

## Tinjauan Hukum Islam Dalam Mengatur *Marketing Fee* Pada Kegiatan Promosi Pada Radio Di Pt. Radio Start Sراسي Swara 102.6 Fm Panyabungan

Nurfaisah

UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

[Nurfaisab0402@gmail.com](mailto:Nurfaisab0402@gmail.com)

**Abstrak:** Salah satu cara untuk meningkatkan usaha atau bisnis ialah melalui kegiatan promosi. Kegiatan promosi dapat dilakukan melalui media radio. Seperti PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 FM Panyabungan menawarkan jasa promosi kepada klien atau sebaliknya klien yang mendatangi kantor radio untuk mengadakan kontrak iklan. Pembuatan jasa promosi di radio dalam melakukan pembayaran harus dilakukan tiap awal bulan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, tapi pada kenyataannya banyak klien yang membayar di akhir, tengah maupun melakukan pembayaran secara angsur. Dari masalah tersebut, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam bagaimana pembayaran *marketing fee* pada kegiatan promosi yang ada pada PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 FM Panyabungan, dan apakah kegiatan promosi tersebut sesuai dengan tinjauan hukum islam yang ada.

Penulis menggunakan jenis penelitian lapangan atau field research yaitu melakukan penelitian secara langsung yang bertempat dan mencari sumber-sumber di lapangan. Adapun teknik yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data adalah observasi atau pengamatan langsung mengenai proses terhadap objek penelitian yang akan diteliti kemudian wawancara yang dilakukan pada Direksi, Tim Marketing, Klien dan pengumpulan beberapa dokumen terkait yang dapat digunakan untuk membantu proses penelitian dan penyusunan skripsi. Pendekatan yang penulis lakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu peneliti akan mendapatkan hasil berupa data deskriptif dalam bentuk lisan orang-orang, kemudian penulis uraikan dengan menggunakan bahasa penulis agar lebih bisa dipahami oleh pembaca.

Setelah peneliti melakukan penelitian dan analisis dapat diambil kesimpulan bahwa Pembayaran *Marketing Fee* di PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 Fm Panyabungan, dilakukan di awal bulan atau sesuai kontrak yang berlaku dan telah disepakati oleh kedua belah pihak. Jasa iklan di Radio Start Sراسي Swara 102.6 Fm Panyabungan sudah memenuhi syarat pertama dan kedua, yaitu orang yang berakad dan sighthat akad, sedangkan untuk syarat ketiga yaitu upah menurut peneliti belum memenuhi syarat karena pada kenyataannya pembayaran yang terlambat, melanggar dari syarat *ijarah* yang sudah ditetapkan dalam hukum islam.

**Kata Kunci :** Promosi, Marketing, Ijarah, Hukum Islam.

**Abstract:** One way to improve your business is through promotional activities. Promotional activities can be carried out through radio media. Like PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 FM Panyabungan offers promotional services to clients or vice versa clients who come to the radio office to enter into advertising contracts. Providing promotional services on radio in making payments must be done at the beginning of each month in accordance with applicable regulations, but in reality many clients pay at the end, in the middle or make payments in installments. Based on this problem, the author is interested in researching more deeply how marketing fees are paid for promotional activities at PT.

*Radio Start Sراسي Swara 102.6 FM Panyabungan, and whether these promotional activities are in accordance with existing Islamic law reviews.*

*The author uses a type of field research, namely conducting research directly at a location and looking for sources in the field. The technique that the author uses in collecting data is observation or direct observation regarding the process of the research object to be studied, then interviews conducted with the Directors, Marketing Team, Clients and collecting several related documents that can be used to help the research process and thesis preparation. The approach that the author takes in this research is a qualitative approach, namely the researcher will get results in the form of descriptive data in the form of people's speech, then the author describes it using the author's language so that it can be better understood by readers.*

*After researchers have conducted research and analysis, it can be concluded that Marketing Fee Payments at PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 Fm Panyabungan, carried out at the beginning of the month or according to the applicable contract and agreed upon by both parties. Advertising services on Radio Start Sراسي Swara 102.6 Fm Panyabungan have fulfilled the first and second requirements, namely the person who entered into the contract and agreed to the contract, while for the third requirement, namely the salary, according to the researcher, it has not met the requirements because in reality the payment is late, violating the ijarah conditions that have been determined in Islamic law.*

**Keywords :** *Promotion, Marketing, Ijarah, Islamic Law.*

## **A. Pendahuluan**

Islam mendorong umatnya untuk bekerja dan memproduksi, bahkan menjadikannya sebagai sebuah kewajiban terhadap orang-orang yang mampu, lebih dari itu Allah SWT akan memberi balasan yang setimpal yang sesuai dengan amal/kerja sesuai dengan Firman Allah SWT didalam Bisnis merupakan salah satu aktivitas utama dalam ekonomi yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, baik dalam perspektif konvensional maupun Islam. Dalam Islam, bisnis disebut dengan beberapa terma, salah satunya adalah "tjarah" yang berarti perdagangan (Yusanto & Karebet, 2010, hlm. 24).<sup>1</sup> Pengertian bisnis dalam Islam juga menekankan pada batasan yang ketat terkait cara memperoleh dan menggunakan harta, dimana harus sesuai dengan ketentuan halal dan haram.<sup>2</sup>

Seiring dengan perkembangan teknologi dan media, radio menjadi salah satu platform promosi yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa mereka. Sebagai contoh, PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 FM Panyabungan menawarkan berbagai jenis layanan iklan, seperti Loose Spot, Sponsor Program, dan Siaran Langsung (Manajer PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 FM Panyabungan, wawancara, 15 September 2024). Salah satu isu penting dalam promosi radio ini adalah sistem pembayaran *marketing fee* yang sering kali mengalami keterlambatan, meskipun dalam kontrak jelas dinyatakan bahwa pembayaran

---

<sup>1</sup> Yusanto, Muhamad & Karebet, Ihsan. *Bisnis Islam dalam Perspektif Syariah*. (Jakarta: Mizan, 2010), hal. 35

<sup>2</sup> Yusanto, Muhamad & Karebet, hal. 35.

harus dilakukan sebelum masa promosi dimulai (Kontrak Iklan PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 FM Panyabungan, 2024, pasal 2 ayat 3).

Dalam tinjauan hukum Islam, keterlambatan pembayaran ini bisa menjadi masalah karena mengandung unsur gharar (ketidakpastian), yang dilarang dalam Muamalah (Purnama, 2021, hlm. 45). Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih dalam bagaimana pelaksanaan pembayaran *marketing fee* ini sesuai atau tidak dengan prinsip-prinsip hukum Islam (Al-Qur'an, Surah Al-Baqarah, ayat 282).

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan bagaimana sistem pembayaran marketing fee dalam kegiatan promosi di PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 FM Panyabungan dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap pembayaran marketing fee tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis sistem pembayaran marketing fee pada kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 FM Panyabungan dan Mengkaji mekanisme pembayaran tersebut dari perspektif hukum Islam, khususnya terkait dengan akad ijarah dalam muamalah.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian tentang hukum bisnis Islam, khususnya dalam konteks promosi dan pembayaran marketing fee. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada PT. Radio Start Sراسي Swara dan pelaku bisnis lain dalam mengimplementasikan sistem promosi yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga tercipta transaksi yang lebih adil, transparan, dan sesuai dengan ketentuan Islam.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena pembayaran marketing fee pada kegiatan promosi di PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 FM Panyabungan dalam konteks hukum Islam. Metode ini dipilih karena bersifat eksploratif, bertujuan untuk menggali dan memahami lebih dalam aspek-aspek yang terjadi di lapangan.<sup>3</sup>

Penelitian ini termasuk dalam jenis studi kasus, di mana kasus khusus yang diangkat adalah pembayaran marketing fee dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Radio Start

---

<sup>3</sup> Creswell, J. W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (SAGE Publications.2014)

Srasi Swara 102.6 FM Panyabungan. Studi kasus digunakan karena penelitian berfokus pada satu organisasi dengan fenomena khusus.<sup>4</sup>

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Radio Start Srasi Swara 102.6 FM Panyabungan yang berlokasi di Jalan AMD Lama, Kelurahan Kota Siantar, Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara. Waktu penelitian dimulai dari bulan Januari 2024 hingga April 2024.

Sumber data penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu: Data Primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak-pihak yang terkait dalam proses pembayaran marketing fee di PT. Radio Start Srasi Swara 102.6 FM Panyabungan, termasuk pengelola radio dan klien yang melakukan pemasangan iklan.<sup>5</sup> Data Sekunder yang diperoleh dari dokumen, laporan, dan catatan kontrak yang berhubungan dengan promosi di radio, serta referensi dari kitab-kitab fikih dan literatur hukum Islam yang relevan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pihak manajemen PT. Radio Start Srasi Swara 102.6 FM Panyabungan serta klien yang menggunakan jasa promosi. Metode ini memungkinkan pengumpulan data yang lebih dalam terkait dengan proses pembayaran marketing fee.<sup>6</sup> Observasi: Peneliti melakukan observasi langsung terhadap proses administrasi dan operasional pemasangan iklan di radio. Dokumentasi: Pengumpulan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan pembayaran marketing fee, seperti kontrak, invoice, dan laporan keuangan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis tematik. Analisis ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi tema-tema utama dari data yang terkumpul, kemudian dikaitkan dengan prinsip-prinsip hukum Islam, khususnya dalam hal transaksi bisnis dan muamalah.<sup>7</sup> Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu mereduksi data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga menjadi lebih focus dan menyajikan data yang telah direduksi dalam bentuk narasi deskriptif beserta menarik kesimpulan berdasarkan temuan-temuan yang telah dianalisis serta merujuk pada hukum Islam.

---

<sup>4</sup> Yin, R. K. *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. (SAGE Publications. 2018)

<sup>5</sup> Miles, M. B., & Huberman, A. M. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. (SAGE. Publications.1994)

<sup>6</sup> Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. SAGE. (2009)

<sup>7</sup> Braun, V., & Clarke, V. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), (2006). 77-101.

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji melalui triangulasi sumber dengan membandingkan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, member check juga dilakukan dengan memberikan kesempatan kepada informan untuk memverifikasi hasil wawancara.<sup>8</sup>

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Marketing

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta jasa (Kotler & Armstrong, 2008).<sup>9</sup> Menurut William J. Stanton (1984), pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis yang mencakup perencanaan, penetapan harga, promosi, distribusi, dan pemuasan konsumen. Tujuan utama pemasaran adalah untuk menarik pelanggan baru dengan menciptakan produk sesuai keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada melalui kepuasan berkelanjutan (American Marketing Association, 2007).

#### 1. Marketing dalam Islam

Pemasaran syariah adalah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada stakeholders, sesuai dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam.<sup>10</sup> Mahabub Alom dan Shariful Haque (2011) menekankan bahwa pemasaran Islam berfokus pada pemenuhan kebutuhan dengan produk dan jasa halal, untuk kesejahteraan kedua belah pihak.

#### 2. Karakteristik Marketing Syariah

Marketing syariah memiliki empat karakteristik utama:

- Teistis (rabbaniyah): Mengedepankan nilai-nilai religius yang menekankan keadilan (Husnain, 2008).
- Etis (akhlaqiyah): Fokus pada moral dan etika dalam semua aktivitas pemasaran (Abuznaid, 2009).
- Realistis (al-waqi'yyah): Fleksibel dan profesional dalam penampilan, tanpa menghilangkan nilai religius (Saeed et al., 2010).

---

<sup>8</sup> Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (. *Naturalistic Inquiry*. SAGE. 1985)

<sup>9</sup> Kotler, P., & Armstrong, G.). *Principles of Marketing*. 12th Edition. (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education. 2008)

<sup>10</sup> Kertajaya, H., & Sula, M. *Pemasaran Syariah: Konsep dan Implementasi*. (Jakarta: Penerbit Salemba Empat. 2009)

- Humanistis (al-insaniyyah): Mempertahankan aspek kemanusiaan dan mencegah keserakahan (Yusuf Qhardawi, 2001).<sup>11</sup>

### 3. Prinsip-prinsip Marketing Syariah

Pemasaran syariah berlandaskan pada kebutuhan, keinginan, dan nilai. Seluruh aktivitas pemasaran harus mematuhi hukum Islam (Saeed, Ahmed & Mukhtar, 2010). Dalam pandangan Islam, setiap transaksi bisnis adalah bagian dari ibadah dan akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah (Mahabub Alom & Shariful Haque, 2011).

### 4. Promosi dalam Marketing

Promosi adalah salah satu kunci keberhasilan bisnis (Tjiptono, 2015). Beberapa tujuan promosi mencakup menyebarluaskan informasi produk, menjangkau konsumen baru, dan menciptakan citra produk. Bauran promosi terdiri dari:

- Advertising: Menggunakan media cetak dan elektronik untuk mempromosikan produk (Lupiyoadi, 2016).
- Sales Promotion: Memberikan insentif jangka pendek untuk menarik minat konsumen (Hermawan, 2014).
- Personal Selling: Interaksi langsung antara penjual dan pembeli untuk membangun hubungan (Muslichah, 2012).
- Publisitas: Membangun citra perusahaan melalui program yang tidak langsung (Sadono Sukirno, 2013).
- Direct Marketing: Menghubungi calon konsumen secara langsung untuk mendapatkan respon (Tjiptono, 2015).

## **Ijarah (Fee)**

### 1. Pengertian Ijarah

Ijarah berasal dari kata ajru yang berarti penggantian. Menurut syara', ijarah adalah akad untuk mengambil manfaat dari sesuatu yang diterima dari orang lain dengan membayar sesuai perjanjian.

Pendapat Ulama Hanafiyah: Ijarah adalah akad atas kemanfaatan dengan pengganti. Syafi'iyah: Ijarah adalah akad atas kemanfaatan yang mubah dengan maksud tertentu. Malikiyah dan Hanabilah: Ijarah adalah pemilikan kemanfaatan dalam waktu tertentu dengan pengganti.

---

<sup>11</sup> Yusuf Qhardawi. *Hukum Ekonomi Islam*. (Jakarta: Gema Insani, 2001)

Syaikh Syihab Al-Din dan Syaikh Umairah: Akad atas manfaat yang disengaja dengan imbalan yang diketahui. Muhammad Al-Syarbini Al-Khatib: Pemilikan manfaat dengan imbalan dan syarat-syarat tertentu. Hasbi Ash-Shiddiqie: Akad pertukaran manfaat untuk masa tertentu.

## 2. Dasar Hukum Ijarah

Al-Qur'an: Q.S. Ath-Thalaq: 6: Mengatur nafkah dan upah bagi istri yang menyusui. Q.S. Al-Baqarah: 233: Mengizinkan pembayaran bagi orang yang menyusukan anak. Hadits: Riwayat Ibnu Majah: Menekankan pentingnya memberikan upah sebelum keringat kering. Riwayat An-Nasa'i: Memerintahkan untuk memberitahu upah kepada pekerja.

## 3. Syarat dan Rukun Ijarah

- Kedua pihak harus baligh dan berakal.
- Kerelaan kedua belah pihak untuk melakukan akad.
- Manfaat objek harus diketahui.
- Objek harus dapat diserahkan dan digunakan secara langsung.
- Objek ijarah harus halal.

Rukun:

- Orang yang Berakad: Mu'jir (penyewa) dan Musta'jir (yang disewa).
- Shigat Akad: Ijab dan qabul harus jelas dan menyebutkan waktu.
- Upah (Ujroh): Harus jelas jumlahnya dan diserahkan bersamaan dengan objek sewa.

## 4. Berakhirnya Ijarah

Faktor Pembatalan:

- Hilangnya objek sewa.
- Berakhirnya waktu sewa.
- Menurut Hanafiyah, wafatnya salah satu pihak membatalkan akad udzur pada salah satu pihak.

Pengembalian Objek Sewa:

- Barang bergerak harus dikembalikan langsung.
- Barang tidak bergerak harus dikembalikan kosong.
- Tanah harus diserahkan tanpa tanaman.

## 5. Hak dan Kewajiban Para Pihak

Penyewa:

- Menggunakan barang sesuai tujuan.
- Membayar sewa tepat waktu

- Berhak atas manfaat barang.
- Menerima ganti kerugian jika ada cacat.
- Tidak terganggu oleh pihak lain

Pemilik:

- Menyerahkan barang sewa.
- Memelihara barang untuk keperluan.
- Memberikan manfaat selama masa sewa.
- Menanggung cacat pada barang.
- Berhak atas uang sewa yang telah disepakati.

**Pelaksanaan Pembayaran Marketing Fee di PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 FM**

1. Proses Pemasaran Iklan

- Pendekatan Pemasaran: Tim marketing mendatangi perusahaan lokal atau mitra kerja untuk menawarkan jasa iklan. Beberapa klien juga datang langsung ke kantor radio untuk memasang iklan.
- Komunikasi dengan Klien: Untuk menarik pengiklan lokal, komunikasi intensif diperlukan karena mereka memiliki banyak pilihan radio. Untuk pengiklan nasional, negosiasi dilakukan melalui email atau telepon, di mana pihak radio mengirimkan konsep iklan dan daftar harga.

2. Jenis Iklan

Tim marketing menjelaskan berbagai jenis iklan yang tersedia iklan Adlips, Spot, Sponsor Program, Blocking Program, Siaran Langsung, Iklan Layanan Masyarakat. Klien bisa memilih jenis iklan dan menegosiasikan harga serta frekuensi tayang.

JENIS LAYANAN	WAKTU	BENTUK IKLAN	DURASI	TARIF (Rp)
<b>LOOSE SPOT</b>	Prime Time	<b>ADLIPS</b>	120 detik	Rp. 25.000
	06.00-10.00	<b>SPOT</b>	60 detik	Rp. 40.000
	16.00-18.00		30 detik	Rp. 30.000
	19.00-22.00			
	Reguler Time	<b>ADLIPS</b>	120 Ddetik	Rp. 20.000
	10.00-16.00	<b>SPOT</b>	60 detik	Rp. 35.000
	18.00-19.00		30 detik	Rp. 25.000

	22.00-01.00			
<b>SPONSOR PROGRAM</b>		<b>PAKET</b>	<b>Rp. 7.000.000</b>	
<b>BLOCKING PROGRAM</b>		15 menit	Rp. 350.000	
		30 menit	Rp. 750.000	
		60 menit	Rp. 1.000.000	
<b>SIARAN LANGSUNG</b>		<b>PAKET</b>	<b>Rp. 8.000.000</b>	
		<b>LIVE REPOT</b>	15 menit	Rp. 500.000
			30 menit	Rp. 1.000.000
			60 menit	Rp. 1.500.000
<b>IKLAN LAYANAN MASYARAKAT</b>		60 detik	Rp. 25.000	
<b>PRODUKSI SPOT</b>		120 detik	Rp. 150.000	

### 3. Kontrak dan Pembayaran

- Pembuatan Kontrak: Setelah kesepakatan, iklan dibuat berdasarkan konsep yang diinginkan. Contoh pembuatan iklan adalah iklan untuk Regar Optik.
- Pembayaran: Umumnya, terdapat ketentuan awal pembayaran, yang seringkali mencakup DP 20%. Pembayaran dilakukan sesuai kesepakatan, baik bulanan maupun tahunan. Meskipun ada ketentuan untuk membayar di awal bulan, pihak radio memberikan kelonggaran jika klien terlambat membayar.

### 4. Masalah Keterlambatan Pembayaran

Beberapa klien mengalami keterlambatan dalam pembayaran, namun pihak radio memahami situasi ini. Mereka lebih mengutamakan hubungan baik dengan klien, dengan memberikan kelonggaran selama klien tetap berniat untuk melakukan pembayaran.

### 5. Temuan Utama

- Komunikasi yang Baik: Pentingnya komunikasi yang baik antara pihak radio dan klien untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

- Fleksibilitas dalam Pembayaran: Fleksibilitas dalam pembayaran menjadi faktor penting dalam mempertahankan hubungan kerja yang baik
- Kepuasan Klien: Upaya radio dalam memberikan layanan yang baik bertujuan untuk menjaga kepuasan klien.

### **Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembayaran Marketing Fee Pada Kegiatan Promosi Di PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 FM Panyabungan**

Dalam konteks bisnis jasa periklanan, akad pembayaran memiliki peranan yang sangat penting karena akad tersebut mendasari hubungan antara kedua belah pihak. Akad menjadi pengikat antara pelaksanaan transaksi saat ini dan ke depannya, serta menjadi landasan bagi orientasi dan tujuan dari kedua pihak yang terlibat.

Akad dan Pembayaran dalam Jasa Iklan di PT. Radio Start Sراسي Swara Panyabungan, tim marketing menawarkan jasa iklan dengan metode yang beragam, termasuk pemasaran dari pintu ke pintu dan komunikasi melalui telepon atau email untuk iklan nasional. Pembayaran yang diatur dalam profil perusahaan menyatakan bahwa pembayaran sebaiknya dilakukan pada awal bulan atau sesuai dengan kontrak. Namun, seringkali terdapat keterlambatan pembayaran yang tidak dipermasalahkan pihak radio, selama ada kesepakatan dan niat baik dari klien untuk menyelesaikan pembayaran.

Akad dalam hukum Islam dapat dilakukan dengan berbagai cara, termasuk secara lisan dan tulisan. Dalam konteks jasa iklan di Radio Start Sراسي Swara, akad umumnya dilakukan secara lisan dan kemudian dituliskan setelah kesepakatan tercapai. Akad sendiri didefinisikan sebagai perikatan antara ijab (pernyataan untuk melakukan ikatan) dan qabul (pernyataan menerima ikatan) yang bersifat syariat dan berpengaruh pada objek perikatan.

Rukun Akad:

- Orang yang berakal: Mu'jir (penyewa) dan Musta'jir (penyewa) harus berakal dan dewasa.
- Sewa/imbalan: Menunjukkan adanya imbalan yang jelas.
- Manfaat: Manfaat dari objek yang disewa harus jelas.
- Sighat (ijab dan qabul): Pernyataan dari kedua belah pihak untuk menyepakati akad.

Dalam hukum Islam, syarat-syarat yang perlu dipenuhi dalam akad ijarah adalah:

- Aqid: Kedua belah pihak (Mu'jir dan Musta'jir) harus memenuhi syarat yang ditetapkan, termasuk memiliki akal dan berusia dewasa.
- Ijab dan Qabul: Pernyataan harus dilakukan secara jelas oleh kedua belah pihak, dengan menyebutkan waktu pelaksanaan.

- Ujroh: Upah yang dibayarkan harus jelas dan diketahui oleh kedua belah pihak.
- Objek ijarah: Haruslah harta benda yang dapat dimanfaatkan secara langsung dan tidak bertentangan dengan hukum Islam.

Analisis Terhadap Pembayaran Marketing Fee dalam konteks Radio Start Sراسي Swara, akad yang dilakukan sudah memenuhi syarat pertama dan kedua, yaitu orang yang berakal dan sighthat akad. Namun, syarat ketiga mengenai upah belum sepenuhnya terpenuhi. Hal ini disebabkan oleh praktik pembayaran yang sering terlambat, yang dapat melanggar akad yang telah disepakati.

Menurut syarat ijarah, pembayaran seharusnya dilakukan bersamaan dengan penerimaan barang atau jasa. Dalam hal ini, barang yang disewa adalah jasa periklanan, dan pembayaran harus dilakukan ketika kontrak diperpanjang. Namun, keterlambatan pembayaran dari klien menunjukkan bahwa syarat ini belum dipenuhi.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian di Radio Start Sراسي Swara 102.6 Fm Panyabungan mengenai Tinjauan Hukum Islam Dalam Mengatur *Marketing Fee* Pada Kegiatan Promosi Pada Radio di PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 Fm Panyabungan, peneliti menyimpulkan pembayaran *Marketing Fee* di PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 Fm Panyabungan, dilakukan di awal bulan atau sesuai kontrak yang berlaku dan telah disepakati oleh kedua belah pihak. Untuk keterlambatan pembayaran dari pihak klien dapat dimaklumi oleh pihak radio, selagi pihak klien masih ada niat baik untuk melanjutkan pembayaran dan tidak merugikan kedua belah pihak. Jasa iklan di Radio Start Sراسي Swara 102.6 Fm Panyabungan sudah memenuhi syarat pertama dan kedua, yaitu orang yang berakad dan sighthat akad, sedangkan untuk syarat ketiga yaitu upah menurut peneliti belum memenuhi syarat karena pada kenyataannya pembayaran yang terlambat, melanggar dari syarat *ijarah* yang sudah ditetapkan dalam hukum islam. Pembayaran harus dilakukan ketika kontrak diperpanjang, akan tetapi pada kenyataannya pihak klien terlambat dalam melakukan pembayaran. Hal ini belum sesuai dengan syarat *ijarah* yang ketiga yaitu upah.

#### **Daftar Pustaka**

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Hermawan, A. (2014). *Strategi Pemasaran: Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Husnain. (2008). *Pemasaran Syariah: Prinsip dan Praktik*. Yogyakarta: Penerbit Al-Qalam.

- Kertajaya, H., & Sula, M. (2009). *Pemasaran Syariah: Konsep dan Implementasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kontrak Iklan PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 FM Panyabungan, pasal 2 ayat 3.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing*. 12th Edition. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. SAGE.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE.
- Lupiyoadi, A. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahabub Alom, M., & Shariful Haque, A. (2011). *Islamic Marketing: A New Perspective*. Journal of Islamic Marketing, 2(1), 45-60.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. SAGE.
- Muslichah, M. (2012). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sadono Sukirno. (2013). *Pemasaran dan Periklanan: Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana.
- Saeed, A., Ahmed, Z., & Mukhtar, A. (2010). *Islamic Marketing: A Critical Review and Future Research Directions*. Journal of Islamic Marketing, 1(2), 123-135.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. SAGE Publications.
- Yusanto, Muhamad & Karebet, Ihsan. *Bisnis Islam dalam Perspektif Syariah*. Jakarta: Mizan, 2010, hal. 35.
- Yusuf Qhardawi. (2001). *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani