” untuk menyebut perjanjian (*overeenkomst*) dan bahkan untuk menyebut kontrak (*contract*). Istilah terakhir, yaitu akad, merupakan istilah tua yang sudah digunakan sejak zaman klasik sehingga sudah sangat baku. Sedangkan istilah pertama, yaitu *iltizam*, merupakan istilah baru untuk menyebut perikatan secara umum, meskipun istilah itu sendiri

---

<sup>16</sup>Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), hlm. 1

<sup>17</sup>Racmad Syafie, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), hlm. 43.



sudah tua. Semula dalam hukum Islam pra modern, istilah *iltizam* hanya dipakai untuk menunjukkan perikatan yang timbul dari kehendak sepihak saja, hanya kadang-kadang saja dipakai dalam arti perikatan yang timbul dari perjanjian.<sup>18</sup>

## 2.2. Dasar Hukum Sistem Kontrak

### 2.2.1. Landasan Hukum Islam

Pemberlakuan kontrak dalam praktek transaksi syari'ah harus tetap berlandaskan pada prinsip syari'ah. Menurut Iswahyudi A. Karim, hal-hal yang diperlukan dalam kontrak syari'ah adalah hal yang diperjanjikan dan objek transaksi harus halal menurut syari'ah, tidak terdapat ketidakjelasan (*gharar*) dalam rumusan akad maupun prestasi yang diperjanjikan, para pihak tidak menzalimi dan tidak dizalimi, transaksi harus adil, transaksi tidak mengandung unsur perjudian (*maisir*), terdapat unsur kehati-hatian, tidak membuat barang-barang yang tidak bermanfaat dalam Islam ataupun najis (*najsy*), dan tidak mengandung riba.<sup>19</sup>

Landasan sumber hukum Islam ada dua, al-Qur'an dan Hadis dan yang terhimpun dalam ijtihad. Dalam hal perikatan atau biasa disebut dengan perjanjian kontrak, dapat diketahui sumbernya sebagai berikut.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup>Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), hlm. 47.

<sup>19</sup>Gemala Dewi, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Peransuransisan Syari'ah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 206-207.

<sup>20</sup>*Ibid.*, hlm. 38.

## 1. Al-Qur'an

Sebagai salah satu sumber hukum Islam yang paling utama, sebagian besar kandungan al-Qur'an yang berkaitan dengan syariah atau hukum mengatur tentang kaidah-kaidah umum. Hal tersebut dapat dilihat dari kutipan berikut ini yang berkaitan dengan akad atau kontrak, adapun ayat-ayat tersebut sebagai berikut:

### a. Surah Al-Maidah Ayat 1.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ  
إِلَّا مَا يَتَلَبَّسَ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا  
يُرِيدُ ۝١

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”. (Q.S. Al-Maidah: 1)

Dalam ayat di atas Allah memerintahkan umat Islam sebagai hamba Allah yang beriman untuk memenuhi dan menepati setiap janji yang telah diikrarkan dan disepakati. Dengan ayat ini pula dapat diinterpretasi bahwa salah satu karakter dari orang yang beriman adalah orang yang komit melaksanakan setiap perkataan yang diucapkan sebagai janji seorang mukmin.

### b. Surah At-Taubah Ayat 4.

إِلَّا الَّذِينَ ءَاثَرُوا الْمُشْرِكِينَ ثُمَّ لَمْ يَنْقُصُوهُمْ شَيْئًا وَلَمْ  
يُظَاهِرُوا عَلَيْهِمْ أَحَدًا فَآتَمُوا إِلَيْهِمْ ءَعْدَهُمْ إِلَىٰ مُدَّتِهِمْ إِنَّ اللَّهَ  
يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ ۝٤

Artinya: “Kecuali orang-orang musyrikin yang kamu telah mengadakan perjanjian (dengan mereka) dan mereka tidak mengurangi sesuatu pun (dari isi perjanjian)mu dan tidak (pula) mereka membantu seseorang yang memusuhi kamu, maka terhadap mereka itu penuhilah janjinya sampai batas waktunya. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa”. (Q.S. At-Taubah: 4)

Berdasarkan ayat tersebut bahwa mereka yang tidak memungkiri janjinya maka perjanjian itu diteruskan sampai berakhir masa yang ditentukan dalam perjanjian itu. sesudah berakhir masa itu, maka tiada lagi perdamaian dengan orang-orang musyrikin.

## 2. Hadits

Dalam hadits ketentuan-ketentuan dalam kontrak sangat lebih terperinci dari pada al-Qur'an. Namun, perincian ini tidak terlalu mengatur hal-hal yang sangat mendetail, tetapi tetap dalam jalur kaedah-kaedah umum. Hadits tersebut antara lain.<sup>21</sup>

Dalam hadits riwayat Abu Dawud dan at-Tarmidzi:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ غَيْلَانَ حَدَّثَنَا أَبُو دَاوُدَ قَالَ أَنْبَأَنَا شُعْبَةُ قَالَ أَخْبَرَنِي أَبُو الْفَيْضِ قَالَ سَمِعْتُ سُلَيْمَ بْنَ عَامِرٍ يَقُولُ كَانَ بَيْنَ مُعَاوِيَةَ وَبَيْنَ أَهْلِ الرُّومِ عَهْدٌ وَكَانَ يَسِيرُ فِي بِلَادِهِمْ حَتَّى إِذَا انْقَضَى الْعَهْدُ أَغَارَ عَلَيْهِمْ فَإِذَا رَجُلٌ عَلَى دَابَّةٍ أَوْ عَلَى فَرَسٍ وَهُوَ يَقُولُ اللَّهُ أَكْبَرُ وَفَاءٌ لَا عَدْرٌ وَإِذَا هُوَ عَمْرُو بْنُ عَبْسَةَ فَسَأَلَهُ مُعَاوِيَةُ عَنْ ذَلِكَ فَقَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَنْ كَانَ بَيْنَهُ وَبَيْنَ قَوْمٍ عَهْدٌ فَلَا يَحُلُّنَ عَهْدًا

<sup>21</sup> Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 41.

وَلَا يَشُدُّنَّهُ حَتَّى يَمُضِيَ أَمْدُهُ أَوْ يَنْبِذَ إِلَيْهِمْ عَلَى سَوَاءٍ قَالَ فَرَجَعَ مُعَاوِيَةُ  
بِالنَّاسِ قَالَ بُرَّأ عَيْسَى هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ.

Artinya: *Telah menceritakan kepada kami Mahmud Bin Ghailan berkata, telah menceritakan kepada kami Abu Dawud ia berkata; telah memberitakan kepada kami syu'bah ia berkata telah mengabarkan kepadaku Abdul Amir berkata, "Antara Mu'awiyah dan penduduk Romawi mempunyai perjanjian. Mu'awiyah kemudian melaukan perjalanan di negri mereka, dengan harapan ketika masa perjanjian telah habis ia menyebrang negri tersebut. Namun tiba-tiba ada seorang laki-laki di atas kendaraan atau kuda saraya berkata, "Allahu Akbar, hendaklah kalian penuh perjanjian dan jangan berlaku curang." Dan ternyata laki-laki itu adalah Amru bin Abasah, Mu'awiyah menanyakan hal itu kepada Amru bin Abasah, ia menjawab, "aku mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Barang siapa di antara kalian mempunyai perjanjian dengan suatu kaum, maka jangan sekali-kali mengkhianati peranjaniannya hingga selesai masanya atau mengembalikan kepada mereka dengan cara yang baik (jujur)." Mu'awiyah kemudian pulang bersama pasukanya. Abu Isa berkata, "hadist ini derajatnya hasan shahih."*<sup>22</sup>

Dalam hadits di atas dijelaskan bahwa setiap kontrak yang sudah dibuat antara satu pihak dan pihak lain harus dilaksanakan dan ditepati secara konsisten dan dengan penuh komitmen sampai pada syarat dan ketentuan kontrak tersebut terimplementasi secara sempurna. Tidak dibolehkan suatu pihak merusak kontrak tersebut sebelum sampai pada waktu berlakunya berakhir.

Sedangkan menurut Muhammad Hasbi Ash Shiddiqy, kontrak atau perjanjian adalah perkataan antara *ijab* dan *qabul* secara yang dibenarkan syara'

<sup>22</sup> Sunan at-Tarmidzi: 1580; Sunan Abu Daud: 2795 dan Musnad Imam Ahmad di dalam Musnad Al-Kuffiyin dari hadis 'Amr Bin 'Absan. At-Tarmidzi berkata, "hadis hasan sahih." Syaikh Al-Arna'uth berkata, "dan sanadnya adalah shahih.

yang menetapkan kedua belah pihak.<sup>23</sup> Dalam hal ini menurut Yahya Harahap, kontrak adalah suatu hubungan hukum kekayaan/harta benda antara dua orang atau lebih yang memberikan kekuatan hukum pada suatu untuk memperoleh prestasi (kewajiban) dan sekaligus mewajibkan para pihak lain untuk menunaikan prestasi.<sup>24</sup>

### 2.2.2. Asas-Asas dalam Kontrak

Asas berasal dari bahasa Arab *Asasun* yang berarti dasar, basis, dan fondasi. Secara terminologi asas adalah dasar atau suatu yang menjadi tumpuan berfikir atau berpendapat.<sup>25</sup> Istilah lain yang memiliki arti yang sama dengan asas adalah prinsip yaitu dasar atau kebenaran yang menjadi pokok dasar berfikir, bertindak dan sebagainya. Menurut Faturrahman Djamil, ada enam asas yang berkaitan dengan perjanjian/kontrak, yaitu:<sup>26</sup>

a. Asas sukarela (*al-ridha*)

Dalam asas ini, dinyatakan bahwa dalam setiap transaksi yang dilakukan para pihak harus terdapat kerelaan di antara keduanya, tidak boleh terdapat unsur paksaan, penipuan, atau tekanan, dari salah satu pihak.

b. Asas kebebasan (*al-hurriyah*)

---

<sup>23</sup> Muhammad Hasbi Ash Siddiqy, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 1999), Hlm. 20.

<sup>24</sup> Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, (Bandung: Alumni, 1986), Hlm. 6.

<sup>25</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi ke-3*. (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm. 70.

<sup>26</sup> Gemala Dewi dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Ed I, Cet ke-3. (Jakarta:Kencana, 2005), hlm. 30-37.

Dalam asas ini, para pihak diberi kebebasan dalam melakukan perjanjian/kontrak, dimana bentuk dan isi perjanjian/kontraknya ditentukan dan disepakati oleh para pihak. Walaupun diberi kebebasan, namun tidak boleh terlepas dari ketentuan syariat Islam.

c. Asas persamaan dan kesetaraan (*al-musawah*)

Dalam asas ini, para pihak memiliki hak yang sama dalam melakukan perjanjian/kontrak. Dalam menentukan hak dan kewajiban masing-masing pihak, harus dilaksanakan tanpa harus menzalimi salah satu pihak.

d. Asas keadilan (*al-'adalah*)

Dalam asas ini, para pihak dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan memenuhi perjanjian/kontrak yang telah dibuat serta memenuhi seluruh kewajibannya.

e. Asas kejujuran (*al-sidq*)

Dalam asas ini, kejujuran dituntut sebagai hal yang paling utama. Karena dengan adanya kejujuran dapat menghindarkan diri dari yang namanya perselisihan di antara para pihak.

f. Asas tertulis (*al-kitâbah*)<sup>27</sup>

Dalam asas ini, disebut bahwa suatu perikatan dilakukan secara tertulis, dihadiri para saksi, dan jika perjanjian dilakukan tidak secara tunai maka hendaklah menghadirkan jaminan sebagai penguat. Dengan terpenuhinya hal-hal tersebut, maka akan menjadi alat bukti atas terjadinya suatu perjanjian/kontrak.

---

<sup>27</sup>Abdul Ghofur Ansori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jogja: Piral Media, 2006), hlm. 57-59.



Faturrahman Jamil hanya menetapkan 5 asas dalam pembuatan akad, sedangkan Abdul Gafur Ansori menyebutkan 6 asas dalam pembuatan kontrak, dia menambah satu asas lainnya sebagai tambahan asas al-kitabah, atau akad dibuat secara tertulis. Prinsip atau asas ini memang bertentangan dengan bentuk akad itu sendiri yaitu akad dapat dilakukan secara lisan, tulisan dan isyarat. Namun penetapan asas ini sebagai perwujudan urgensi dari akad tertulis sebagai kontrak perjanjian otentik yang dapat dijadikan sebagai alat pembuktian yang sah secara hukum sebagai akta otentik yang memiliki dasar legalitas yang kuat untuk menegaskan peristiwa hukum yang telah disepakati oleh para pihak.

### 2.3. Pengertian akad *Ijârah Bi al-'Amal*

Lafazh *al-ijârah* merupakan isim masdar *ajara – ya'jiru* upah mengupah atau sewa menyewa, jasa, atau imbalan,<sup>28</sup> secara bahasa lafazh *ijârah* ini mempunyai pengertian umum yang meliputi upah atas pemanfaatan suatu benda atau jasa dalam suatu kegiatan. Menurut pengertian istilah akad *ijârah* ini adalah suatu akad yang berisi pengambilan manfaat dengan jalan penggantian.<sup>29</sup> Kata *ijârah* tidak saja dibaca dengan hamzah berbaris di bawah (*kasrah*) tetapi juga dibaca dengan baris di atas (*fathah*) dan berbaris depan (*dhammah*). Namun bacaan yang paling populer yang sering dilontarkan adalah bacaan *ijarah* yang berbaris dibawah (*al-ijârah*).<sup>30</sup> Istilah *ijârah* dalam *Kamus Besar Bahasa*

<sup>28</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), hlm. 228.

<sup>29</sup> Sayyed Sabiq, *Fiqh Sunnah, Jilid III* (Beirut: Dar Al-Fikr, 1983), hlm.198.

<sup>30</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: rajawali pers, 2010) hlm. 114 .

*Indonesia* diartikan sebagai upah-mengupah dan sewa-menyewa.<sup>31</sup> Sewa-menyewa atau upah-mengupah tersebut diberikan kepada seseorang setelah bekerja sama sesuai dengan hukum Islam dalam bentuk lain, kata *ijârah* juga bisa dikatakan sebagai nama *al-ujrah* yang berarti upah atau sewa.

Dalam perkembangannya kata *ijârah* dipahami sebagai “akad pemilikan” terhadap manfaat dengan berbagai imbalan, atau akad pemilikan manfaat dengan imbalan. Sedangkan menurut Sayyed Sabiq *ijârah* adalah suatu jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian.<sup>32</sup> Hasbi Ash-Shiddiqie juga mengemukakan bahwa *ijârah* adalah akad yang objeknya adalah penukaran manfaat untuk masa tertentu, yaitu pemilikan manfaat dengan imbalan, sama dengan menjual manfaat.<sup>33</sup>

Beberapa pemikiran Islam kontemporer seperti Adiwarmanto Azwar Karim dalam bukunya yang berjudul *Bank Islam*, menyatakan bahwa pada dasarnya *ijârah* didefinisikan sebagai hak untuk memanfaatkan barang atau jasa dengan membayar imbalan tertentu.<sup>34</sup> Selain itu fatwa Dewan Syari’ah Nasional (DSN) mendefinisikan *ijârah* sebagai akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran upah atau sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.<sup>35</sup>

---

<sup>31</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi IV*, hlm. 518.

<sup>32</sup> Hasbi Ash-Siddiqi, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 1999), hlm. 12.

<sup>33</sup> *Ibid.*, hlm. 7.

<sup>34</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam; Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hlm. 137

<sup>35</sup> *Ibid.*, hlm. 138

Dari beberapa penjelasan di atas dapat diketahui bahwa transaksi *ijârah* dilandasi adanya pemindahan manfaat hak guna bukan pemindaahan kepemilikan. Pada prinsipnya *ijârah* sama dengan jual beli, perbedaannya terletak pada objek transaksi. Pada jual beli objeknya adalah barang, maka pada *ijârah* objeknya barang dan jasa. *ijârah* dapat dibedakan menjadi dua bagian. Pertama *ijârah* yang mentransaksikan manfaat harta benda yang lazim disebut persewaan. *ijârah* ini dikenal dengan *ijârah* manfaat misalnya sewa rumah, pertokoan dan lain sebagainya. Kedua *ijârah* yang mentransaksikan manfaat sumber daya manusia (SDM) yang biasanya dikenal dengan *ijârah bil al-'amal*.<sup>36</sup>

### **2.3.1. Dasar Hukum *Ijârah Bi al-'Amal***

Dalam literatur fiqh, pembahasan tentang *ijârah* dan perinciannya dalam bentuk *ijârah bi al-'amal* dan *ijârah bi al-manfa'ah* mendapatkan perhatian kalangan fuqaha, karena akad tersebut relevan untuk menjawab kebutuhan dan tuntutan masyarakat. Sebagai akad yang telah lazim diimplementasikan oleh komunitas muslim di berbagai belahan dunia, akad *ijârah* ini telah memiliki nilai legalitas yang sangat kuat dalam sistem pemerintah dan perdagangan yang didasarkan pada penalaran atau istinbat hukum dari dalil-dalil yang terperinci yang bersumber dari al-Qur'an, hadits, dan ijma'.

Setiap pekerjaan yang dilakukan secara halal, maka hukum mengontraknya juga halal. Menurut pandangan hukum Islam asal hukum *ijârah bi al-'amal* adalah mubah (boleh) bila dilaksanakan sesuai ketentuan yang telah

---

<sup>36</sup> Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada 2003), hlm. 183.

ditetapkan oleh syari'at.<sup>37</sup> Dalam Islam hendaknya gaji atau dibayarkan secepat mungkin dan sesuai dengan kesepakatannya yang telah dicapai, sikap menunda-nunda pembayaran merupakan merupakan kedhaliman. Diharamkan menunda pemberian gaji padahal mampu menunaikan tepat waktu. Adapun yang dimaksud memberikan gaji sebelum keringatnya si pekerja kering adalah ungkapan untuk menunjukan diperintahkannya untuk memberikan gaji setelah pekerjaan itu selesai ketika si pekerja meminta gaji walau keringatnya tidak kering atau keringatnya telah kering.

Berorientasi pada beberapa ayat al-Qur'an dan Hadits Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, dasar hukum *ijârah bi al-'amal* dalam konteks hukum Islam sebagaimana tetapkan dalam al-Qur'an. Adapun dalil-dalil tersebut sebagai berikut;

1. QS. at-Thalaq ayat 6. Allah berfirman:

أَسْكِنُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ سَكَنْتُمْ مِنْ وُجْدِكُمْ وَلَا تُضَارِرُوهُنَّ لِيُضَيِّقُوا عَلَيْهِنَّ  
 وَإِنْ كُنَّ أُولَاتٍ حَمَلٍ فَأَنْفِقُوا عَلَيْهِنَّ حَتَّى يَضَعْنَ حَمَلَهُنَّ فَإِنْ أَرْضَعْنَ  
 لَكُمْ فَتَأْتُوهُنَّ أَجُورَهُنَّ وَأَتَمِرُوا بِبَنَاتِكُمْ بِمَعْرُوفٍ وَإِنْ تَعَاَسَرْتُم فَسُدِّرْضِعْ  
 لَهُنَّ أُخْرَى ۖ

Artinya: “Tempatkanlah mereka (para isteri) di mana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka. Dan jika mereka (isteri-isteri yang sudah ditalaq) itu sedang hamil, maka berikanlah kepada mereka nafkahnya hingga mereka bersalin, kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak)mu untukmu maka berikanlah kepada mereka upahnya, dan

<sup>37</sup> Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, (Bogor: Kencana, 2003), Hlm. 217.

*musyawarahkanlah di antara kamu (segala sesuatu) dengan baik; dan jika kamu menemui kesulitan maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya.” (Q.S. At-Thalaq: 6)*

Q.S. At-Thalaq ayat 6 ini dijadikan dasar oleh para fuqaha sebagai landasan hukum dalam hal akad *ijârah*. Ayat di atas membolehkan seorang ibu agar anaknya disusui oleh orang lain. Ayat ini menjelaskan tentang penggunaan jasa yang diberikan oleh seorang kepada orang lain dengan syarat memberikan upah atau bayaran sebagai imbalan kepada yang memberikan jasa.

2. Hadits Nabi Muhammad shallallahu ‘alaihi wasallam yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda:

حَدَّثَنَا مُسَدَّدٌ حَدَّثَنَا يَزِيدُ بْنُ زُرَيْعٍ عَنْ خَالِدٍ عَنْ عِكْرِمَةَ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ  
رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ اخْتَجَمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَأَعْطَى الْحَجَّامَ  
أَجْرَهُ وَلَوْ عَلِمَ كَرَاهِيَةً لَمْ يُعْطِهِ.

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami; Musaddad telah menceritakan kepada kami Yazid bin Zurai’ dari Khalid dari ‘Ikrimah dari Ibnu ‘Abbas radliallahu ‘anhuma berkata; Nabi shallallahu ‘alaihi wasallam berbekam dan memperi upah tukang bekamnya. Seandainya Beliau mengetahui bahwa berbekam makruh tentu Beliau tidak memberi upah”. (H.R. Bukhari dan Muslim).<sup>38</sup>

Hadits ini menunjukkan bahwa pada masa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam transaksi akad *ijârah* yang berkenaan dengan jasa yang diberikan upahnya sudah ada. Hal ini menjadi dasar hukum terhadap transaksi akad *ijârah* pada masa sekarang ini.

<sup>38</sup> Shahih Bukhari, No. 2118.

Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam sendiri telah melakukan praktik *ijârah bi al-'amal*, yaitu menyewa seorang guna dipakai jasanya. Menunjukkan jalan ke tempat yang dituju dan beliau membayar orang yang disewanya tersebut dengan memberikan kendaraanya. Persoalan upah mengupah untuk sama-sama mengambil manfaat dari suatu pekerjaan diperbolehkan, asal setelah pekerjaan selesai dilakukan kemudian orang yang mengupah membayar imbalan yang setimpal. Artinya kerja sama dilakukan sesama menjunjung tinggi amanat kebersamaan dan menjauhi pengkhianatan.

Hadits di atas menjelaskan bahwa, dalam persoalan sewa-menyewa, terutama yang memakai jasa manusia untuk mengerjakan suatu pekerjaan, upah atau pembayaran harus segera diberikan sebelum keringatnya kering. Maksudnya, pemberian upah harus segera dan langsung tidak boleh ditunda-tunda pembayarannya. Allah juga menjelaskan kepada manusia bahwa apabila seorang telah melaksanakan kewajibanya, maka mereka berhak atas imbalan dari pekerjaan yang telah dilakukan secara halal sesuai dengan perjanjian yang telah mereka perjanjikan.

### 3. Ijma'

Di samping al-Qur'an dan sunnah, dasar hukum *ijârah* adalah *ijma'*. Umat Islam pada masa sahabat telah sepakat membolehkan akad *ijârah*. Hal ini didasarkan pada kebutuhan masyarakat terhadap manfaat *ijârah*. Sebagaimana kebutuhan barang yang riil. Dan selama akad jual beli diperbolehkan maka begitu pula dengan akad *ijârah* harus diperbolehkan juga.



Dari semua ayat dan hadis serta ijma' yang ditegaskan di atas bahwa apabila seorang telah melaksanakan kewajiban, maka mereka berhak atas imbalan dari pekerjaannya yang telah dilakukan secara halal sesuai dengan perjanjian atau kontrak yang telah mereka perjanjikan. Jelas bahwa akad *ijârah* atau menjual jasa hukumnya dibolehkan, karena akad tersebut dibutuhkan oleh masyarakat.

## **2.4. Rukun dan Syarat *Ijârah Bi al-'Amal***

### **2.4.1 Rukun *Ijârah Bi al-'Amal***

Rukun menjadi eksistensi dari suatu perbuatan yang akan diwujudkan oleh para pihak, dengan adanya rukun akan menegaskan intensitas dari suatu pekerjaan yang akan dihasilkan. Para fuqaha menyatakan bahwa rukun itu merupakan suatu yang menjadika tegaknya dan adanya sesuatu sedangkan ia bersifat internal dari sesuatu yang ditegakanya.<sup>39</sup> Selain rukun, syarat juga merupakan hal yang substansial yang perbuatanya diluar perbuatan itu sendiri. Lazimnya fuqaha mendefinisikan syarat sebagai suatu sifat yang mesti ada pada setiap rukun, tetapi tidak merupakan sesuatu hal yang esensi sebagaimana halnya pada rukun.<sup>40</sup> Dalam akad *ijârah bi al-'amal* rukunya juga termasuk ketentuan yang harus dipenuhi. Ulama Hanafiah berbeda dalam membuat kategori rukun dan pendapat mereka berbeda dengan pendapat mayoritas fuqaha. Menurut Hanafiah rukun *ijârah* hanya *ijab* dan *qabul*, yakni orang menyewa dan yang menyewakan. Sedangkan menurut kesepakatan jumhur ulama, rukun *ijârah* itu ada empat, yaitu:

<sup>39</sup> Ghufroon A. Masadi, *Fiqh Muamalah Kontektual*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002). hlm. 78.

<sup>40</sup> Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, (Jakarta: Kencana, 2012) Hlm. 82.

1. *'Aqid*, (pihak yang melakukan perjanjian atau orang yang berakad)
2. *Ma'qud 'alaih* (objek sewa/objek kerja)
3. Manfaat, baik manfaat dari suatu barang yang disewakan atau jasa dan tenaga orang yang bekerja.
4. *Sighah*, yaitu *ijab* dan *qabul*.<sup>41</sup>

*'Aqid* yaitu pihak-pihak yang melakukan perjanjian akad. Pihak yang menyewakan tenaganya disebut *mu'ajjir*, pihak yang menggunakan jasa tenaga disebut *musta'jir*. Kedua pihak yang melakukan akad disyaratkan memiliki kemampuan, yaitu berakal dan dapat membedakan (baik dan buruk). Para penganut mazhab Syafi'i dan Hanbali menambahkan satu syarat lain, yaitu *baligh*. Menurut pendapat ini akad anak kecil meski sudah *tamyiz*, tetap tidak sah jika belum *baligh*.<sup>42</sup>

Dalam kategori rukun akad ini para pihak yang memperkerjakan (*mu'ajjir*) dengan yang dipekerjakan (*musta'jir*) harus jelas karena ini terkait dengan pemanfaatan tenaga yang akan dilakukan oleh si *musta'jir*. Dalam penentuan *musta'jir* para fuqaha membedakan yang dilakukan oleh personal dengan kelompok, hal ini penting karena terkait dengan tanggung jawab. Untuk *musta'jir* yang dipekerjakan secara personal seperti tukang jahit sepatu, tukang jahit baju, pekerjaan tersebut hanya dibebani pada individu tertentu saja. Sedangkan *musta'jir* kolektif atau berkelompok yang dipekerjakan oleh seseorang atau juga bisa berkelompok maka tanggung jawab dibebankan pada kelompok tersebut.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Sayyid Abiq, *Fiqih Sunnah*, (Jakarta: Pena Publishing, 2000). Hlm. 19

<sup>42</sup> *Ibid*.

<sup>43</sup> Sayyid Abiq, *Fiqih Sunnah*, (Jakarta: Pena Publishing, 2000). Hlm. 19

*Ma'qud 'alaih* adalah objek dalam perjanjian akad *ijârah*. *Ijârah* atas manfaat (*ijârah 'ala al-manfa'ah*) atau disebut juga sewa menyewa yang menjadi objek akadnya ialah manfaat dari suatu benda tetap maupun benda bergerak. Sedangkan *ijârah* atas pekerjaan (*ijârah bi al-'amal*) atau disebut juga upah-mengupah yang menjadi objek akadnya ialah '*amal* atau pekerjaan seseorang.

Manfaat, yaitu baik manfaat dari suatu barang yang disewakan atau jasa dan tenaga dari orang yang bekerja. Manfaat yang menjadi objek akad harus manfaat yang dibolehkan menurut *syara'*. Dengan demikian tidak boleh *musta'jir* menyewa *mu'ajjir* untuk membangun tempat maksiat seperti tempat perjudian. Dalam akad *ijârah bi al-'amal* manfaat bukan sesuatu yang berasal dari barang sebagaimana dijelaskan di atas, karena dalam akad ini objek sebagai rukun akad tersebut berupa pekerjaan yang dihasilkan dari tenaga seseorang atau sekelompok orang. Dalam pekerjaan tersebut para pihak harus menyepakati objek pekerjaan sehingga tidak menimbulkan peselisihan dan konflik pada saat pekerjaan tersebut dilakukan. Dengan demikian kesesuaian dengan apa yang dikehendaki oleh pihak pengguna jasa atau tenaga itu harus ditetapi oleh pekerja dan ini tentu saja akan menguntungkan bagi kedua pihak yang berakad.

Manfaat dari pekerjaan sebagai *ma'qud alaih* semakin berkembang seiring semakin spesifik keinginan *mu'ajjir* yang memperkerjakan dan juga keahlian dari *musta'jir* itu sendiri. Misalnya tukang bangunan harus memiliki banyak keahlian seiring semakin rumitnya desain bangunan dan juga spesifikasi eksterior dan interior yang dibutuhkan oleh konsumen yang memperkerjakannya, termasuk kemampuan si pekerja menepati waktu dalam melakukan pekerjaanya.

Rukun *ijârah* yang terakhir *sighat*. Pernyataan kehendak yang lazimnya disebut *sighat*. Akad sewa dianggap sah setelah ijab dan qabul dilakukan dengan lafadz lain yang menunjukkan makna yang sama.

#### 2.4.2. Syarat *Ijârah Bi al-'Amal*

Dalam akad *ijârah* juga berlaku syarat-syarat tertentu, jika syarat-syaratnya tidak terpenuhi maka akad *ijârah bi al-'amal* tidak sah, seperti halnya dalam akad jual beli, syarat-syarat *ijârah bi al-'amal* juga terdiri atas empat jenis persyaratan, yaitu:<sup>44</sup>

- a. Syarat terjadinya akad (syarat *in'iqad*)
  - b. Syarat *nafadz* (berlangsungya akad)
  - c. Syarat sahnya akad
  - d. Syarat mengikat akad (syarat *luzum*)
- a. Syarat terjadinya akad

Syarat terjadinya akad (syarat *in'iqad*) berkaitan dengan *aqid*, akad, dan objek akad. Syarat yang berkaitan dengan *aqid* adalah berakal, dan *mumayyiz* menurut Hanafiah, dan *baligh* menurut syafi'iyah dan Hanabilah. Dengan demikian akad *ijarah* tidak sah apabila pelakunya (*mu'ajjir* dan *musta'jir*) gila atau masih di bawah umur. Menurut Malikiyah, *tamyiz* merupakan syarat sewa-menyewa dan jual beli, sedangkan *baligh* merupakan syarat untuk kelangsungan (*nafadz*). Dengan demikian apabila anak yang *mumayyiz* menyewakan dirinya

<sup>44</sup> Ahmad Wardi Muchlis, *Fiqh Muamalat*, (Banten: Amzah 2010), Hlm. 322-326.

(sebagai tenaga kerja/paksa) atau barang yang dimilikinya, maka hukum akadnya sah, tetapi untuk kelangsungan menunggu izin walinya.

b. Syarat kelangsungan akad (*nafadz*)

Untuk kelangsungan akad *ijârah* disyaratkan terpenuhinya hak milik atas wailayah (kekuasaan) apabila si pelaku (*aqid*) tidak mempunyai hak kepemilikan atau kekuasaan (wilayah) seperti akad yang dilakukan oleh Malikiyah statusnya ditangguhkan menunggu persetujuan si pemilik barang. Akan tetapi menurut Syafi'ah dan Hanabilah hukumnya batal, seperti halnya jual beli.

c. Syarat sahnya *ijârah*

Akad ijarah dinyatakan sah apabila sudah terpenuhi beberapa syarat yang berkaitan dengan 'aqid (pelaku akad), *ma'qud 'alaih* (objek), *ujrah* (upah), dan akad itu sendiri. Syarat-syarat sah tersebut diantaranya adalah:

1. Adanya persetujuan kedua belah pihak.

Persyaratan ini sama seperti dalam jual beli, berdasarkan firman Allah dalam surah an-Nisa' ayat 29 yang artinya:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝ ٢٩

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

## 2. Objek akad harus jelas

Objek akad yaitu manfaat harus jelas, agar tidak menimbulkan perselisihan. Apabila objek akad tidak jelas dan menimbulkan perselisihan maka akad *ijârah* tidak sah, karena dengan demikian, manfaat tersebut tidak dapat diserahkan, dan tujuan dari akad tidak tercapai. Kejelasan tentang objek akad *ijârah* bisa dijelaskan dengan menjelaskan objek manfaat. Penjelasan objek manfaat bisa diketahui dengan yang perintahkan. Apabila seseorang mengatakan “saya pekerjakan kamu dengan sesuatu pekerjaan”, maka akad *ijârah* tidak sah, karena ikatan kerja yang diberikan belum jelas.

Penjelasan dengan masa juga diperlukan dalam kontrak kerja, berapa lama kontrak tersebut akan berlaku berapa bulan atau tahun, pekerjaan itu akan diselesaikan. Selanjutnya jenis pekerjaan yang akan diberikan juga harus ada kejelasan yang dilakukan oleh pemberi kerja dan pekerja. Pernjelasan ini perlu agar kedua belah pihak tidak terjadi perselisihan.

## 3. Objek akad *ijârah* harus dapat dipenuhi, baik menurut hakiki, maupun syar’i.

Dalam akad *ijârah* yang menjadi objek akad haruslah yang sesuai dengan realita, bukan sesuatu yang tidak terwujud. Artinya objek akad bukan dalam hal yang tidak mungkin untuk dilakukan oleh pihak pekerja. Dengan sifat seperti ini, objek yang menjadi sasaran transaksi dapat diserahkan segala manfaatnya, atau manfaat kerja yang diperjanjikan dapat diketahui dengan jalan mengadakan pembatasan waktu atau jenis pekerjaan yang harus dilakukan.



4. Manfaat yang menjadi objek akad harus manfaat yang dibolehkan oleh *syara'*.

Manfaat dari segala sesuatu yang menjadi objek akad *ijârah* harus sesuatu yang dibolehkan (mubah), bukan sesuatu yang diharamkan. Tidak boleh pihak penyewa jasa pekerja memperkerjakan orang dalam hal yang dilarang dalam agama. Akad sewa dengan tujuan kemaksiatan hukumnya haram karena maksiat wajib ditinggalkan. Seperti meminta untuk dibangun sebuah bangunan yang nantinya dijadikan sebagai tempat perjudian. Akan tetapi yang menjadi objek dalam akad *ijârah* yaitu yang berguna dan bermanfaat baik untuk perorangan maupun masyarakat.

5. Manfaat *ma'qud 'alaihi* harus sesuai dengan tujuan dilakukannya akad *ijârah*.

Manfaat *ma'qud 'alaihi* harus sesuai dengan tujuan dilakukannya akad *ijârah*, yang bisa berlaku umum. Apabila manfaat tersebut tidak sesuai dengan tujuan dilakukannya akad *ijârah* maka *ijârah* tidak sah.

6. Upah atau imbalan yang diberikan dalam akad *ijârah* harus sesuatu yang ada nilainya.

Upah imbalan yang diberikan dalam akad *ijârah* harus sesuatu yang ada nilainya. Baik berupa uang maupun barang berharga lainnya yang sesuai dengan kebiasaan yang berlaku. Jumlah dan wujudnya harus diketahui dengan jelas dan jangka waktu pembayarannya.

## 2.5. Pendapat Fuqaha Tentang Objek Perjanjian Dalam *Ijârah Bi al-'Amal* Dan Konsekuensinya Terhadap Para Pihak

Ulama Hanafiyah mendefinisikan *ijârah* sangat ringkas yaitu akad terhadap manfaat dengan imbalan. Salah satu syarat sahnya akad adalah adanya objek akad pada waktu akad dilangsungkan. Dalam hal ini, benda konkrit (yang menghasilkan manfaat itu) yang menjadi objek akad.

Menurut Ulama Hanafiyah *ijârah* tersebut sama dengan jual beli. Hanya saja perbedaannya dengan jual beli, objek akad dalam *ijârah* adalah sesuatu yang bersifat non material. Konsekuensinya, kepemilikan pada *ijârah* juga tidak terjadi begitu akad dilakukan. Kepemilikan tersebut terjadi secara bertahap. Sejalan dengan tahapan perolehan yang diterima pihak yang memberikan upah.<sup>45</sup>

Ulama Hanafiyah secara tegas mengatakan bahwa pada hakikatnya *ijârah* adalah akad jual beli manfaat. Dalam pengertian sederhananya akad *ijârah* adalah suatu akad yang menunjukkan atas kepemilikan manfaat dengan imbalan.<sup>46</sup>

Seiring perkembangan zaman saat ini dan semakin banyaknya keterampilan ataupun keahlian yang dihasilkan oleh masyarakat dan menjadi sumber penghasilan yang sangat menjanjikan, akad *ijârah bi al-'amal* pun ikut mengalami perkembangan.

Masyarakat sekarang semakin mendalami keahlian tertentu untuk memperoleh skill yang baik sehingga mampu memanfaatkannya dengan imbalan dari hasil karya yang dihasilkan. *Ijârah bi al-'amal* ini menjadi salah satu bentuk

---

<sup>45</sup> Ibnu Hajar al-Asqalani, *Bulughul al-Maram* (terj. Abi Fadhl Ahmad), (Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 1985), hlm. 543.

<sup>46</sup> *Ibid*, hlm. 764.

transaksi yang semakin dominan dilakukan sekarang ini, seperti dalam kontrak kerja seorang *musta'jir* yang membutuhkan jasa dari *mu'ajjir*-nya hal ini dapat terjadi dimana saja, seperti dalam hal kerja sama yang dilakukan oleh sebuah merek dagang (*brand*) dengan duta mereknya (*brand ambassador*). Pekerja dalam hal ini harus siap melakukan yang diwajibkan dalam kontrak tersebut, begitu juga pihak *brand* harus memberikan upah dan fasilitas yang sesuai seperti kesepakatan dalam perjanjian *ijârah bi al-'amal*.

Pekerjaan dalam bidang ini juga membutuhkan skill dan keterampilan untuk menghasilkan kerja yang baik. Oleh karena itu setiap *musta'jir* membutuhkan *mu'ajjir* yang mampu mendeskripsikan dengan jelas jenis pekerjaan dan juga perincian pekerjaan yang ingin dicapai. Hal ini tentu saja membutuhkan perincian yang jelas dalam akad atau perjanjian yang harus disepakati para pihak.

Fuqaha sepakat mengatakan bahwa perjanjian *ijârah bi al-'amal* konsekuensi atas pekerjaan tersebut sehingga kejelasan terhadap objek pekerjaan harus dari awal. Demikian juga dengan pertanggungans resiko yang terjadi dalam penyelesaian pekerjaan itu bersifat pribadi, yaitu seorang bekerja untuk kepentingan personal *musta'jir* seperti seorang pembantu rumah tangga maka seluruh pekerjaan yang ditentukan untuk dikerjakan itu menjadi tanggung jawab pembantu rumah tangga tersebut. Hal ini sebagai komitmen dari *mu'ajjir* untuk mengemban seluruh tanggung jawab yang diberikan kepadanya sesuai dengan kesepakatan yang telah dituang dalam kontrak.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Nasrun haroen, *fiqh muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), hlm, 236.

Objek dari akad *ijârah bi al-'amal* adalah manfaat tenaga atau jasa, *ijârah bi al-'amal* bersifat suatu pekerjaan dengan cara mempekerjakan seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan. Menurut fuqaha *ijârah* ini adalah hukumnya boleh apabila jenis pekerjaan yang dilakukan itu jelas. Dalam akad *ijârah bi al-'amal* dituntut adanya kejelasan para pihak menyepakati bentuk jasa yang dilakukan, termasuk di dalamnya jenis-jenis pekerjaan bila dibutuhkan, menjelaskan masa perjanjian kerja berlangsung karena tanpa adanya kejelasan masa atau waktu tertentu maka objek pekerjaan tersebut tidak jelas, dengan demikian waktu pelaksanaan dan batas waktu pekerjaan tersebut berakhir, oleh karena itu kejelasan waktu pekerjaan menjadi salah satu persyaratan yang disepakati dalam *ma'qud 'alaih* akad *ijârah bi al-'amal*. Menurut para fuqaha kejelasan waktu dalam akad *ijârah bi al-'amal* sangat penting karena konsekuensi terhadap upah atau biaya kerja yang harus dibayar oleh pihak pengguna jasa kepada pekerjanya.<sup>48</sup>

Dari beberapa konsep yang telah dikemukakan oleh para ulama dan cendekiawan muslim dapat dipahami bahwa *ijârah bi al-'amal* merupakan suatu akad perjanjian upah-mengupah untuk pemanfaatan jasa yang harus didasari dengan adanya *job description* (deskripsi pekerjaan). Tidak dibenarkan mengupah seseorang dalam periode waktu tertentu dengan ketidakjelasan pekerjaan. Hal ini dapat menimbulkan tindakan yang dapat memberatkan pihak pekerja. Seperti yang dialami oleh pembantu rumah tangga yang seringkali harus mengerjakan apa

---

<sup>48</sup> Abizar Fatmana. W, "Analisa Sistem Pekerjaan Pemborongan Pembangunan Rumah Real Estate pada PT. Darussalam Sejahtera Property Menurut Konsep *Ijârah bi al-'Amal*" (Skripsi tidak dipublikasi), Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2016, hlm. 20-21.

saja yang diperintahkan oleh majikannya. *Job description* merupakan suatu upaya penting dalam mewujudkan kesejahteraan para pekerja. Hal ini dibutuhkan supaya seorang pekerja tidak merasa diberatkan oleh tumpukan pekerjaan yang dibebankan kepadanya. Oleh karena itu, dengan adanya *job description* tersebut permasalahan yang dihadapi oleh seorang pekerja sedikit teringankan.



**BAB TIGA**  
**SISTEM PENERAPAN KONTRAK KERJA *BRAND AMBASSADOR***  
**PRODUK RYCHWATER DALAM PERSPEKTIF *IJĀRAH BI AL-‘AMAL***

**3.1. Deskripsi Umum Rychwater dan *Brand Ambassador***

Rychwater atau juga dikenal dengan beRych21 merupakan sebuah merek air mineral produksi dari PT Tirta Darussalam Internusa. Rychwater hadir di tengah-tengah masyarakat Aceh pada tahun 2016 dan merupakan produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang asli dari Aceh. Air mineral Rychwater berasal dari sumber mata air yang alami dan terjaga di pegunungan Aceh, diproduksi langsung di pabrik yang terletak di sumber mata air alami tepatnya di Jalan Kuburan Cina no.77, Mata Ie, Aceh Besar, yang telah terkenal sebagai sumber mata air alami dan terjaga sejak dahulu.<sup>49</sup>

Sebagaimana produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) lainnya, Rychwater memiliki berbagai jenis bentuk kemasan, ada yang berukuran 220 ml (gelas), 300 ml (botol kecil), 550 ml (botol sedang). Dan pada umumnya kemasan berbentuk gelas yang paling banyak diminati masyarakat. Air mineral Rychwater ini telah dipasarkan hampir ke seluruh daerah di Aceh seperti Banda Aceh, Aceh Besar, Meulaboh, Sabang, Takengon, dan Lhokseumawe. Khususnya di wilayah Banda Aceh dan sekitarnya pihak Rychwater mendistribusikan 2000 hingga 3000 kotak perharinya, sedangkan untuk daerah lainnya sekitar 800 hingga 850 kotak perharinya. Proses pendistribusiannya dilakukan oleh *sales marketing* resmi dari Rychwater yang tersebar di setiap daerah-daerah tersebut. *Sales marketing*

---

<sup>49</sup>Hasil wawancara dengan Teuku Putra Andika, manajer operasional Rychwater pada tanggal 15 Februari 2018, Banda Aceh



tersebut mendistribusikannya langsung ke toko-toko atau konsumen resmi seperti cafe, hotel, dan rumah makan.<sup>50</sup>

Rychwater akan memperluas ekspansi pemasarannya ke beberapa wilayah di Sumatera bahkan hingga ke Jakarta dan sekitarnya sebagai produk asli unggulan daerah dengan slogannya “*Good Life Starts with Water*” yaitu Hidup kita yang baik harus diawali dengan air, Tentunya dengan Rychwater.

Air mineral Rychwater merupakan satu-satunya pabrik di Asia Tenggara yang mempergunakan mesin MSP-2000 buatan Jerman, yang mengolah air mineral dengan teknologi tinggi dengan tetap menjaga komposisi serta kandungan mineral alami yang dibutuhkan oleh tubuh kita sehari-hari.

Teknologi filtrasi dari Rychwater ini sangat menekankan kejernihan air sampai ke satuan 0.001 NTU (satuan kekeruhan). Sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan, kadar maksimal kekeruhan yang diperbolehkan untuk di konsumsi adalah 5 NTU. Jadi, semakin kecil satuan kekeruhannya (NTU) maka akan semakin jernih airnya dan bebas dari partikel padat seperti debu.

Rychwater bukanlah air mineral yang menggunakan teknologi *Reverse Osmosis* (RO). Teknologi ini sangat terkenal di kalangan masyarakat pada umumnya karena dianggap air yang murni (H<sub>2</sub>O saja) tanpa mengandung mineral apapun di dalamnya. Oleh karena itu, rasa dari air mineral yang menggunakan teknologi RO ini memiliki tekstur rasa yang cenderung pahit. Air mineral RO memang bersih dari segala partikel apapun namun juga sekaligus menghilangkan

---

<sup>50</sup>Hasil wawancara dengan Teuku Putra Andika, manajer operasional Rychwater pada tanggal 15 Februari 2018, Banda Aceh.

semua mineral yang terkandung di dalamnya yang sangat dibutuhkan oleh tubuh manusia.

Dalam proses penyulingannya, Rychwater justru mempertahankan mineral-mineral yang dibutuhkan oleh tubuh termasuk dalam hal ini seperti kadar kalsium dan magnesium yang penting bagi tubuh dan Rychwater terus menjaga dan memastikan kadarnya tetap optimal bagi tubuh manusia.

Guna mengenalkan sebuah produk ke pasar, biasanya produsen melakukan berbagai cara promosi yang dirasa ampuh untuk mengenalkan produknya. Industri bisnis terus berkembang dan persaingan begitu pesatnya. Dan promosi menjadi salah satu ujung tombak untuk mengenalkan produk terbaru dari produsen tersebut, seperti salah satu caranya adalah dengan mengenalkan satu produk unggulan yang didampingi oleh seseorang yang dipercaya dan mampu menambah nilai produk itu sendiri. Seseorang itu biasanya dikenal sebagai duta merek atau *brand ambassador*.

*Brand ambassador* adalah istilah pemasaran untuk seseorang atau grup yang dipekerjakan dengan dikontrak oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk mempromosikan suatu merek dalam bentuk produk atau jasa.<sup>51</sup> *Brand ambassador* dimaksudkan untuk mewujudkan identitas perusahaan dalam penampilan, sikap, nilai-nilai dan etika. Elemen kunci dari *brand ambassador* terletak pada kemampuan mereka untuk menggunakan strategi promosi yang akan memperkuat pelanggan dan mempengaruhi penonton untuk membeli suatu produk lebih banyak lagi.

---

<sup>51</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Duta\\_Merek](https://id.wikipedia.org/wiki/Duta_Merek) (diakses tanggal 13 April 2018)

Membanjirnya produk di pasaran menuntut produsen lebih kreatif, dan berusaha mendekatkan produknya lebih dekat ke konsumennya secara nyata. Maka *brand ambassador* dapat menjadi solusinya. Seorang *brand ambassador* harus memiliki citra positif yang kuat, punya daya magnet, dianggap perwakilan yang sebanding dengan produk yang disandangnya, juga sebagai penyambung lidah produsen.

Pada awal kemunculannya, merek Rychwater ini langsung bergerak cepat dalam meningkatkan kualitas serta kuantitas penjualan produk. Terbukti di tahun pertamanya, pihak Rychwater langsung berani menggaet seorang *brand ambassador* guna mempublikasikan serta mempromosikan produk dari merek Rychwater ini kepada masyarakat.

Pihak Rychwater memilih seorang model sekaligus artis lokal Aceh yang bernama Rahmah Noviyanti, melihat latar belakangnya sebagai seorang model tentulah sudah tidak asing dengan dunia pemotretan, apalagi dalam memasarkan dan mempromosikan produk air mineral Rychwater ini dominannya dengan media-media yang membutuhkan pemotretan seperti melalui *instagram*, baliho, *banner*, *billboard*, *flyers*, *backdrop*, spanduk, dan media-media cetak lainnya. Selain itu, Rahmah Noviyanti juga bekerja sebagai pembaca berita di InewsTV yang tentunya memiliki *public speaking* yang sangat baik, cerdas, dan memiliki wawasan yang luas. Tentulah ini merupakan alasan kuat mengapa pihak Rychwater yakin untuk menggaet Rahmah Noviyanti karena promosi yang dilakukan oleh pihak Rychwater yang sering mengadakan workshop, dan tentunya

Rahmah Noviyanti sebagai seorang *brand ambassador* Rychwater yang menjadi pembicara utamanya.<sup>52</sup>

Rahmah Noviyanti telah menjadi *brand ambassador* sejak awal kemunculan Rychwater ini yaitu pada tahun 2016 dengan durasi kontrak selama setahun. Rahmah Noviyanti dituntut untuk membantu mempromosikan produk Rychwater dan menjelaskan kelebihan-kelebihan produk Rychwater yang berbeda dengan merek air mineral lainnya kepada masyarakat Aceh khususnya. Rahmah Noviyanti merasa tertantang untuk menerima tawaran menjadi *brand ambassador* karena belum ada model-model lain yang menjadi *brand ambassador* di Aceh.<sup>53</sup>

Sebagai produsen air mineral asli Aceh, Rychwater bergerak dengan konsep yang sangat modern terutama dalam hal promosi, Rychwater menggunakan media sosial *instagram* yang sangat populer di kalangan anak muda dan masyarakat Aceh khususnya, Rahmah Noviyanti selaku *brand ambassador* dituntut untuk memposting hasil pemotretan ataupun postingan-postingan yang berhubungan dengan promosi Rychwater di akun pribadi miliknya yang memiliki lebih kurang 145.000 orang *followers* dan juga Rahmah Noviyanti dapat dikatakan seorang *selebgram* (orang yang terkenal di media sosial *instagram*) khususnya di Aceh, karena memiliki *followers* sebanyak itu, tentulah cara promosi dengan media sosial *instagram* seperti ini sangatlah tepat dan cermat. Rychwater juga menggunakan cara yang sangat jitu untuk menarik minat para anak muda seperti mengadakan perlombaan semacam sayembara di media sosial *instagram*

---

<sup>52</sup>Hasil wawancara dengan Teuku Putra Andika, manajer operasional Rychwater pada tanggal 15 Februari 2018, Banda Aceh.

<sup>53</sup>Hasil wawancara dengan Rahmah Noviyanti, *brand ambassador* Rychwater pada tanggal 2 Maret 2018, Banda Aceh

yaitu *Instagram Photo Challenge* dan *Vlog Competition*, pada perlombaan ini Rychwater mengajak masyarakat khususnya pengguna *insagram* untuk mengunggah video dan foto mereka di akun *instagram* pribadi mereka dengan berbagai macam foto-foto dan video kreatif seperti ada beberapa yang berpose sambil minum air mineral Rychwater ataupun membawa air mineral Rychwater kemanapun mereka pergi. Dengan cara seperti ini secara tidak langsung menjadikan orang yang mengikuti perlombaan ini sebagai bintang iklannya Rychwater di *instagram*, karena mereka memperkenalkan produk Rychwater ini dan memberikan testimoni-testimoni tentang keunggulan air mineral Rychwater ini pada kolom status atau *caption* yang dapat dilihat postingan mereka oleh para *followers* atau pengikut pada akun mereka masing-masing. Cara ini juga terbukti ampuh dengan banyaknya anak muda Aceh yang antusias mengikuti acara perlombaan ini dan sekaligus ajang promosi untuk memperkenalkan ke publik tentang air mineral Rychwater ini.<sup>54</sup>

Dengan adanya Rahmah Noviyanti sebagai *brand ambassador* yang di kontrak oleh pihak perusahaan Rychwater, terjadi peningkatan produksi dan permintaan oleh konsumen, secara persentase peningkatan permintaan mencapai 40 persen di banding produksi pada awal 2016.<sup>55</sup>

Selain itu Rychwater juga turut mensponsori acara-acara seperti Funwalk, Funbike, Pemilihan Agam Inong (duta wisata), Nonton bareng Euro 2016, dan

---

<sup>54</sup> Akun resmi instagram Rychwater, di akses pada tanggal 21 Maret 2018.

<sup>55</sup> Hasil wawancara dengan Teuku Putra Andika, manajer operasional Rychwater pada tanggal 15 Februari 2018, Banda Aceh.

lain sebagainya, yang bertujuan untuk terus memperkenalkan kepada publik tentang keunggulan Rychwater.

### 3.2. Sistem Penerapan Kontrak Kerja *Brand Ambassador* Rychwater

Rychwater telah menggunakan jasa *brand ambassador* ini sejak awal kemunculannya yaitu pada tahun 2016 yang bertujuan untuk mengenalkan kepada publik tentang produk air mineral Rychwater yang kandungan air mineralnya berbeda dengan air mineral merek lain. Sekaligus untuk membuat citra merek Rychwater ini terkenal karena menggunakan jasa *brand ambassador* seperti seorang Rahmah Noviyanti yang cukup terkenal khususnya di Aceh. Dengan kata lain seorang Rahmah Noviyanti dijadikan ikon produk yang mana orang melihat produk Rychwater ini merupakan minuman yang biasa Rahmah Noviyanti konsumsi, sebagaimana contohnya adalah salah seorang pemain tim nasional futsal Indonesia yaitu Syahidansyah Lubis yang menjadi *brand ambassador* dari *apparel* Puma asal Jerman. Banyak para pecinta futsal Indonesia ketika melihat sepatu futsal Puma dengan edisi terbarunya ini mengatakan bahwa ini merupakan sepatunya Syahidan dan ketika Syahidan menggunakan sepatu dengan edisi terbarunya ketika pertandingan maka secara tidak langsung Syahidan sedang memainkan perannya sebagai *brand ambassador* yang sedang mempromosikan produk tersebut. Ini merupakan alasan utama pihak merek untuk menggunakan jasa *brand ambassador* agar menjadi magnet yang kuat untuk menarik minat masyarakat terhadap suatu produk dikarenakan pengaruh *brand ambassador* yang terkenal.



Rychwater menuntut *brand ambassador* untuk tidak menggunakan produk air mineral lainnya, oleh karena itu pihak Rychwater akan memberikan stok air mineral kepada Rahmah Noviyanti agar kemanapun Ia pergi selalu membawa dan mengkonsumsi Rychwater. Jika ini masih tetap dilanggar, maka Rychwater akan memberikan peringatan tegas bahkan hingga dapat berujung ke jalur hukum.

Selain itu Rahmah Noviyanti diharuskan untuk menjaga citra baiknya di kalangan sosial bermasyarakat, dia tidak boleh terlibat ke dalam kasus-kasus hukum yang dapat merusak nama baiknya yang tentunya akan menyeret citra merek Rychwater pula karena Rahmah Noviyanti dapat dikatakan sebagai ikonnya Rychwater. Karena memang itulah tujuan adanya *brand ambassador* yang membuat masyarakat lebih mengenal produk Rychwater sebagaimana mereka mengenal Rahmah Noviyanti itu sendiri.

Pihak Rychwater memberikan tugas yang terkait dengan penjualan produk kepada Rahmah Noviyanti melalui aplikasi *instagram*, sebuah aplikasi yang di dalamnya dapat berbagi foto dan video, dan aplikasi ini sangat dimanfaatkan oleh pihak Rychwater dalam mempromosikan produknya karena hampir semua kalangan sangat akrab dengan aplikasi yang satu ini. Tidak hanya orang Aceh saja yang akan mengetahui produk Rychwater ini, tapi bisa tersebar hampir ke seluruh Indonesia bahkan hingga mancanegara. Di antara tugas Rahmah Noviyanti adalah mempromosikan produk Rychwater di *instagram* miliknya yang memiliki pengikut (*followers*) lebih kurang 145.000 orang,<sup>56</sup> biasanya Rahmah Noviyanti mengunggah foto dan video dirinya pada fitur *instastory/snapgram* (salah satu

---

<sup>56</sup>Akun resmi *instagram* Rahmah Noviyanti, di akses pada tanggal 21 Maret 2018.

fitur pada aplikasi *instagram*) dan terkadang pula mengunggah langsung di postingan akun *instagram* miliknya, Ia memperagakan layaknya sedang meminum air mineral Rychwater dan selain itu juga seperti membawa produk air mineral Rychwater kemanapun aktifitasnya sehari-hari. Sesuai perjanjiannya Rahmah Noviyanti diharuskan untuk mengunggahnya sebanyak 3 kali dalam sehari khusus pada fitur *instastory/snapgram*. Ini cukup memberatkan Rahmah Noviyanti sendiri, karena harus memikirkan kata-status atau *caption* terhadap foto dan video yang akan Ia unggah di *instagram*. Ditambah lagi kesibukannya yang cukup padat seperti kuliah, bekerja sebagai pembaca berita di InewsTV, menjadi seorang model, dan lain sebagainya.<sup>57</sup>

Dan di sisi lain ada yang menarik dari kontrak antara *brand ambassador* dengan Rychwater yang berbeda dengan kontrak pada umumnya, yaitu Rychwater membuat perjanjian bahwasanya kontrak dengan Rahmah Noviyanti tetaplah berdurasi satu tahun dan upah yang diberikan juga untuk masa kontrak satu tahun tersebut, tetapi pihak Rychwater dapat menggunakan hasil pemotretan dan segala dokumentasi dari *brand ambassador* untuk tetap bisa digunakan hingga di tahun kedua dan segala bentuk dokumentasi tersebut secara resmi telah menjadi milik Rychwater.<sup>58</sup> Di tahun kedua tersebut, *brand ambassador* bekerja secara pasif kepada Rychwater karena tidak ada lagi pekerjaan yang diberikan Rychwater kepada *brand ambassador*, namun *brand ambassador* tetap memiliki kewajiban

---

<sup>57</sup>Hasil wawancara dengan Rahmah Noviyanti, *brand ambassador* Rychwater pada tanggal 2 Maret 2018, Banda Aceh.

<sup>58</sup>Lihat Kontrak Kerja Rychwater dengan *brand ambassador*, tentang Ketentuan Umum Kerjasama (4.1)

untuk mematuhi persyaratan yang tertuang di dalam kontrak, seperti halnya *brand ambassador* tidak boleh mengonsumsi air mineral selain dari merek Rychwater dan tidak boleh menjadi *brand ambassador* untuk produk yang sejenis dengan Rychwater. Perjanjian seperti ini telah dijelaskan di dalam isi kontrak dan tidak ada indikasi bahwa Rychwater bertindak diluar isi kontrak yang telah disepakati. Hal ini pun telah disetujui oleh *brand ambassador* tanpa adanya paksaan dari pihak manapun, dan *brand ambassador* mengakui bahwa pekerjaannya menjadi *brand ambassador* hanyalah sampingan karena pekerjaan yang diberikan oleh Rychwater tidak terlalu menguras waktu dan kesibukannya.<sup>59</sup>

Dalam hal pengupahan, Rychwater tidak menerapkan sistem upah perbulan tetapi Rychwater menerapkan sistem kontrak pertahun kepada *brand ambassadornya*. Di kontrak yang pertama Rahmah Noviyanti diberikan upah sebesar Rp 10.000.000 (sepuluh juta rupiah) yang dibayar secara bertahap. Pembayaran akan dibayarkan sebesar 50% setelah penandatanganan perjanjian, kemudian diikuti 25% setelah shooting perdana, dan diselesaikan 25% lagi ketika media promosi siap tayang.<sup>60</sup> Dapat dikatakan bahwa Rahmah Noviyanti mendapatkan upah dari perusahaan Rychwater sebesar Rp 833.333 per bulan. Untuk saat ini Rahmah Noviyanti telah melanjutkan kerjasama dengan Rychwater di tahun keduanya menjadi *brand ambassador* Rychwater dengan kenaikan upah sebanyak 10% dari upah yang pernah di terima pada kontrak di tahun pertama.<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup>Hasil wawancara dengan Rahmah Noviyanti, *brand ambassador* Rychwater pada tanggal 2 Maret 2018, Banda Aceh.

<sup>60</sup>Lihat Kontrak Kerja Rychwater dengan *brand ambassador*, tentang Biaya dan Pembayaran (5.1 dan 5.2).

<sup>61</sup>Hasil wawancara dengan Rahmah Noviyanti, *brand ambassador* Rychwater pada tanggal 2 Maret 2018, Banda Aceh.

Rychwater juga memberikan upah tambahan sebesar Rp 2.000.000 (dua juta rupiah) apabila Rychwater membuat sebuah acara khusus dan *brand ambassador* dituntut untuk harus hadir sebagai pembicara dalam acara tersebut.<sup>62</sup> Upah tambahan ini akan di berikan apabila acara tersebut merupakan acara resmi Rychwater, bukan acara-acara yang disponsori oleh Rychwater seperti Funwalk, Funbike, Pemilihan Agam Inong (duta wisata), Nonton bareng Euro 2016, dan lain sebagainya. Dan pada kenyataan di lapangannya, Rychwater belum pernah membuat acara resmi seperti *launching* produk, oleh karena itu hingga kini upah tambahan itu belum pernah dirasakan oleh Rahmah Noviyanti.<sup>63</sup>

### 3.3. Tinjauan Akad *Ijârah bi al-‘amal* Terhadap Kontrak Kerja *Brand Ambassador* Rychwater

*Ijârah bi al-‘amal* sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya ialah sewa menyewa yang bersifat pekerjaan jasa, dalam artian ini bersifat pekerjaan atau jasa dengan cara memperkerjakan seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan. Dalam penelitian tentang kontrak kerja *brand ambassador* ini membahas tentang pengupahan yang diberikan Rychwater selaku pemilik produk dan hal-hal yang terkait tentang perjanjian pada kontrak kerja.

---

<sup>62</sup>Lihat Kontrak Kerja Rychwater dengan *brand ambassador*, tentang Biaya dan Pembayaran (5.5).

<sup>63</sup>Hasil wawancara dengan Rahmah Noviyanti, *brand ambassador* Rychwater pada tanggal 2 Maret 2018, Banda Aceh.

*Ijârah bi al-‘amal* memiliki rukun dan syarat yang harus dipenuhi sehingga pengupahan dan kontrak kerja tersebut dikatakan sesuai dengan prinsip akad *ijârah bi al-‘amal*. Rukun dalam akad *ijârah* meliputi:<sup>64</sup>

1. ‘*Aqid* yaitu pihak-pihak yang melakukan perjanjian akad. Pihak yang menyewakan tenaganya disebut *mu‘ajjir*, pihak yang menggunakan jasa tenaga disebut *musta‘jir*. Kedua pihak yang melakukan akad disyaratkan memiliki kemampuan, yaitu berakal dan dapat membedakan (baik dan buruk). Pada kontrak kerja tersebut telah menjalankan sesuai dengan rukun dan syarat tersebut yaitu yang berakad baik pihak Rychwater dan Rahmah Noviyanti selaku *brand ambassador* telah baligh, berakal, dan bukan anak-anak. Sehingga pada rukun dan syarat tersebut pihak Rychwater dan Rahmah Noviyanti telah melaksanakan sesuai dengan akad *ijârah bi al-‘amal*.
2. *Ma‘qud ‘alaihi* yaitu objek dalam perjanjian akad *ijârah*. *Ijârah* atas manfaat (*ijârah ‘ala al-manfa‘ah*) atau disebut juga sewa menyewa yang menjadi objek akadnya ialah manfaat dari suatu benda tetap maupun benda bergerak. Sedangkan *ijârah* atas pekerjaan (*ijârah bi al-‘amal*) atau disebut juga upah-mengupah yang menjadi objek akadnya ialah ‘*amal* atau pekerjaan seseorang. Dalam hal ini telah jelas disebutkan objek akad pada kontrak kerja Rychwater dan *brand ambassador*, baik itu dalam bentuk jenis pekerjaannya, upah yang diberikannya, persyaratan yang disepakati, hingga batas awal dan berakhirnya akad tersebut telah tertuang di dalam

---

<sup>64</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, (Jakarta: Pena Publishing, 2000). Hlm. 19

isi kontrak kerja. Dengan begitu maka pihak Rychwater dan *brand ambassador* telah memenuhi rukun ini.

3. Manfaat yaitu yaitu baik manfaat dari suatu barang yang disewakan atau jasa dan tenaga dari orang yang bekerja. Manfaat yang menjadi objek akad harus manfaat yang dibolehkan menurut *syara'*. Dalam akad *ijârah bi al-'amal* manfaat bukan sesuatu yang berasal dari barang sebagaimana dijelaskan di atas, karena dalam akad ini objek sebagai rukun akad tersebut berupa pekerjaan yang dihasilkan dari tenaga seseorang atau sekelompok orang. Dalam pekerjaan tersebut para pihak harus menyepakati objek pekerjaan sehingga tidak menimbulkan peselisihan dan konflik pada saat pekerjaan tersebut dilakukan. Dengan demikian kesesuaian dengan apa yang dikehendaki oleh pihak pengguna jasa atau tenaga itu harus ditetapi oleh pekerja dan ini tentu saja akan menguntungkan bagi kedua pihak yang berakad. Dalam hal ini pihak Rychwater dan Rahmah Noviyanti telah melakukan rukun tersebut, karena pihak Rychwater telah memberikan upah sesuai jumlah yang tertera di kontrak serta berbagai kebutuhan sehari-hari *brand ambassador* khususnya untuk air mineral. Dan *brand ambassador* pun telah melakukan pekerjaannya dalam mempromosikan Rychwater dengan baik. Selain itu Rychwater juga merasakan manfaatnya dengan kehadiran *brand ambassador* yakni



mengalami peningkatan penjualan produk dan produk air mineral Rychwater jadi lebih di kenal oleh masyarakat Aceh.<sup>65</sup>

4. *Sighah* akad yaitu adanya kesesuaian antara ijab dan kabul yang memunculkan kesepakatan antara kedua belah pihak dan dilakukan dalam satu majlis akad. Dalam hal ini pihak Rychwater dan Rahmah Noviyanti telah melaksanakan rukun tersebut sesuai dengan *ijârah bi al-‘amal* karena kedua belah pihak telah mengikat dirinya pada sebuah kontrak kerja yang telah mereka sepakati.

Untuk lebih memperjelasnya penulis menguraikan kesesuaian antara kontrak kerja tersebut dengan asas-asas kontrak dalam Islam, yaitu sebagai berikut:

- a) Asas sukarela (*al-ridha*)

Dalam asas ini, dinyatakan bahwa dalam setiap transaksi yang dilakukan para pihak harus terdapat kerelaan di antara keduanya, tidak boleh terdapat unsur paksaan, penipuan, atau tekanan, dari salah satu pihak. Dan dalam kontrak kerja antara Rychwater dengan *brand ambassador*, *brand ambassador* menyetujui kontrak tersebut dalam keadaan tidak adanya unsur keterpaksaan dan intimidasi dari pihak manapun dan atas kemauannya pribadi. Dan keinginan Rahmah Noviyanti untuk menjadi *brand ambassador* murni kehendak sendiri karena penasaran dengan pekerjaan barunya tersebut dan ingin menambah wawasannya.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup> Hasil wawancara dengan Teuku Putra Andika, manajer operasional Rychwater pada tanggal 15 Februari 2018, Banda Aceh.

<sup>66</sup> Hasil wawancara dengan Rahmah Noviyanti, *brand ambassador* Rychwater pada tanggal 2 Maret 2018, Banda Aceh.

b) Asas kebebasan (*al-hurriyah*)

Dalam asas ini, para pihak diberi kebebasan dalam melakukan perjanjian/kontrak, dimana bentuk dan isi perjanjian/kontraknya ditentukan dan disepakati oleh para pihak. Walaupun diberi kebebasan, namun tidak boleh terlepas dari ketentuan syariat Islam. Sebagaimana dalam kontrak kerja ini telah tercapainya asas kebebasan, yaitu dari pihak Rychwater yang membuat beberapa perjanjian termasuk kompesasi yang kemudian disetujui oleh pihak *brand ambassador* dengan sukarela yang dapat dibuktikan dengan tanda tangan dari *brand ambassador* secara pribadi dan dari pihak Rychwater. Selain itu walaupun adanya kebebasan dalam kontrak ini, namun sejauh ini tidak ada satu pun konten yang diperagakan oleh *brand ambassador* bertentangan dengan syariat Islam. *Brand ambassador* menggunakan pakaian-pakaian yang menutup aurat pada sesi foto ataupun video yang dilakukannya dan pihak Rychwater tidak pernah memaksa *brand ambassador* untuk berpenampilan yang membuka aurat.<sup>67</sup>

c) Asas persamaan dan kesetaraan (*al-musawah*)

Dalam asas ini, para pihak memiliki hak yang sama dalam melakukan perjanjian/kontrak. Rychwater mempekerjakan *brand ambassador* sesuai dengan tugas-tugas seorang *brand ambassador* yang terdapat didalam kontrak kerja tersebut, dan pihak Rychwater telah memenuhi kewajibannya kepada *brand ambassador* dengan memberikan upah dan kebutuhan air mineral kepada *brand ambassador*, serta Rychwater juga memberikan kompensasi tambahan kepada *brand ambassador* setiap kali diadakan pemotretan sesuai dengan perjanjian

---

<sup>67</sup> Hasil wawancara dengan Teuku Putra Andika, manajer operasional Rychwater pada tanggal 15 Februari 2018, Banda Aceh.

dalam kontrak kerja. Dan *brand ambassador* telah melakukan pekerjaan untuk mempromosikan dan mengenalkan produk Rychwater kepada masyarakat serta *brand ambassador* telah mematuhi segala persyaratan yang diberikan oleh Rychwater kepada dirinya.

d) Asas keadilan (*al-'adalah*)

Dalam asas ini, para pihak dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan memenuhi perjanjian/kontrak yang telah dibuat serta memenuhi seluruh kewajibannya. Dalam hal ini pihak perusahaan Rychwater memang telah memenuhi semua perjanjian yang ada di dalam kontrak dengan pihak *brand ambassador*, tetapi yang menjadi permasalahannya disini adalah bentuk kontrak kerja perusahaan Rychwater termasuk kontrak kerja yang zalim karena isi di dalam kontrak kerja tersebut terdapat perjanjian pada poin 4.1 tentang ketentuan umum kerjasama.<sup>68</sup> Bahwasanya pihak Rychwater berhak menggunakan hasil foto dan video selama jangka waktu maksimal 2 tahun setelah masa berlaku perjanjian, artinya hasil foto dan video tersebut dapat dipakai selama masa 2 tahun sedangkan pihak *brand ambassador* hanya mendapat upah dalam masa 1 tahun. Seharusnya pihak Rychwater memberikan royalti kepada *brand ambassador* karena telah menggunakan hasil dokumentasi tersebut dan *brand ambassador* tetap dituntut untuk mematuhi persyaratan dalam kontrak kerja tersebut.

---

<sup>68</sup> Lihat Kontrak Kerja Rychwater dengan *brand ambassador*, tentang Ketentuan Umum Kerjasama (4.1)

e) Asas kejujuran (*al-sidq*)

Dalam asas ini, kejujuran dituntun sebagai hal yang paling utama. Karena dengan adanya kejujuran dapat menghindarkan diri dari yang namanya perselisihan di antara para pihak. Pihak Rychwater membuat kontrak kerja ini dengan sangat transparan, semua persyaratan yang dibebankan kepada *brand ambassador* semuanya telah tertulis di dalam isi kontrak kerja tersebut. Terkait masalah upah yang diberikan juga telah jelas tertulis di dalam isi kontak baik berupa total nominal upah yang *brand ambassador* dapatkan pertahun, tahapan upah yang diberikan, hingga kompensasi-kompensasi tambahan lainnya.<sup>69</sup> Dan sejauh ini *brand ambassador* belum pernah melakukan wanprestasi terhadap perjanjian kontrak kerja dengan Rychwater, jika *brand ambassador* berhalangan maka disampaikan secara terbuka kepada manajer operasional Rychwater. Pihak Rychwater juga mengetahui bahwa *brand ambassador* memiliki banyak kesibukan selain menjadi seorang *brand ambassador* Rychwater, seperti menjadi pembaca berita atau *news anchor* di InewsTV Aceh dan beberapa kegiatan *modelling* lainnya.<sup>70</sup>

f) Asas tertulis (*al-kitabah*)

Dalam asas ini, disebut bahwa suatu perikatan dilakukan secara tertulis, dihadiri para saksi, dan jika perjanjian dilakukan tidak secara tunai maka hendaklah menghadirkan jaminan sebagai penguat. Dalam perjanjian ini telah jelaslah bentuk tertulis dari perjanjian yaitu berupa kontrak kerja yang telah di

<sup>69</sup>Lihat Kontrak Kerja Rychwater dengan *brand ambassador*, tentang Biaya dan Pembayaran.

<sup>70</sup>Hasil wawancara dengan Rahmah Noviyanti, *brand ambassador* Rychwater pada tanggal 2 Maret 2018, Banda Aceh.

tanda tangani oleh kedua pihak yang bersangkutan dan dibubuhi materai. Dalam hal ini, pihak *brand ambassador* telah menjaminkan dirinya untuk bekerja kepada pihak Rychwater dan patuh terhadap persyaratan-persyaratan yang telah disepakati oleh kedua pihak. Serta Rychwater telah menjamin *brand ambassador* selaku pekerjanya dengan memberikan upah 50% dari total upah yang diberikan pertahun setelah penandatanganan kontrak.<sup>71</sup>



---

<sup>71</sup>Lihat Kontrak Kerja Rychwater dengan *brand ambassador*, tentang Biaya dan Pembayaran (5.2)

## BAB EMPAT PENUTUP

### 4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan dalam bab-bab sebelumnya, maka dalam bab penutup ini penulis akan merangkum beberapa kesimpulan yang dirincikan sebagai berikut:

- 4.1.1. *Brand ambassador* dikontrak oleh Rychwater dengan durasi kontrak kerja selama satu tahun. Rychwater tidak menerapkan sistem upah perbulan tetapi Rychwater menerapkan sistem kontrak pertahun kepada *brand ambassador*. Pada kontrak yang pertama *brand ambassador* diberikan upah sebesar Rp 10.000.000 (sepuluh juta rupiah) yang dibayar secara bertahap. Rychwater juga memberikan upah tambahan sebesar Rp 2.000.000 (dua juta rupiah) apabila Rychwater membuat sebuah acara khusus dan *brand ambassador* dituntut untuk hadir sebagai pembicara dalam acara tersebut. Rychwater juga menuntut *brand ambassador* untuk tidak menggunakan produk air mineral lainnya. *Brand ambassador* berkewajiban mengikuti sesi foto dan pembuatan video bersama Rychwater, *brand ambassador* berkewajiban untuk menghadiri setiap rangkaian acara Rychwater, *brand ambassador* yang akan menjadi pembicara utama dalam memaparkan keunggulan produk, dan juga berkewajiban untuk mengupload sesuatu yang bersifat promosi produk Rychwater di akun



media sosial milik *brand ambassador* sebanyak tiga kali postingan dalam seminggu.

- 4.1.2. Tinjauan hukum akad *ijârah bi al-'amal* pada kontrak kerja *brand ambassador* dan Rychwater tersebut tidak sesuai dengan akad *ijârah bi al-'amal*, karena salah satu asas-asas atau prinsip kontrak dalam Islam tidak terpenuhi yaitu asas keadilan (*al-'adalah*) dan termasuk kontrak yang zalim karena tidak berlaku adil dalam pemakaian hasil pekerjaan *brand ambassador* lebih dari jangka waktu pengupahan *brand ambassador*. Walaupun pihak *brand ambassador* menerima dan tidak merasa terzalimi, namun pada hakikatnya kontrak kerja tersebut tetaplah tidak sesuai dengan akad *ijârah bi al-'amal*.

#### 4.2. Saran-saran

Ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan pada tulisan karya ilmiah ini, yaitu:

- 4.2.1. Berdasarkan hasil penelitian ini penulis mengharapkan Rychwater untuk bertidak lebih adil kepada *brand ambassador* dalam hal penggunaan hasil dokumentasi diluar masa kontrak yang diupahkan, sebaiknya pihak Rychwater menggunakan hasil dokumentasi *brand ambassador* tersebut sesuai dengan masa waktu yang diupahkan atau pihak Rychwater dapat memberikan royalti kepada *brand ambassador* apabila tetap menggunakan hasil dokumentasi tersebut pada tahun

kedua karena pihak Rychwater masih tetap menggunakan hasil foto dan video *brand ambassador*.

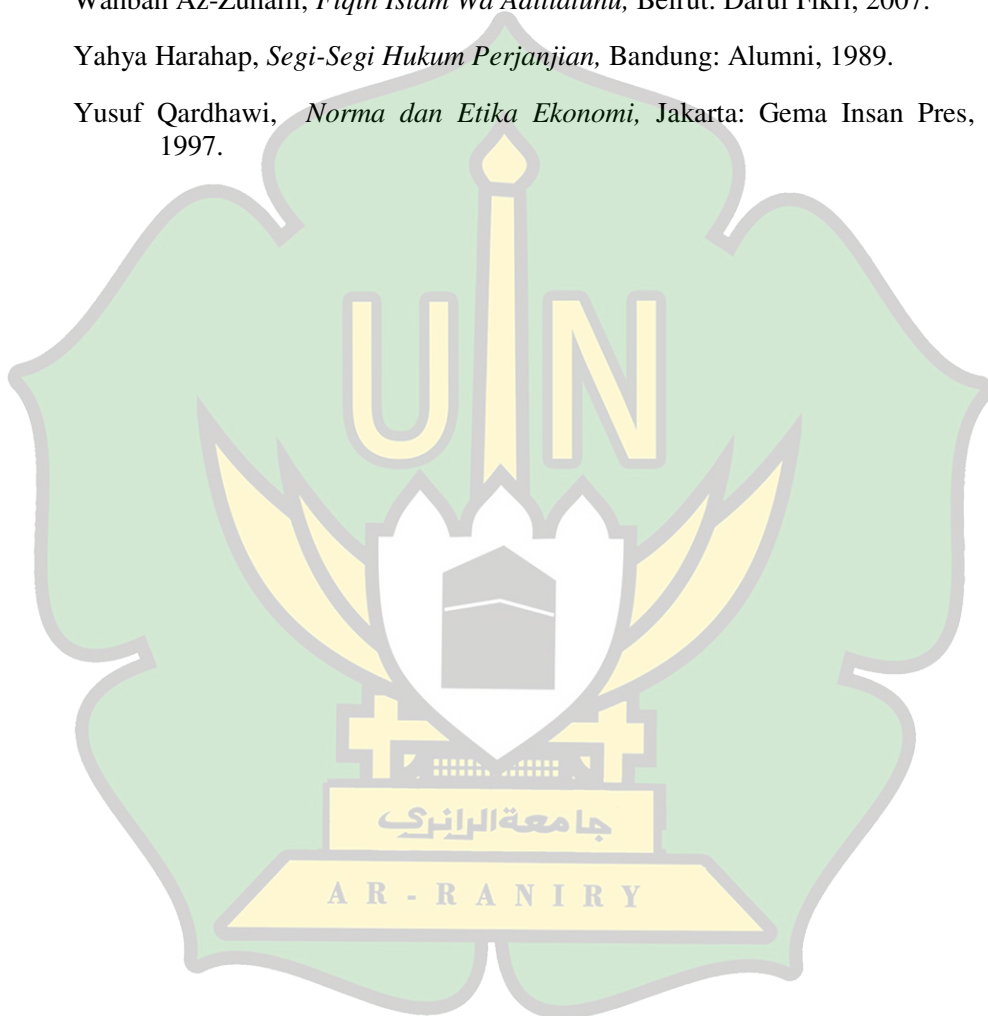
4.2.2. Diharapkan kepada *brand ambassador* untuk lebih cermat dan teliti lagi dalam menyetujui kontrak kerja tersebut, serta seorang *brand ambassador* harusnya memiliki edukasi tentang jasa *brand ambassador* tersebut sebelum menandatangani kontrak, apalagi ini merupakan pengalaman pertamanya berhadapan dengan kontrak kerja pada bidang promosi dan pemasaran. Selain itu juga *brand ambassador* seharusnya dapat melakukan negosiasi terhadap kontrak kerja tersebut supaya terciptanya kerelaan dan keadilan yang membuat kedua pihak merasa puas dan tidak hanya bersikap pasrah ketika disodorkan kontrak kerja.

4.2.3. Untuk mewadahi artis-artis atau bintang iklan ini diperlukan sebuah agensi yang memegang peranan penting terutama dalam urusan kontrak kerja. Peranan agensi adalah untuk menjaga kliennya (*brand ambassador*) supaya terhindar dari kecurangan-kecurangan yang akan mungkin terjadi pada kontrak kerja yang dapat menzalimi *brand ambassador* dan agensi bersama *brand ambassador* berhak untuk melakukan negosiasi kontrak. Dengan adanya agensi ini juga memudahkan pihak merek dalam mencari seorang artis yang cocok untuk produk yang akan di promosikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur Ansori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, Jogja: Piral Media, 2006.
- Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perfektif Kewenangan Peradilan Agama*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Abizar Fatmana, *Analisa Sistem Pekerjaan Pemborongan Pembangunan Rumah Real Estate pada PT. Darussalam Seujahtera Property menurut Konsep Ijarah bi al-'Amal (skripsi tidak dipublikasi)*, Banda Aceh: Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, 2016.
- Adiwarman A.Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Ahmad Wardi Muchlis, *Fiqh Muamalat*, Banten: Amzah, 2010.
- Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, Bogor: Kencana, 2003.
- Chairuman Pasaribu & Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2004.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi ke-3*, Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Gemala Dewi, *Aspek-Aspek Hukum dalam Perbankan dan Peransuransian Syari'ah di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Ghufroon A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Hasbi Ash-Siddieqi, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 1999.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000.
- Ibnu Hajar al-Asqalani, *Bulughul al-Maram (terj. Abi Fadhlul Ahmad)*, Semarang: PT Karya Toha Putra Semarang, 1985.
- Muhammad Hasbi Ash-Siddiqy, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 1999.
- Muhammad Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.
- Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.

- Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Medika Pratama, 2007.
- Rachmad Syafie, *Fiqh Muamalah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2001.
- Sayyid Abid, *Fiqh Sunnah*, Jakarta: Pena Publishing, 2000.
- Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah (Terj: Asep Sobari, Sofwan Abbas, Muhil Dhofir, Amir Hamzah)*, Jakarta: Al-Itishom, 2008.
- Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Beirut: Darul Fikri, 2007.
- Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Bandung: Alumni, 1989.
- Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi*, Jakarta: Gema Insan Pres, 1997.





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**  
Jl. SyekhAbdurRaufKopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7557442 Email : fsh@ar-raniry.ac.id

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**  
**UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**  
Nomor: 1956 /Un.08/FSH/PP.00.9/06/2017

**T E N T A N G**

**PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA**

**DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan KKU Skripsi pada Fakultas Syariah dan Hukum, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing KKU Skripsi tersebut;  
b. Bahwa Yang namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing KKU Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Operasional Pendidikan;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
6. Peraturan Presiden Nomor 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri IAIN Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri;  
7. Keputusan Menteri Agama 492 Tahun 2003 tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS di lingkungan Departemen Agama RI;  
8. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;  
10. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015 tentang Pemberi Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur Program Pasca Sarjana dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

**M E M U T U S K A N**

- Menetapkan** :  
**Pertama** : Menunjuk Saudara ( ) :  
a. Saifuddin Sa'dan M.Ag Sebagai Pembimbing I  
b. Faisal Fauzan, S.E., M.Si, Ak., CA Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing KKU Skripsi Mahasiswa ( ) :

**N a m a** : Raisul Fadhlah  
**N I M** : 121310065  
**Prodi** : HES  
**J u d u l** : Analisis Akad Ijarah Bil 'Amal Terhadap Kontrak Kerja Brand Ambassador (Studi Kasus Rychwater Kota Banda Aceh)

- Kedua** : Kepada pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- Ketiga** : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2017;
- Keempat** : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
Pada Tanggal : 12 Juni 2017

D e k a n

Saifuddin

- Tembusan :**
1. Rektor UIN Ar-Raniry;
  2. Ketua Prodi HES;
  3. Mahasiswa yang bersangkutan;
  4. Arsip.





**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**  
**BANDA ACEH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp./Fax. 0651-7557442 Email: fsh@ar-raniry.ac.id

Nomor : 3795/Un.08/FSH.I/11/2017  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Kesediaan Memberi Data

28 November 2017

Kepada Yth.  
1. Pihak Perusahaan Rychwater  
2. Brand Ambassador Rychwatwer

Assalamu'alaikum Wr.Wb  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Raisul Fadhla  
NIM : 121310065  
Prodi / Semester : Hukum Ekonomi Syariah / IX (Sembilan)  
Alamat : Jl. T. Hasan Dek No.106 Gp. Beurawe, Banda Aceh

adalah benar mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh terdaftar pada Semester Ganjil Tahun Akademik 2017/2018. dan sedang menyusun Skripsi yang berjudul "**Analisis Akad Ijarah Bi Al-'Amal Terhadap Kontrak Kerja Brand Ambassador (Studi Kasus Rychwater Kota Banda Aceh)**", maka kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat memberikan data-data serta penjelasan seperlunya yang berhubungan dengan Judul tersebut diatas.

Demikian, atas bantuan dan kerja sama yang baik kami haturkan terimakasih.



Assalam  
Dekan  
Wakil Dekan I.

Ridwan Nurdin 4

AR - RANIRY



## DAFTAR PERTANYAAN DENGAN PIHAK RYCHWATER

1. Bagaimana awal mula berdirinya Rychwater ini?
2. Dimana lokasi Rychwater ini ?
3. Teknologi apa yang digunakan Rychwater dalam proses penyulingan?
4. Dalam bentuk kemasan apa saja produk dari Rychwater?
5. Kemasan apa yang paling banyak diminati konsumen Rychwater?
6. Bagaimanakah proses pendistribusiannya?
7. Ke daerah mana saja di distribusikan?
8. Dalam sehari kira-kira berapa kotak yang di distribusikan ke daerah-daerah tersebut?
9. Apakah Rychwater ada bekerja sama dengan pihak hotel, restoran, atau cafe?
10. Bagaimana upaya promosi yang dilakukan Rychwater untuk meningkatkan penjualan produk?
11. Apa alasan Rychwater menggunakan jasa *brand ambassador*?
12. Apa alasan Rychwater memilih Novi sebagai *brand ambassador*?
13. Sudah berapa lama kerjasama antara Novi dan Rychwater?
14. Apakah ada peningkatan penjualan selama Novi menjadi *brand ambassador*?
15. Apakah pihak Rychwater merasa puas terhadap kinerja dari Novi selaku *brand ambassador*?
16. Apakah ada persyaratan khusus bagi Novi selaku *brand ambassador*?

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

### DAFTAR PERTANYAAN DENGAN *BRAND AMBASSADOR*

1. Apa yang membuat Novi tertarik menjadi seorang *brand ambassador* di Rychwater?
2. Selama menjadi seorang *brand ambassador*, apakah pernah mengganggu jadwal kuliah Novi dengan rangkaian tugas yang dibuat oleh Rychwater?
3. Apakah Rychwater menggaet Novi melalui agensi atau secara pribadi?
4. Sudah berapa lama Novi kerjasama dengan Rychwater?
5. Pada kontrak yang pertama dan kedua, durasi kontraknya itu dari kapan hingga kapan?
6. Mengapa pihak Rychwater tidak langsung memperpanjang kontrak ketika durasinya telah habis atau dengan kata lain kenapa ada masa jeda kontrak disitu?
7. Apakah Rychwater masih menggunakan hasil kerja Novi seperti hasil foto ketika masa kontrak telah habis? Apakah Novi mengizinkan begitu saja?
8. Kinerja apa saja yang Novi berikan selama berkerjasama dengan Rychwater?
9. Keuntungan apa saja yang telah Novi peroleh setelah menjadi *brand ambassador*?
10. Sebelum menandatangani perjanjian dengan Rychwater, apakah Novi sudah mengetahui aturan dan resiko menjadi seorang *brand ambassador*?
11. Apakah ada aturan khusus bagi Novi yang diberikan Rychwater?
12. Selama Novi menjadi *brand ambassador*, apakah kegiatan *endorsement* menjadi berkurang?
13. Apakah ruang gerak Novi di kalangan masyarakat menjadi terbatas selama menjadi *brand ambassador*?
14. Dari perjanjian antara Novi dan Rychwater, apakah perjanjian itu sesuai dengan yang Novi terima dan Novi lakukan kepada Rychwater?
15. Apakah Novi pernah melakukan kegiatan ke luar kota bersama Rychwater? Dan bagaimana perjanjiannya?
16. Pada acara apa saja yang Novi hadir selama menjadi *brand ambassador* Rychwater?
17. Apakah ada kritikan dan masukan dari Novi terhadap kontrak kerja bagi *brand ambassador* yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kontrak kerja bagi *brand ambassador* itu sendiri?

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama Lengkap : Raisul Fadhla  
Tempat /Tgl. Lahir : Banda Aceh, 4 Agustus 1995  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Pekerjaan /NIM : Mahasiswa/121310065  
Agama : Islam  
Kebangsaan /Suku : Indonesia /Aceh  
Status : Belum Kawin  
Alamat : Beurawe, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh

### Nama Orang Tua

Ayah : Munir Raden  
Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil  
Ibu : Meutia  
Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil  
Alamat : Beurawe, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh

### Pendidikan

Sekolah Dasar : MIN MODEL BANDA ACEH 2007  
SLTP : MTsN MODEL BANDA ACEH 2010  
SMU : SMAN 3 BANDA ACEH 2013  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Fakultas Syari'ah dan Hukum,  
Prodi Hukum Ekonomi Syariah

AR - RANIRY

Banda Aceh, 17 Juli 2018

Raisul Fadhla  
121310065