Rayah Al-Islam
Jurnal Ilmu Islam
P – ISSN : 2503 – 3816
E – ISSN : 2686 – 2018
Vol. 8, No. 4, November 2024
DOI : 10.37274/rais.v8i4.701
http://ejournal.arraayah.ac.id

Pandangan Hukum Islam Terhadap Peraktik Endorsemen Pada Pelaku Usaha di Kecamatan Masbagi Lombok Timur

Fathurrazak*, Adinda Rosana Hesti Susani
Institut Agama Islam Hamzanwadi Pancor Lombok Timur, Indonesia
fathurrazak1989@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada latar belakang tentang seorang atau tokoh yang terkenal (*endorsement*) yang dijadikan sebagai media dalam memasarkan sebuah prodak di dalam media sosial. Yang mana tujuan penelitian ini ingin menganalisis proses bagaimana seorang yang terkenal atau yang ditokohkan dalam masyarakat dijadikan sebagai media dalam memasarkan sebuah prodak yang dilihat dari perspektif hukum Islam. Dalam penelitian ini terdapat permasalahan dalam praktik tersebut, dimana seorang yang telah dibayar sebagai endorsement mempromosikan prodak namun kadang belum pernah menggunakan prodak yang tawarkan kemasyarakat tersenut, seperti kosmetik dan lain sebagainya. Dan hal ini membuat penulis tertarik untuk meneliti praktik endorsement terhadap orang yang terkenal atau ditokohkan dalam masyarakat untuk memasarkan sebuah prodak. Berdasarkan latar belakan tersebut, maka rumusan masalah yang dapat buat adalah; Bagaimana sistem *endorsement* sebagai media pemasaran di media sosial dalam perspektif hukum ekonomi syaria, dan Bagaimana etika bisnis *endroser* dalam memasarkan produk dalam perspektif Islam. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research).* Yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah para pedagang yang menggunakan jasa *endorsement* dan tokoh atau orang yang memiliki ketenaran tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian ini adalah *endorsement* ini diperbolehkan apabila sesuai dengan prinsip-prinsip syariat, dimana pada saat melakukan praktik *endorsement* harus memberikan ulasan serta pernyataan yang jelas sesuai dengan keadaan suatu barang atau produk yang akan di promosikan karna dalam islam tidak semua boleh untuk dipromosikan.

Kata Kunci: Hukum Islam, Endorsement, Pelaku Usaha

Abstract

This research focuses on the background of a famous person or figure (endorsement) who is used as a medium in marketing a product on social media. The aim of this research is to analyze the process of how someone who is famous or prominent in society is used as a medium in marketing a product, seen from the perspective of Islamic law. In this research, there is a problem with this practice, where someone who has been paid as an endorsement promotes a product but sometimes has never used

Diserahkan: 23-09-2024 Disetujui: 04-10-2024 Dipublikasikan: 01-11-2024

the product offered to the public, such as cosmetics and so on. And this makes the author interested in researching the practice of endorsing people who are famous or prominent in society to market a product. Based on this background, the problem formulation that can be made is; What is the endorsement system as a marketing medium on social media from the perspective of sharia economic law, and what are the business ethics of endorsers in marketing products from an Islamic perspective. The method used in this research is a qualitative method with a type of field research. The informants in this research are traders who use endorsement services and figures or people who have that fame. Data collection techniques were carried out by means of observation, interviews and documentation. The results of this research are that endorsements are permitted if they are in accordance with sharia principles, where when carrying out endorsement practices you must provide a clear review and statement according to the condition of an item or product that will be promoted because in Islam not everything is permitted to be promoted.

***Keywords**: Islamic Law, Endorsements, Business Actors*

I. PENDAHULUAN

Dalam jual beli, tidak luput dibuat sebuah promosi untuk mengenalkan produk, barang atau jasa yang ditawarkan. Istilah promosi dalam hukum Islam dikenal dengan sebutan *al-hawafizal-muraghghibah fi al-shira*. Secara bahasa *al-hawafiz al-muraghghibah fi al-shira* diartikan, "Segala sesuatu yang mendorong atau menarik minat (membujuk) orang lain untuk membeli." [1] Menurut Madjid Fakhri etika yang harus dilakukan dalam berpromosi sesuai dengan anjuran Islam adalah: 1) Jangan pernah mengobral sumpah, dalam beriklan atau berpromosi janganlah mudah mengucapkan janji sekiranya janji tersebut tidak bisa ditepati, mengobral sumpah tanpa sesuai dengan yang sesunggungnya dapat merusak nilai-nilai Islami. 2) Jujur, Islam sangat melarang memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian dan kedzaliman serta dapat menimbulkan permusuhan dan percecokan. 3) Menghindari berpromosi palsu yang bertujuan menarik perhatian pembeli dan mendorongnya untuk membeli. Berbagai iklan dimedia televisi atau dipajang dimedia cetak, media indoor atau outdoor, atau lewat radio sering kali memberikan keterangan palsu. Model promosi tersebut melanggar akhlaqul karimah. 4) Para penjual rela dengan laba yang sedikit karena itu akan mengundang

[1]Khalid bin Abd Allah al-Muslih, *al-Hawafiz al-Tijariyah*,(t.t.p: t.p., t.t.), hlm. 9.

kepada kecintaan manusia dan menarik banyak pelanggan serta mendapat berkah dalam rezeki.[2]

Meningkatnya perkembangan media informasi di Indonesia semakin menyebabkan banyaknya model iklan dan jenis iklan seperti pada media sosial *Instagram*. Sekarang ini *Instagram* sudah tertransformasi menjadi suatu lahan bisnis yang digunakan untuk mempromosikan dan menjual produk, barang atau jasa kepada pengguna *instagram* lainnya. Media sosial Instagram menjadi peluang para pelaku usaha sebagai salah satu aktivitas ekonomi yaitu yang berkaitan dengan *jasa paid promot Instagram* dan *Endorse*. Jasa *paid promote* ini merupakan layanan jasa promosi berbayar. Penyedia jasa ini biasanya adalah akun-akun *Instagram* yang memiliki jumlah *follower* melimpah baik itu milik artis (publik figur), selebgram atau lainnya. Sementara itu pengguna jasanya adalah para pemilik bisnis/brand atau dari kalangan *online shop* yang menginginkan produknya untuk di promosikan.[3]

Saat ini pengusaha harus melakukan hal-hal kreatif agar bisa menarik perhatian konsumen.Untuk menarik minat konsumen tersebut suatu perusahaan atau *Online Shop* menggunakan berbagai macam strategi pemasaran yaitu salah satunya dengan cara promosi, para pelaku usaha berkompetisi atau bersaing dalam melakukan strategi pemasaran yang jitu guna meningkatkan penjualan produk mreka. Berbagai macam cara yang dapat dilakukan para pelaku usaha untuk memasarkan produk dagangannya di media sosial. Salah satunya yang paling marak dan sedang hangat saat ini adalah pemasaran melalui *endorsment*.

Pada dunia bisnis modern *endorsement* adalah kegiatan dimana para pemilik bisnis meng-*endorse* atau meminta para selebriti/artis memberikan testimoni dan mempromosikan produk melalui media sosoial yang dimilikinya seperti instagram, ditambah denga me-*mention* akun *online store* pemilik bisnis tersebut seperti instagram dan pemilik bisnis akan memberikan produknya secara gratis kepada salah satu selebriti/artis yang akan mempromosikan produknya tersebut. Fenomena *endorsement*

[2]Asyraf Muhammad Dawwabah, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah* (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra,2006), hlm.61

[3]Fahmi. M, "*Endorse dan Paid Promote Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam. An-Nawa*", Jurnal Studi Islam, Vol. 1, No. 1, Juni (2018), hlm. 1.

saat ini dapat kita rasakan keberadaannya. Karena para follower selebriti yang beribu-ribu tersebut pasti akan membaca *posting* dari selebriti yang mempromosikan produknya tersebut dan diantaranya pasti tertarik untuk membeli produk tersebut agar memiliki barang yang sama dengan idolanya. *Endorsement* dapat menjadi salah satu strategi pemasaran yang diandalkan oleh pembisnis, terutama kegiatan dagang yang menggunakan cara pembeli dan pembayaran secara online. Karena keefektifan *endorsement* juga sangat dirasakan bagi produk-produk baru agar keberadaan produk tersebut diketahui masyarakat.[4] Para pelaku usaha memberikan *fee* (bayaran/upah) pada penyedia jasa endorser yaitu seorang *celebrity endorsement* yang akan mempromosikan barangnya tersebut dengan harapan produknya terjual dengan cepat dan banyak.

Salah satu fenomena pemanfaatan *endorsement* di kecamatan Masbagik, ada beberapa orang yang menerima jasa *endorsmen*. Salah satunya adalah pemiliki akun instagram @afikamiasaa yang memiliki jumlah *followers* saat ini mencapai 15,1rb. Dia menerima jasa *endorse* sejak 1 tahun yang lalu dan menerima *endors* berupa makanan, minuman, fashion dan kirim kecantikan *(skincare)*. Sekali *endorse*ia mematok tarif Rp. 35.000 untuk *snapgram* selama 24 jam dan Rp. 50.000 jika diposting. Sebagai pihak yang disewa untuk mempromosikan sebuah produk, dia harus mempromosikan produk *endorse* tersebut. Namun dalam mempromosikan produk yang di *endorse* terkadang ia tidak memakai produk yang di *endorsekan* dan memberikan promosi yang belum terbukti kebenarannya. Misalnya pada produk *skincare* ia mengatakan telah memakai produk tersebut dan dapat mencerahkan kulit dan mengatasi kulit kusam dan melembabkan kulit, namun kenyataanya dia tidak memakai *skincare* tersebut dan hanya sekedar mempromosikan saja, dan juga belum terbukti dapat mengatasi kulit kusam dan mencerahkan seperti yang telah ia promosikan.[5]

Adapun selebgram di Masbagik dengan akun instagram @baiq.febby_ memiliki jumlah *followers* 463000, menerima *endorsemake up* dan krim kecantikan. Dalam mempromosikan produk tersebut, ia memakai setiap produk yang di *endorsekan*, tidak

[4]Novy Adityasari, "Endorsement Sebagai Trend Media Pemasaran Dalam Perspektif Islam," Skripsi, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2015), hlm. 2

[5]Wawancara, 21 juli 2023.

hanya sekedar mempromosikan produk itu tetapi juga dengan memakai produk yang di *endorsekan* sesuai dengan ketentuan.[6]

Berdasarkan observasi awal, diantara *selebgram* yang mempromosikan produk-produk yang di *endorse* masih ada yang kurang atau tidak jujur dan memberikan persepsi yang keliru ataupun tidak sesuai dengan kualitas-kualitas produk yang di promosikan pelaku *endorse* tersebut kepada konsumen. Kondisi inilah yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian bagaimana pandangan hukum Islam terkait peraktik endorsement tersebut pada pelaku usaha di Kecamatan Masbagik Lombok Timur.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan sumber data berasal dari para pelaku endorsement di kecamatan masbagik Lombok Timur NTB. Pengumpulan data dilakukan observasi terlebih dahulu kemudian melakukan interview dengan para penguna jasa endorsement dan para selebgram yang menjadi endorsement kemudian didokumentasikan, dituliskan, dan disusun sesuai bahasan yang terkait. Data-data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif, di mana suatu, teori dijadikan sebagai pisau bedah untuk menjawab permasalahan yang sedang terjadi pada kondisi dan aktifitas sosial tertentu.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik *Endorsement* sebagai Media Pemasaran di Media Sosial pada Kecamatan Masbagik.

Endorsement adalah strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan tokoh terkenal seperti artis, fashion blogger, fashion stylish dan lain-lain sebagai alat pendukung dan penunjang ketertarikan masyarakat dengan produk yang ditawarkan di media sosial yang digunakan.[7] Gaya atau cara *endorsment* biasanya adalah pihak yang di

[6]Wawancara, 10 juli 2023.

[7]Pratiwi Budi Utami, "*Strategi komunikasi pemasaran melalui Endorsement pada online shop di Indonesia*" (Tesis—Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa, 2014), hlm. 2

*endorse*menggunakan/memakai dan mengonsumsi produk/jasa pihak yang meng*endorse*.[8]

Dapat dilihat di berbagai sosial media, para pemilik *onlineshop* menawarkan produk atau meminta para tokoh terkenal untuk meng *endorse* produknya dengan cara membagikan foto mereka memakai produk tersebut di media sosial yang mereka miliki. Strategi marketing komunikasi inilah yang disebut dengan "*endorsement*" melalui media sosial. Strategi ini bisa menambah keefektifan pemasaran.[9] Secara umumnya *endorsment* ini merupakan suatu promosi dagang (iklan) yang dilakukan antara pelaku usaha dengan seorang yang dikenal memiliki banyak penggemar seperi artis/selebritis atau yang biasa dikenal dengan sebutan selebgram. Dalam pembuatan sebuah promosi atau iklan sangat diperlukan seseorang yang dapat menarik perhatian juga minat serta mampu dalam menyampaikan pesan dengan baikdan informasi sebuah produk yang biasanya dikenal dengan istilah *Endorser*. Penerapan*endorser* dalam iklan dimaksudkan untuk memberikan dukungan atau dorongan kepada pesan iklan agar secara mudah diterima oleh para konsumen, sekaligus mempermudah timbulnya keyakinan dalam diri konsumen atas produk yang diiklankan.

Jumlah remaja dewasa yang menerima jasa *endorsement* di kecamatan Masbagik kurang lebih sekitar tiga puluh orang dan yang menjadi informan di penelitian ini sebanyak 5 orang diantaranya adalah Tokoh Agama, dan empat pelaku *endorsement*.

Berdasarkan pengamatan dan dan peninjauan secara langsung berikut ini akan dipaparkan mengenai bagaimana praktik *endorsement* sebagai media pemasaran di media sosial oleh masing-masing informan yang dijadikan sebagai subyek penelitian.

1. Ustadz AH

Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh informan kunci yaitu salah satu tokoh terkemuka agama di Desa Masbagik Utara mengenai pendapatnya tentang *endorsement* dalam Islam. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh ustadz Ahlan berikut ini:

[8]Saporso dan Dian Lestari, "*Peranan endorser terhadap brand image dari sudut pandang konsumen*", Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis,Vol. 9, No.3, Sepetember (2009), 162.

[9]Pratiwi, "*Strategi komunikasi pemasaran*". hlm. 2

"Endorsement itu salah satu bentuk mu'amalah yang dibenarkan dalam Islam. sepanjang dalam proses transaksinya itu terpelihara dari hal-hal yang terlarang atau yang keluar dari ketentuan syariah, sperti ada dalam Kaidah Fiqhiyyah yang menjelaskan

اَلْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ اَلْإِبَاحَةُإِلَّاأَنْ يَدُلَّ دَلِيْلٌ عَلَى تَحْرِ يْمِهِ

Pada dasarnya semua bentuk mu'amalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya"[10]

Beliau juga menerangkan bagaimana etika yang harus dilakukan seorang pelaku *endorsement* dalam berpromosi sesuai dengan ajaran Islam. Seperti misalnya pelaku endorsement mempromosikan barang atau produk yang di dapatkannya dari salah satu pelaku usaha atau *online shop* apakah dengan benar-benar sesuai atau tidak seperti yang dipaparkan berikut ini :

"Pertama tentu dalam prinsip Islam seorang endorsement pada saat mempromosikan barang maka prinsip pertama adalah etikanya dia harus jujur karena ada hadits Nabi yang mengatakan "Pedagang yang jujur itu akan masuk surga." Maka prinsip pertama dalam berdagang itu adalah jujur. Oleh karna itu kenapa pada zaman dahulu pada saat nabi menjadi seorang pedagang ketika itu beliau mendapatkan untung yang banyak karna prinsip pertama yang beliau pegang adalah kejujuran, sehingga beliau pun digelari Al-Amin sehingga apapun yang dipasarkandan apapun barang yang beliau jual itu dipercaya olehpembeli. Sehingga Siti Khadijah yang waktu itu belum menjadi istri beliaupun senang kepada bliau karna melihat cara Beliau berdagang sehingga mendapatkan untung yang besar.kejujuran disini artinya baik jujur dalam menginformasikan barang yang akan di pasarkan seperti misalnya semacambahwa pakaian itu dari bahan kain katun dan saat di promosikan memang betul-betul dari kain katun bukan kain lainnya atau seperti katun, atau dalam prihal makanan roti itu terbuat dari tepung super tapi ternyata aslinya bukan dari tepung super, itulah yang tidak diperbolehkan dalam Islam. Tetapi adapun rasa dan selera itu kita tidak bisa menyalahkan atau mengatakan orang itu menipu atau tidak, karna ini ini juga termasuk masalah rasa

[10]Ustadz AH M.Pd.i, Wawancara, 25 Agustus 2023, 16:45

dan selera itu bisa saja berbeda-beda tanggapan atau penilaian setiap masing-masing orang. Tetapi Jika tidak jujur terhadap keadaan suatu barang maka akibatnya pembeli akan kecewa dan tentu akan rugi sendiri.Kita Boleh memuji barang kita dan menginformasikan kepada konsumen bahwa manfaat barang yang kita jual itu berkualitas karna itu salah satu kiat agar barang tersebut laku dan laris dan itu memang harus ada dalam berprmosi, dan itu pula salah satu kemampuan seorang endorser agar pembeli itu tertarik.Maka promosi itu memang sangat penting tapi tentu tidak dengan dibuat-buat atau di lebih-lebihkan, tapi mempromosikan barang dengan menjelaskan kelebihan-kelebihan maupun keistimewaan-keistimewaannya itu tidak masalah. Karenamemang dalam berdagang harus begitu istilahnya kalau tidak bisa merayu maka tidak akan bisa deket dan menarik minat pembeli tapi tentu dengan aturan-aturan yang sudah di atur dalam Islam yang penting jangan dalam mempromosikan barang itu ada istilahnya ghurur yaitu menipu orang, artinya seperti misalnya kualitas yang tidak baik itu digenjot dia menjadi super baik itu tidak bisa atau tidak diperbolehkan. Nah ini jadi mungkin kemampuan seorang endorsement untuk bagaiamana membuat barang yang kasar misalnya bisa tertarik pembeli tapi dengan cara yang baik tentu dalam pandangan Islam, bagaimana caranyayaitu berikan dia uraian manfaat-manfaat, kelebihan-kelebuhannya.Tetapi adapun rasa itu kita tidak bisa menyalahkan atau mengatakan orang itu menipu atau tidak, karna ini ini juga termasuk masalah rasa dan rasa itu bisa saja berbeda-beda tanggapan atau penilaian setiap masing-masing orang. Kedua dalam segi berpakaian jika dimasukkan dalam bagaimana etika seorang endorser tentu yang sesuai dalam ajaran Islam yaitu harus menutup aurat, dalam artian menutup aurat disini itu tidak harus seperti negara negara lain atau misal sperti di arab dengan di negara kita ini berbeda karna sesuai dengan budaya. Akan tetapi tetaplah dalam Islam aurat itu sama saja.karena kebanyakan yang kita lihat ketika seorang mempromosikan barang itu seolah-olah wanita di eksploitasi diatur dalam cara berpakaian yang keluar dari etika menutup aurat dalam ajaran agama Islam itulah yang tidak dianjurkan atau yang dilarang dalam berpromosi."

Adapun dalam proses *meng-endorse* ini ada sistem upah dari pelaku usaha kepada pelaku *endorsement* dan disini ustadz ahlan juga memberikan salah satu landasan hukum terkait tentang ijarah dan ujrah perjanjian sewa-menyewa serta upah-mengupah atas jasa*endorsement* sebagaimana yang dipaparkan berikut :

"Dalam hal ini Nabi kita sudah menyatakan begini dalam hadist beliau: أعطواالأجيرأجره قبل أن يجفّ *" kita kataakan saja berikanlah endorsement itu jasanya atau upahnya sebelum kering keringatnya. Dan itu sudah jelas oleh Nabi kita mengatakan berilah upah pekerja itu sebelum kering keringatnya. Artinya apa disini perhatian Islam terhadap pemberian upah itu sangat-sangat besar sekali jadi memang ya orang bekerja harus diberi upah, orang sholat saja diberi pahala."*

2. DL

Salah satu pelaku *endorsement* di Kecamatan Masbagik dan saat ini ia masih menduduki bangku perkuliahan yaitu salah satu mahasiswi di Poltekkes Mataram dan masih menempati semester tujuh. Disamping itu ia juga mengambilsela di setiap waktunya untuk menjadi penyampai iklan atau *endorsement* di salah satu media sosial instagram miliknya karena *followers* di akun instagram diana sudah mencapai sekitar 15700 *followers*jadi ia memanfaatkan itu dan mendukung ia untuk bisamenjadi salah seorang selebrit. Sebagaimana yang diungkapkan berikut ini:

"Mulai dari nama instagram ya, nama instagram saya @diyanalstr dengan jumlah pengikut instagram saat ini sudah mencapai sekitar 15700 followers, dan mulai membuka jasa endorse itu dari tahun 2020 dan sampai sekarang kurang lebih sekitar satu tahunan."

Dia menerima berbagai macam produk-produk lokal ataupun brand ternama milik artis juga untuk ia endorse atau promosikan, seperti *make up, skincare, bodycare, fashion,* makanan dan minuman, adapun untuk sistem tarif *endorse/rate* yang ia digunakan itu setiap postingan berbeda-beda salah satunya seperti jika di posting pada *instastory* instagramnya itu ia memakai tarif mulai dari Rp: 35.0000 – Rp. 80.000 sesuai dengan kesepakatannya dengan pelaku usaha.Seperti yang dipaparkan berikut :

"biasanya si yang diterima untuk endorse itu berupa skincare, bodycare makanan, minuman, dan produk fashion berupa kacamata, outfit baju dan lain-lain. Dan untuk sistem tarif yang saya gunakan itu ada skitar 7 macam seperti paid promote story Rp. 35.000, paid promote feed Rp. 50.000, paid promote story + paid prmote feed Rp. 80.000, endorse story Rp. 65.000, endorse feed Rp. 85.000, endorse story+endorse feed 130.000, dan visit store Rp 200.000. saya itu ga ngambil banyak yang penting bisa lancar dan semua tarifnya saya

bedakan karena untuk menyesuaikan dengan kebutuhan masing-masing para produsen (online shop).

Adapun mengenai produk *endorse*-san yang diterimanya seperti yang kerap saya lihat di instagramnya ia mempromosikan produk tersebut dan me-*review* nya dengan ulasan yang bagus-bagus tentunya untuk tujuan menarik minat pengguna isntagram. Tetapi apakah produk yang ia promosikan tersebut memang benar-benar dipakai pribadi karna bagus seperti ulasannya di media sosial intagram atau hanya sekedar mempromosikannya saja setelah itu tidak dipakainya lagi. berikut pemaparan dari DL :

"Mengenai produk yang saya endorse mungkin mulai dari skincare ya biasanya saya endorsekan itu setelah saya promosikan dan review melalui akun instagram saya, saya tetap memakainya sampaisekarangdan kalau skincare juga biasanya saya coba terlebih dahulu di kulit wajah saya untuk bisa mengetahui atau memastikan bahwa cocok atau tidaknya.kalau nggak cocok bisa deikembalikan ke pemilik brand skincare tersebut.Tapi kembali seprti yang saya ucapkan tadi alhmdulillah sejauh ini terbilang kalau skincare yang biasa saya review untuk di prmosikan itu cocok dengan kulit wajah saya dan saya selalu memakainya sampai sekarang. Dan untuk endorse makanan juga itu di review secara jujur selama ini belum pernah menerima endorse makanan yang tidak sesuai menurut saya, nah kembali juga ke soal rasa pasti kemungkinan setiap orang berbeda-beda pendapat bisa saja saya me-review atau mengatakan itu enak tetapi berbeda dengan pendapat para konsumen dari followers saya yang menilai bahwa rasa dari makanan itu biasa saja tidak enak.[11]

Dia memakai semua jenis produkyang di *endorsekan* serta menggunakan langsung produk yang di promosikan setelah di posting dan di publikasikan untuk di pasarkan memalui media sosial intagram miliknya tersebut. Dalam prihal makanan juga iaselalu me*riview* jujur soal rasa makanan dan tidak pernah mendapatkan rasa yang mengecewakan selama ia mendapatkan endorse makanan dan kalaupun ada beberapa *followers*yang mengatakan makanan itu tidak enak. Mungkin saja alasannya karena cita rasa yang dimiliki setiap orang berbeda-beda.DL memakai hasil dari endorsenya tersebut

[11]DL, Wawancara, 23 Agustus 2023, 17:13

untuk kebutuhan ia dalam sehari-hari, terkait cara berpromosi ia juga memakai pakaian tertutup atau yang menutup aurat.

3. FB

Salah satu pelaku *endorsement* di Kecamatan Masbagik dan saat ini ia masih menduduki bangku perkuliahan yaitu salah satu mahasiswi di Universitas Mataram dan masih menempati semester lima. Ia juga mengambil sampingan menjadi selebgram/selebriti atau biasa disebut pelaku *endorsement,*sudah hampir dua tahun lamanya ia menerima jasa *endorse* karena jumlah *followersnya*sudah mencapai sangat banyak, jadi ia memanfaatkan itu untuk bisa mengambil bisnis melalui *endorsement* tersebut. Juga itu salah satu keinginannya sendiri sedari lama bisa kuliah serta punya kerja sampingan. Berikut ungkapan dari FB :

"Nama instagram aku @baiq.feby_ jumlah followers saat ini sudah mencapai 463000 dan untuk awal mulai menerima jasa endorse itu sejak tahun 2019 sekitar dua tahun yang lalu dan menerima produk endorse berupa yang pertama itu fashion, makanan, minuman skincare, make up dan lain-lain."

Ia menerima berbagai macam produk-produk lokal ataupun *brand* ternama milik artis juga untuk ia *endorse* atau promosikan, seperti *make up, skincare, bodycare, fashion,* makanan dan minuman, adapun untuk sistem tarif *endorse/rate* yang digunakan diana itu setiap postingan berbeda-beda salah satunya seperti jika di posting pada insta story instagramnya itu ia memakai tarif mulai dari Rp.70.0000 – Rp.80.000 sesuai dengan kesepakatannya dengan pelaku usaha. Seperti yang dipaparkan berikut :

"*Untuk sistem tarif endorse atau rate yang aku gunakan itu ada beberapa macam yang pertama seperti olshop yang baru merintis usaha untuk review di insta story intagram itu fee nya sekitar Rp. 70.000-80.000 dan untuk posting di feed Rp. 250.000, tergantung dari sudah berapa lama online shop atau pelaku usaha itu memulai merintis usahanya dan yang membedakannya dari online shop yang sudah berdiri sejak lama atau sudah berjalan lumayan lama itu biasanya fee yang aku ambil untuk review pada insta story instagram yaitu Rp. 100.000 dan kalo untuk memposting di feed instagram itu Rp. 300.000, dan untuk visit store aku mengambil fee skitar Rp. 450.000 / Rp. 500.000. dan kalau untuk brand*

ternama itu mereka sendiri yang langsung mengajukan fee nya, stelah itu tinggal aku yang konfirmasi setuju atau enggaknya."

Sama seperti tadi mengenai produk *endorse*-san yang diterima FB seperti yang kerap saya lihat di instagramnya ia mempromosikan produk tersebut dan me-*review* nya dengan ulasan yang bagus-bagus tentunya untuk tujuan menarik minat pengguna isntagram. Tetapi apakah produk yang ia promosikan tersebut memang benar-benar dipakai pribadi karna bagus seperti ulasannya di media sosial intagram atau hanya sekedar mempromosikannya saja setelah itu tidak dipakainya lagi. berikut pemaparan dari FB :

"yang pertama kalau bahas fashion ya, kalau fashion pasti aku tetap pakai seperti baju, celana, tasitu aku tetap pakai karena itu memang kebutuhan juga apalagi yang bermafaat untuk sehari-hari misalnya seperti tas yang aku pakai sekarang nih, tapi terkadang ada juga si yang nggakaku pakai seperti misalnya baju gamis tapi size-nya terlalu besar di badanku itu biasanya di kasi ke mama dirumah tentu setelah di prmosikan, direview dan posting di instagram.Untuk produk kecantikan seperti skincare dan make up itu tergantung aku ngeliatnya dari muka misalkan kalau memberikan efek gatel gitu di muka aku berhentiinpemakaiainya, tapi kalau cocok pasti tetap dipakai, sedangkan make up jelas saya selalu pakai apalagi lipstik terus eyeshadow, eyeliner, pensil alis dan semacamnya itu tetap aku pakai produknya.kalau untuk makanan itu yang pernah aku endorse enak-enak aja karena selera makanku juga cocok-cocok aja gitu kalo masalah rasa kadang misal kalo emang enak banget aku pasti bilang enak banget gitu dan kalau enaknya standar ih enak nih gitu doang sih, dan ya kembali lagi kalo emang enak banget biasanya ciri khas aku itu bilang ini rekomended banget, dan itu udah pasti jelas enak di mulutku.[12]

Dalam mempromosikan produknya ia selalu memakai produk yang di *endorse*kan dan sebelum mempromosikan suatu produk dia mengaku selalu memilih produk yang benar-benar halal dan mempunyai izin BPOM. Dia memakai produk yang di promosikan melalui isntagram *story* maupun *feed.* Biasanya dalam *instastory*isntagramjuga menjelaskan produk yang di promosikan tersebut.FB mengenakan uang hasil endorse nya tersebut juga untuk biaya keseharian dan kebutuhannya bahkan kadang dari

[12]FB, Wawancara, 16 Agustus 2023, 14:23

hasilnya ia sudah bisa memberikan kedua orang tuanya dari sbagian pendapatan yang di daptkan dari hasil meng-*endorse*. Tentu juga saat melakukan promosi di media sosial miliknya ia tampak tetap memakai pakaian yang sesuai syariah yaitu menutup aurat dan berkata baik dan sopan.

4. FK

Menjadi salah satu pelaku *endorsement* atau penerima jasa *endorse* adalah sampingan FK di sela-sela waktu kuliahnya, ia mahasiswi semester akhir di Universitas Mataram. Ia menjadi selebgram dan menerima *endorse* sudah setu tahun lebih, dan hingga saat ini *followers* di akunnya mencapai sekitar 15000an *folllowers,* ia menerima beberapaproduk untuk di *endorse*kan. Berikut ungkapan FK :

"akun instagram saya itu username nya @afikamiasaa memiliki jumlah followers 15000. Saya menerima endorsement mulai dari tahun 2020 itu dimulai dari endorse baju, kosmetik, makanan, make up, skincare dan fashion-fashion yang lain. Mengenai tarif, saya hanya mengambil beberapa macam saja seperti paid promote story mengambil tarif sekitar Rp. 50.000, dan untuk feed di instagram dari Rp. 100.000-150.000 dan untuk visit store nya saya mengambil Rp. 300.000.Mengenai produk yang saya endorse apakah saya selalu memakai nya setelah di review dan saya posting untuk mempromosikannya, atau apakah saya hanya skedar mempromiskan saja lalu tidak memakainya. Kalau menerima endorse skincare saya menggunakan secara benar-benar karna itu tujuannya untuk memberi kepercayaan kepada followers saya, tetapi kalau sudah memakai dalam rentan waktu yang telah saya tentukan dan ternyata tidak cocok baru saya lepas pemakaiannya,terus setelah itu tidak mau menerima endorse semacam itu lagi, kalau masalah fashion beberapa saya pakai beberapa tidak saya pakai juga.[13]

Dalam berpromosi ia lebih mendahului produk yang benar-benar *worth it* menurutnya karena ia ingin memberi kepercayaan penuh terhadap *followers*nya. Dan kalau produk yang awalnya ia katakan bagus tetapi setelah beberapa hari ternyata tidak cocok ia langsung memberhentikan pemakaiannya dan tidak menerima produk *endorse* yang sama lagi. Dalam postingannya ia memberikan keterangan tentang manfaat produk, namun ia mengaku tidak memakai produk tersebut dan hanya sekedar mempromosikan

[13]FK, Wawancara, 5 Agustus 2023, 17:45

saja. Dalam hal mempromosikan produknya ia sudah benar, tidak mengandung unsur penipuan serta tidak pula memberikan keterangan produk yg dilebih-lebihkan, hanya saja iatidak memakai produk tersebut.Selama ini saat melakukan promosi di media sosial miliknya ia juga tetap mengenakan pakaian dan bahasa yang baik, sopan dan benar. Dengan pendapatan *endorsement*ini ia juga sudah bisa membeli apapun yang berupa kebutuhannya sendiri dan itu bisa terpenuhi hingga saat ini, tetapi untuk hal yang lain masih belum mencukupi karena ia juga masih terfokuskan untuk dunia perkuliahannya.

5. LY

Sebagaimana informan utama ini memaparkan beberapa ungkapan seperti berikut :

"Nama akun instagram saya @liyafrh memiliki jumlah followers 10.000. Saya menerima endorse kurang lebih hampir setahunan dan saya menerima endorse make up, krim kecantikan (skincare), fashion, dan makanan. Untuk tarif atau rate yang saya gunakan,kalau itu sih saya tidak menentukan sendiri berapa tarif nya, karena biasanya mreka para pelaku usaha atau online shop yg mengajukan atau menentukan langsung ke saya untuk masalah fee nya, Maksuddnya itu tergantung dari mreka gitu yaa nantisetelah itu mreka menghubungi saya apakah saya terima atau tidak atas pengajuan fee dari mrekatadinya. Adapun produk yang saya endorse benar bagus seperti dari hasil-hasil review saya di instagram story saya selalu memakai nya setelah di review dan saya posting untuk mempromosikannya, atau apakah saya hanya skedar mempromiskan saja lalu tidak memakainya. Pertama Kalo untuk fashion itu sendiri kemungkinan besar saya masih pake selama itu masih pas di saya karna itu termasuk kebutuhan sandang. Kalo untuk makanan itu selama saya di endors makanan alhamdulillah itu masih cocok dengan citarasa saya sndiri dan kalo masalah pengikut atau followers saya ternyata ada yang membeli makanan trsebut dikarna kan hasil dari promosi di akun isntagram milik saya yg sy posting dan ternyata ada beberapa dari mereka memberi pernyataan bahwa itu tidak enak dan mengira saya mempromosikan makanan tersebut tidak sesuai dengan apa yang seharusnya mnurut saya mungkin itu kembali pada cita rasa masing masing orang. Kan terkadang mungkin saja saya memang suka atau mengatakan bahwa makanan itu enak tetapi sebaliknya di mereka malah tidak suka atau tidak enak, dan kalo untuk skincare itu

saya menyesuaikan dengan tipe kulit saya apakah itu cocok atau tidak kalo pun itu cocok ya saya tetap lanjut pakai tapi jika tidak cocok mungkin saya stop untuk pemakaiannya. Tapi kalo soal mempromosikan di instagram milik saya. saya mengakatan bahwa saya tetap slalu pakai karna itu benar-benar bagus walaupun kadang saya sebenarnya tidak memakai produk tersebut misalnya produk yang saya terima dan me-reviewnya dengan ucapan kalo produk itu bagus tetapi saya pribadi tidak memakainya karena beberapa alasan tapi karena harus profesional jadi saya tetap harus menarik minat dari followers saya di instagram dan agar memberikan feedback yang baik pada produsen yang meng endorse saya itu saja.[14]

Menjadi salah satu selebgram sejak satu tahun laluLY sudah bisa mencukupi kebutuhannya dalam kehidupan sehari-hari, sudah tidak meminta uang harian atau bulanan kepada orang tuanya lagi karena itu yang diinginkan sejak lama bisa membiayai kebutuhannya sendiri tanpa merepotkan orang-orang sekitarnya.Dia bepromosi di media sosial sudah menyesuaikan syariat yaitu dalam hal menutup aurat, memakai bahasa yang baik dan sopan. Namun terkadang dalam berpromosi seperti sebuah produk *skincare* ia menyebutkan bahwa ia telah memakai produk tersebut dan dapat mencerahkan kulit dan mengatasi kulit kusam dan melembabkan kulit dalam waktu seminggu, namun pada kenyataannya ia tidak memakai *skincare* tersebut dan hanya sekedar mempromosikan saja.

Dalam aktivitas endorsement yang banyak kita temukan di beberapa media sosial, terdapat beberapa celebrity endorser yang menonjolkan sisi menarik dari bagian tubuh mereka (*tabarruj*), berpakaian ketat, dan bahkan ada yang sampai melewati batas aurat dalam memasarkan produk yang mereka *endorse*,[15] begitu juga terkadang ada yang melakukan penipuan atau memberikan persepsi yang keliru atau tidak sesuai dengan kualitas produk yang diiklankan kepada konsumen.[16]

Diantara selebriti Instagram di wilayah Kecamatan Masbagik yang mempromosikan produknya ada beberapa selebgram yang kurang atau tidak jujur atau

[14]Huliati, Wawancara, 1 Juli 2023, 17:33

[15]https://www.bitebrands.co/2016/09/antara-Karin-anya-geraldine-brand-endorsement.html?m=1

[16]http://jabar.tribunnews.com/2018/03/28/bongkar-habis-deddy-corbuzier-sebut-bisnis-endorseartis-ternyata-penipuan-ini-pengakuannya?page=all, (28 Maret 2018).

juga memberikan persepsi yang keliru mengandung unsur penipuan atau tidak sesuai dengan kualitas produk yang dipromosikan kepada konsumenserta promosi yang belum bisa dibuktikan kebenarannya. Padahal dalam *endorsment* praktiknya seorang selebgram harus memberikan keterangan dan pernyataan yang sesuai dengan keadaan suatu produk yang di promosikan, dan harus mencobanya terlebih dahulu sebelum merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

Endorsement Sebagai Alat Pemasaran di Media Sosial dalam Perspektif Hukum Islam

Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan. Dengan catatan selama dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntunan ajaran agama Islam. Jual beli merupakan tindakan atau transaksi yang hukumnya adalah boleh atauibadah. Dasar hukum yang memperbolehkan yaitu salah satunya terdapat dalam Al-Qur‟an Surah An-Nisa Ayat 29.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا 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." (Q.S An-Nisa: 29).*[17]

*Endorsement*dalam hukum ekonomi Islam merupakan solusi terhadap kebutuhan pasar yang memimpikan penerapan bisnis yang sesuai dengan nilai dan kaidah agama. Ada empat prinsip yang menjadi *Key Success Factors* (KSF) dalam mengelola suatu bisnis dalam *endorsement*, agar mendapat celupan nilai-nilai moral yang tinggi, yaitu :[18]

1. *Shiddiq* (jujur) jika seorang pemimpin senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kepemimpinannya haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam

[17]Al-Qur'an dan Terjemahnya, Departemen Agama RI, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005). hlm. 83.
[18]Infosky, "Kunci sukses Bisnis", dalam hhtp://infosky.wordpress.com/2008/04/11/kunci-suksesbisnis, (11 Maret 2013).

melakukan pemasaran, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan nasabah, dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya.

2. *Amanah* (terpercaya) artinya, dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel, juga bermakna keinginan untuk untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Diantara nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah amanah.
3. *Fathanah* (cerdas), dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Pemimpin yang fathanah adalah pemimpin yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya.
4. Tabligh (komunikatif), artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat ini akan menyampaikannya dengan benar dan dengan tutur kata yang tepat *(bi al-hikmah*). Berbicara dengan orang lain dengan sesuatu yang mudah dipahaminya, berdiskusi dan melakukan presentasi bisnis engan bahasa yang mudah dipahami sehingga orang tersebut mudah memahami pesan bisnis yang ingin kita sampaikan.

Dalam islampada saat menjalankan sebuah bisnis harus didalamnya mengandung nilai-nilai Islami, umat Islam memiliki kitab suci Al-Quran dan sudah seharusnya menjadi penuntun/pedoman hidup, agar tidak tedapat unsur penipuan atau kebohongan dalam menjalankan sebuah bisnis. Tidak terkecuali saat mempromosikan suatu produk dengan strategi *endorsment*, harus berlandaskan dengan prinsip-prinsip bisnis yang sesuai dengan akidah hukum ekonomi syariah seperti kejujuran serta tanggung jawab yang sangat besar dikarenakan tanggung jawab seorang selebriti instagram atas suksesnya penjualan suatu produk itu sendiri.

Dalam pemilihan selebriti instagram atau selebgram ditentukan berdasarkan jumlah *followers* serta kepopuleran yangdimiliki selebgram yang akan berdampak besar pada penjualan suatu produk. Selebriti instagram memberikan keterangan atau caption dalam sebuah foto dengan memakaiproduk yang di endorskan dengan kata-kata yang sopan dan meyakinkan konsumen bahwa produk yang dipromosikan layak untuk dibeli. Tidak bisa dipungkiri bahwa penggunaan *endorsement* dalam dunia pemasaran banyak memberikan dampak positif terhadap efektifitas pemasaran produk terhadap konsumen, berikut adalah beberapa dampak positif penggunaan *endorsement* :

a. Dapat menarik perhatian konsumen, dan menaikkan tingkat komunikasi sebuah pesan dari iklan. Semakin berkembangnya dunia teknologi informasi pada era modern ini, membuat persaingan dunia pemasaran semakin ketat, karena itulah penggunaan celebrity yang mempunyai ketenaran dianggap salah satu cara yang dapat menarik dan memenangkan perhatian konsumen, dan menaikkan tingkat komunikasi sebuah pesan dari iklan.

b. Dapat memperbaiki dan mempercantik image perusahaan
c. Penggunaan celebrity yang mempunyai ketenaran dianggap dapat membantu perusahaan dalam memasuki pasar baru.
d. Dapat membantu konsumen dalam mengingat sebua produk atau brand.[19]

Adapun dampak negatif pengunaan endorsement sebagai berikut :

a. Ketidak sesuaian antara pemahaman konsumen dengan pesan yang disampaikan

Ketika seorang celebrity meminjamkan image-nya ke dalam sebuah produk ataupun brand bisa jadi akan menimbulkan sebuah dampak yang tidak terlalu besar, hal ini disebabkan oleh ketidak sesuain antara apa yang dalam pikiran konsumen dengan pesan yang disampaikan.

b. Dapat menimbulkan kekecewaan fans dari seorang celebrity

Ketika seorang celebrity melakukan beberapa endorser terhadap berbagai macam brand yang dilatar belakangi motif uang, hal ini dapat menimbulkan kekecewaan fans dari celebrity tersebut,yang kemudian menyadarkan konsumen bahwa endorsement yang dilakukan adalah semata untuk kepentingan uang dan tidak ada kaitannya dengan dengan fitur produk atau atribut dari produk itu sendiri.[20]

Seorang selebriti instagram juga harus memperhatikan betultolak ukur dari sebuah produk yang akan di *endorsekan*, apakah produk tersebut benar-benar aman dan sudah sesuai atau mempunyai izin BPOM serta jaminan halal. Penyelenggaraan produk

[19]Palagan Ankasaniscara, "Analisis pengaruh celebrity endorsement pada brand image terhadap keputusan pembelian", (Tesis—Universitas Indonesia, Jakarta, 2014), hlm. 8.

[20]Palagan Ankasaniscara, *Analisis pengaruh celebrity endorsement pada brand image terhadap keputusan pembelian.* hlm. 8.

halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.

Menurut analisis peneliti, praktik *endorsment* di Kecamatan Masbagik masih ada terdapatseorang selebgram yang kurang amanah dan kurangjujur dalam mempromosikan sebuah produk yang dipasarkan melalui iklan, dan kurangnya pengetahuan seorang selebgram dalam menentukan produk-produk yang akan di promosikan kepada konsumen. Kemudian selebgram tersebut mempromosikan produknya kurang sesuai dengan kondisi serta ketentuan hukum ekonomi syariah, yaitu minim atau kurangnya pengetahuan tentang suatu produk yang akan di promosikan apakah produk tersebut sudah sesuai dengan izin BPOM dan jaminan halal,dan memberikan ulasan/keterangan secara berlebih tentang suatu produk. sedangkansaat melakukan praktik *endorsment* seorang selebgram harus memberikan ulasan serta pernyataan yang sesuai dengan keadaan suatu barang atau produk yang akan ia promosikan. Dalam Islam, tidak semua barang atau produk boleh dijual-belikan, begitu juga tidak semua barang boleh dipromosikan, akan tetapi barang yang boleh dipromosikan harus memenuhi standart legalitas syariah, sebagaimana berikut :

1) Barang atau Produk harus halal (BPOM)

Barang atau produk harus halal dalam artian barang yang akan dipromosikan harus dikatakan bersih menurut Syariah, tidak mengandung najis atau barang yang sudah dinyatakan halal dari keputusan ulama atau mendapatkan stempel halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

2) Barang atau produk yang diendorse adalah Produk asli

Imam al-Ghazali menjelaskan bahwa Mempromosikan produk-produk palsu adalah sebuah kedzaliman, Karena akan merugikan konsumen jika ia tidak tahu akan hal itu, dan jika ia tahu bahwa produk itu palsu kumudian dipromosikan olehnya dan begitu juga oleh orang ketiga, keempat dan seterusnya maka dosanya ditanggung oleh orang

yang pertama kali mempromosikan produk palsu tersebut. Karena ialah yangmembuka pintu kerusakan dan kedzaliman itu.[21]

Selain itu, ulama' telah menjelaskan beberapa etika *endorser* dalam memasarkan produk, diantaranya adalah imam al-Ghazali dalam kitab *Ihya'Ulum al-Din,* sebagaimana berikut :

1) Endorser harus menutup Aurat

Yang dimaksud dengan menutup aurat adalah menutupi anggota tubuh dari pandangan manusia.[22] Para ulama' sepakat bahwa Menutup aurat dari pandangan manusia hukumnya wajib, baik dalam shalat maupun diluar shalat.[23] Sebagaimana yang dinyatakan oleh Al-Abhary :

"Menutup aurat merupakan kefarduan secara umum, maka diwajibkan atas setiap manusia untuk menutup aurat, baik dalam Shalat maupun Diluar shalat".[24]

2) Tidak memuji produk yang di *endorse* secara berlebihan

Imam al-Ghazali menjelaskan bahwa Seorang endorser dianjurkan untuk tidak memuji produk yang dipromosikan dengan sifat-sifat yang secara nyata tidak ada dalam produk tersebut, karena itu merupakan pembohongan pada konsumen. jika konsumen tertarik pada produk tersebut dan menerimanya maka itu merupakan sebuah Talbis, kedzaliman dan kebohongan, jika konsumen tidak tertarik maka itu merupakan kebohongan dan pencemaran nama baik produk itu sendiri. *Endorser* diperbolehkan memuji suatu produk dengan sifat-sifat yang memang benar-benar ada dalam produk itu dengan menggunakan Bahasa yang tidak berlebihan atau untuk menjelaskan spesifikasi yang tidak diketahui oleh konsumen seperti kualitas, kapasitas dan lain-lain.[25]

3) Tidak menggunakan kata sumpah (Demi Allah)

[21]Al-Ghazali, Ihya' Ulum al-din, hlm. 517
[22]Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta:Pustaka al-Kautsar, 2001), hlm. 166.
[23]Al-Qurthuby, *Al-jami' Li Ahkam Al-qur' an*, (Kairo: Dar al-kutub al-Misriyah, 1964), hlm. 182.
[24]Al-Khazin*, LubabAl-ta'wil Fi Ma'ani At-Tanz*i, (Bairut; Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 1415 H), hlm. 194
[25]Al-Ghazali, *Ihya' Ulum al-din*, hlm. 75.

Seorang endorser tidak selayaknya mengunakan kata sumpah (Demi Allah dll) dalam memasarkan atau mempromosikan suatu produk. jika ia berbohong atas sumpah itu maka ia telah melakukan sumpah palsu (*Yaminal-ghamus*) yang termasuk dosa besar.

4) Transparan dalam mempromosikan suatu produk

Seorang *endorser* harus transparan mempromosikan produk yang di endorse dengan menjelaskan kekurangan-kekurangan produk yang dipromosikan, baik yang tidak Nampak maupun yang Nampak. Dan tidak diperbolehkan untuk menutup-nutupi kekuranganya, karena itu merupakan bentuk penipuan.Dalam *endorse* harus ada prinsip Transparan atau rekomendasional ; yaitu dengan menjelaskan dan memaparkan kekurangan dari produk endorse tersebut. Sebagaimana yang diriwayatkan bahwa Nabi SAW ketika membai'at Jarir atas Islam Rasulullah berbalik dan menghela pakaiannya dan mewajibkan pada jarir untuk bersikap Transparan pada setiap Muslim. Maka setiap kali Jarir mempromosikan produk-produknya, ia menjelaskan kekurangan-kekurangan dan memberikan pilihan pada calon konsumen, dan berkata: jika anda berkenan membelinya maka ambillah, jika tidak maka tinggalkanlah! Maka diakatakan padanya; Jika kamu mempromosikan barang-barang daganganmu seperti ini, maka tidak aka nada satupun barang atau produk yang akan terjual, Ia menjawab: Sesungguhnya Rasulullah SAW Membai'at kami dengan berprinsip transparan dan rekomendsional bagi setiap Muslim.[26]

5) Tidak ada konten yang menjelekkan produk lain.

Salah satu dari etika-etika yang dianjurkan oleh Al-qur an dan Hadits adalah menjauhi Tahqir.[27] 50 Yang dimaksud dengan Tahqir disini adalah menjelekkan-jelekkan atau mencela orang lain atau produknya. Menjelekkan produk lain sebenarnya bukanlah cara yang efektif untuk menarik pelanggan, bukannya tertarik akan produk yang diendorse, melainkan konsumen tidak akan simpati sedikitpun pada produk yang sedang di endorse tersebut.

Dalam Islam Praktik *endorsment* ini tercakup kedalam perkara muamalah dan hukum asal dari perkara tersebut adalah diperbolehkan selama tidak mengandung

[26]Muhammad bin Abdul Aziz Al-Sulaiman al-Qur'awy, *Al-jadid Fi syarhi kitab Al-tauhid* (Jedah: Maktab Al-sawady, 2003), hlm. 452.

[27]Muhammad bin Abd Rahman al-Khamis, *I'tiqad Aimmati al-salaf ahlu al-Hadits*, (Kuwait; Dar Ilafi al-Daulyah, 1999), hlm. 348

unsur-unsur terlarang dan dibolehkan apabila sesuai dengan kaidah-kaidah islmiyah seorang *endorser*. Seperi menggunakan bahasa yang baik dan sopan, tidak memperlihatkan atau menampakkan aurat, tidak berisi maksiat, fitnah dan tidak pula membanding-bandingan produk yang dipromosikan dengan produk lain serta promosi yang mengandung pujian yang berifat nyata dan benar dan tidak dibuat-buat atau dilebih-lebihkan maka promosi seperti ini diperbolehkan. Jika dalam praktik *endorsment* terdapat unsur penipuan seperti menjelaskan kelebihan suatu produk yang sifatnya dibuat-buat dan melebih-lebihkan produk yang di promosikan maka hal itu sudah melanggar tata cara jual beli dalam Islam.

Ketika seorang pelaku *endorsement* atau selebgram tidak jujur pada saat ia memberikan ulasan promosi kepada para konsumen maka itu akan sangat merugikan konsumen, contohnya pada sebuah produk *make up* seorang selebgram menerangkan dengan perkataan bahwa produk tersebutdapat melembabkan, mencerahkan kulit dan lain sebagainya, sedangkan kenyataannya selebgram tersebut tidak pernah bahkan benar-benar memakai produk yang di promosikan tersebut, dan belum terbukti kebenarannya secara jelas apakah dapat mencerahkan kulit atau malah sebaliknya dapat menimbulkan efek samping seperti muncul ruam merah dan jerawat pada kulit bahkan sampai bengkak. Inilah yang dikhawatirkan jika menimbulkan dampak yang berbahaya bagi para konsumen, maka dari itu seorang selebgram harus betul-betul memahami kriteria-kriteria produk yang aman dan sudah mendapat izin dari BPOM, pada saat mempromosikan produknya serta sangat penting adanya testimoni terhadap barang atau produk sebelum di promosikan kepada konsumen agar para konsumen percaya dan yakin terhadap produk yang di promosikan oleh selebgram serta dapat mempercayai selebgram dan pantas untuk dinilai memiliki citra yang baik dalam masyarakat khsusnya kepada para konsumen.

IV. KESIMPULAN

praktik *endorsement* tercakup kedalam perkara muamalah dan hukum asal dari perkara tersebut adalah diperbolehkan. Penerapan saat melakukan suatu praktik endorsement sebagai media pemasaran di media sosial (medsos) yang dilakukan oleh pelaku *endorsement* di kecamatan Masbagik. Secara keseluruhan masih terdapat seorang

selebgram yang kurang jujur pada saat mempromosikan produk yang dijual di media sosial (medsos). Adapun Penerapan *endorsement* ini diperbolehkan apabila sesuai dengan prinsip-prinsip syariat ataupun kaidah Islamiyiah seorang *endorser*. Seperti pada saat melakukan praktik *endorsement* harus memberikan ulasan serta pernyataan yang jelas sesuai dengan keadaan suatu barang atau produk yang akan di promosikan karna dalam islam tidak semua boleh untuk dipromosikan, adapun kriteria barang yang boleh dujual-belikan dan di promosikan harus memenuhi standar legalitas syariah seperti barang produk harus halal atau sudah ada izin BPOM serta barang yang di promosikan adalah produk asli karena jika produk itu palsu kemudian di promosikan maka akan terjadi kekecewaan pada setiap konsumen selain itu etikanya juga menggunakan bahasa yang baik dan sopan, pakaian yang menutup aurat atau tidak menampakkan aurat, kalimat yang diucapkan tidak memuji produk yang di endorse secara berlebihan, tidak selayaknya menggunakan kata sumpah (Demi Allah), tidak ada konten yang membandingkan serta menjelekkan produk yang dipromosikan dengan produk lain serta transparan dalam mempromosikan suatu produk yang di *endorse* dengan menjelaskan kenyataan sebuah produk seperti kekurangan-kekurangan dari produk tersebut baik yang Nampak maupun yang tidak Nampak dan tidak diperbolehkan menutup-nutupi kekurangan karena itu termasuk bentuk dari penipuan.

V. DAFTAR PUSTAKA

Adityasari, Novy. "Endorsement Sebagai Trend Media Pemasaran Dalam Perspektif Islam," Skripsi, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2015)

Al-Ghazali, Ihya' Ulum al-din.

Al-Khazin, *LubabAl-ta'wil Fi Ma'ani At-Tanz*i, (Bairut; Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 1415 H).

al-Khamis, Muhammad bin Abd Rahman. *I'tiqad Aimmati al-salaf ahlu al-Hadits*, (Kuwait; Dar Ilafi al-Daulyah, 1999)

Al-Muslih, Khalid bin Abd Allah. *al-Hawafiz al-Tijariyah*,(t.t.p: t.p., t.t.).

al-Qur'awy, Muhammad bin Abdul Aziz Al-Sulaiman. *Al-jadid Fi syarhi kitab Al-tauhid* (Jedah: Maktab Al-sawady, 2003).

Al-Qurthuby, *Al-jami' Li Ahkam Al-qur' an*, (Kairo: Dar al-kutub al-Misriyah, 1964).

Dawwabah, Asyraf Muhammad. *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah* (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra,2006)

Fahmi. M, "*Endorse dan Paid Promote Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam. An-Nawa*", Jurnal Studi Islam, Vol. 1, No. 1, Juni (2018)

Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta:Pustaka al-Kautsar, 2001).

Saporso dan Dian Lestari, "*Peranan endorser terhadap brand image dari sudut pandang konsumen*", Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis,Vol. 9, No.3, Sepetember (2009)

Utami, Pratiwi Budi. "*Strategi komunikasi pemasaran melalui Endorsement pada online shop di Indonesia*" (Tesis—Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa, 2014)