

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PROFESI
ENDORSEMENT PRODUK KECANTIKAN**

(Studi Pasar Panorama Kota Bengkulu)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh

Gelar Sarjana Hukum(SH)

OLEH:

PUTRI AYU NENGSIH

NIM: 1711120021

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNO BEGKULU 1443 H /2022 M**


PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis Putri Ayu Nengsih, NIM 1711120021 dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Profesi Endorsement Produk Kecantikan (Studi Pasar Panorama Kota Bengkulu)", Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan Pembimbing II, oleh karena itu skripsi ini disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah skripsi Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Bengkulu, Februari, 2022 M/1443 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. H. Supardi Mursalin M.Ag
NIP. 196504101993031007


Dr. Ismail Jalili, MA
NIP. 197406182009011004



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
BENGKULU
FAKULTAS SYARIAH

Alamat Jl. Raden Fatah, PagarDewatelp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi disusun oleh: **PUTRI AYU NENGSIH**, NIM: 1711120021 yang berjudul "**Tinjauan Hukum Iskam Terhadap Profesi Endorsement Produk Kecantikan (Studi Pasar Panorama Kota Bengkulu)**". Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Soekarno Bengkulu Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 17 Februari 2022

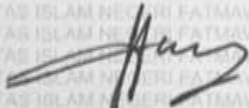
Dan dinyatakan **LULUS**, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syariah.

Bengkulu, Februari 2022 M
Rajab 1443 H
Dekan Fakultas Syari'ah


Dr. Suwariin Irsyad, S.Ag., MA
NIP. 196904021999031004

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua


Dr. Iim Fahimah, Lc, MA
NIP. 197307122006042001

Penguji I


Rohmadi, S.Ag., MA
NIP: 1971032019966031001

Sekretaris


Dr. Ismail Jalili, MA
NIP: 197406182009011004

Penguji II


Wahyu Abdul Jafar, M.H.I
NIP: 198612062015031005

MOTTO

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٨﴾

“ 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[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”(QS. An-Nisaa: 29)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk mereka yang tercinta dan tersayang

1. Ayahku tercinta Agus Porwanto dan Ibundaku tercinta Hermiyani yang selalu mendoakanku, mendidikku, memberikan semangat kepadaku, mengajarkanku arti sebuah keidupan, arti sebuah kesabaran, arti sebuah tanggung jawab, dan terima kasih telah berjuang dan berkorban untukku demi kesuksesan dan kebahagiaanku.
2. Kakekku tersayang dan nenekku tersayang beserta pamanku, bibiku dan kakak-kakakku yang selalu mendoakan suksesanku dan memberikan semangat kepadaku.
3. Adek-adekku tersayang yang selalu memberikan kekuatan kepadaku untuk menjadi contoh yang baik agar mereka bangga kepadaku.
4. Teruntuk kamu abangku, ayah, teman, sahabat Muhammad Apriasnyah yang selalu ada, mendoakan dan tidak pernah berhenti memberikan support untuk diriku.
5. Sahabat kampusku. Detik Mega Pangesti, Yelvia Reza, Dini Gustiani, Novia Ilhami, dan Lika Monik Konelya, yang telah mendahuluiku tetapi mereka selalu menemani langkahku, selalu mengulurkan tangan untuk memberikan bantuan kepadaku dan selalu mendoakan kesuksesan ku.

6. Sahabat seperjuanganku dari masa Madrasah Aliyah. Julyanti Lestari (julay), Yustika Tri Wulandari (nyus), Sisca Aprilia (mimiku), Pertiwi Agustini (mbul) Dhea Dwi (cabehku) dan Resky Juliana yang sampai sekarang selalu ada disaat aku sedih, senang, dan susah.
7. Teman seperjuangku HES Angkatan 2017 lokal A, dan teman seperjuangan DEMA FASYA angkatan 2018, serta Almamater kebanggaanku yang telah menepahku.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi yang berjudul Tinjauan Hukum Islam Terhadap Profesi Endorsement Produk Kecantikan (Studi Pasar Panorama Kota Bengkulu) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya, dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Bersedia skripsi ini diterbitkan di Jurnal Ilmiah Fakultas Syariah atas nama dosen pembimbing skripsi saya.
5. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Februari 2022 M

1443 H

Saya yang menyatakan


Fu'ri Ayu Nengsih
NIM. 1711120021

ABSTRAK

Putri Ayu Nengsih, Nim 1711120021, Judul Skripsi **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Profesi Endorsement Produk Kecantikan (studi Pasar Panorama Kota Bengkulu)”** Pembimbing 1 Dr. H, Supardi, M.Ag dan Pembimbing 2 Ismail Jalili, M.ag., Ph.D

Ada dua persoalan yang dikaji dalam skripsi ini yaitu (1) Bagaimana gambaran umum tentang profesi *Endorsement* di Pasar Panorama kota Bengkulu (2) Bagaimana Tinjauan Hukum Islam terhadap profesi *Endorsement* Produk Kecantikan di pasar Panorama kota Bengkulu. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji lebih dalam mengenai ketentuan praktik *Endorsement* produk kecantikan di Pasar Panorama kota Bengkulu. Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui bagaimana *endorsement* sebagai profesi jasa melalui media sosial dalam Tinjauan Hukum Islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sedangkan sifat penelitian bersifat deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat peneliti simpulkan bahwa: Praktik Profesi *Endorsement* pada Pasar Panorama Kota Bengkulu masih terdapat Pelaku *Endorse* dan pemilik toko yang tidak jujur atau memberikan persepsi yang mengandung unsur penipuan atau tidak sesuai dengan kualitas produk yang dipromosikan kepada konsumen serta promosi yang belum bisa dibuktikan kebenarannya. Praktik *endorsement* ini diperbolehkan apabila sesuai dengan kaidah-kaidah islamiyah seorang *endorser*. Seperti menggunakan bahasa yang baik dan sopan, tidak menampakkan aurat, tidak berisi makhsiat atau fitnah dengan membanding-bandingkan produk yang dipromosikan dengan produk lain serta promosi yang mengandung pujian yang bersifat nyata dan benar serta tidak direkayasa.

Kata Kunci: Profesi, *Endorsement*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji serta syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PROFESI ENDORSEMENT PRODUK KECANTIKAN (Studi Pasar Panorama Kota Bengkulu)**. Shalawat dan salam semoga tetap di limpahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk penulisan skripsi pada program studi Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Dalam penyusunan Skripsi ini penulis mendapat bantuan dari semua pihak dengan demikian penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. KH. Zulkarnain, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UINFAS) Bengkulu.
2. Dr. Suwarjin, MA. Selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UINFAS) Bengkulu.
3. Badrun Taman, MH.I Selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UINFAS)

Bengkulu yang telah membimbing dan mengarahkan dalam setiap proses penyelesaian skripsi ini.

4. Dr. Supardi, M.Ag. Selaku pembimbing I yang telah membimbing, motivasi, semangat, mengarahkan dengan kesabaran sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik dan dalam waktu yang tepat.
5. Ismail Jalili, M.Ag.,Ph.D. Selaku pembimbing II yang telah membimbing, motivasi, semangat, mengarahkan dengan kesabaran sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik dan dalam waktu yang tepat.
6. Dr. Iim Fahimah Lc., M.Ag Selaku pembimbing akademik penulis yang telah mengarahkan penulis dari awal perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UINFAS) Bengkulu yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu dengan penuh kesabaran.
8. Staf dan Karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan terbaik dalam hal administrasi.
9. Kedua orang tuaku yang selalu mendoakan kesuksesan.
10. Kepada seluruh informan yang telah berpartisipasi memberikan informasi mengenai penelitian penulis.

11. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini tentu belumlah sempurna dan masih banyak kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki kesempurnaan skripsi ini kedepannya. Semoga skripsi dapat memberikan manfaat bagi semua pembacanya.

Bengkulu, februari 2021

Putri Ayu Nengsih
NIM. 1711120021

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBINGii
HALAMAN MOTTOiii
HALAMAN PERSEMBAHANiv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
ABSTRAKvi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	..x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Penelitian Terdahulu.....	10
F. Metode Penelitian	15

BAB II KAJIAN TEORI

A. Endorsement.....	26
1. Pengertian Endorsement	26
2. Macam-Macam Endorsement	27
3. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014	32
4. Penjelasan Umum Undang-Undang Jaminan Produk Halal.....	36
5. Dampak Positif dan Dampak Negatif Endorsement	39
B. Konsep Endorsement Dalam Hukum Islam.....	41
1. Pengerian Endorsement Dalam Hukum Islam...	41
2. Etika Endorsement Dalam Hukum islam.....	42
3. Ijarah	46
4. Landasan Hukum Ijarah.....	48
5. Rukun dan Syarat Ijarah.....	52
6. Ujrah	54

BAB III GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

A. Letak Geografis Pasar Panorama	59
B. Sejarah Pasar Panorama	60

C. Gambaran Umum Pasar Panorama Bengkulu	62
1. Struktur Organisasi Panorama	62
2. Keadaan Bangunan Pasar Panorama.....	63
3. Keadaan Pedagang Pasar Panorama.....	64
4. Kegiatan Endorsement Produk Kecantikan di Pasar Panorama Kota Bengkulu.....	66

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Praktik Profesi Endorsement di Pasar Panorama kota Bengkulu	45
B. Profesi Endorsement Produk Kecantikan di Pasar Panorama kota Bengkulu Di Tinjau Dari Hukum Islam.	58

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan antara satu dengan yang lain. Manusia akan saling tolong menolong dan berusaha mencari karunia Allah yang ada di muka bumi ini sebagai sumber ekonomi. Hal itu sudah menjadi kodrat manusia sebagai makhluk sosial. Salah satu cara yang dapat digunakan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup adalah dengan cara bekerja mencari harta(kekayaan).

Dalam agama islam mencari harta kekayaan itu boleh dan dengan cara yang baik, salah satunya dengan cara bekerja dengan cara berniaga atau jual beli, itu semua sebagai bentuk muamalah yang di perbolehkan di dalam agama islam termasuk juga jual beli secara online.

Pada masa modern saat ini, dengan semakin canggihnya teknologi informasi, banyak cara yang di lakukan penjual untuk memasarkan produk yang mereka tawarkan salah satunya dengan cara melakukan pemaparan iklan atau

promosi, banyak macam bentuk promosi dalam periklanan sebagai dasar pendukung suatu produk yang akan di tawarkan sehingga mampu menampilkan bentuk iklan sedemikian rupa. Tidak hanya dengan tulisan, melainkan menggunakan unsur audio dan video, salah satu strategi yang banyak digunakan untuk memasarkan produk pada era yang semakin canggih ini adalah strategi *Endorsement*.⁷

Endorsement merupakan salah satu strategi pemasaran online yang efektif untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan tokoh terkenal sebagai alat pendukung dan penunjang ketertarikan masyarakat dengan produk yang ditawarkan di media sosial yang digunakan. Media sosial menjadi kebutuhan yang bisa di bilang pokok untuk zaman sekarang.

Akhir-akhir ini strategi pemasaran *endorsement* tengah banyak diminati oleh pelaku usaha, karena di nilai lebih efektif dan juga lebih banyak menarik daya minat konsumen

⁷Muhammad al-Kamili, "*Hukum Iklan: Sebuah tinjauan Syariah*", dalam: <https://almanhaj.or.id/2637-hukum-iklan-sebuah-tinjauan-syariah.html>, (2010), diakses pada Tanggal 09 Agustus 2021.

untuk membeli suatu produk yang di pasarkan. Dilihat dari berbagai media sosial, para pemilik perusahaan atau para pelaku usaha menawarkan sebuah produk dengan meminta tokoh terkenal untuk mempromosikan produknya. Teknisnya adalah perusahaan yang ingin produknya di *endorse* mencoba untuk menghubungi tokoh *endorse* melalui media sosial. Kemudian tokoh *endorse* tersebut diminta untuk mempromosikan dengan cara membagikan foto mereka memakai produk tersebut di media sosial yang mereka miliki. Suatu strategi dapat menjadi efektif apabila mempunyai perencanaan yang maksimal. Perencanaan yang matang adalah hal yang sangat penting pada penggunaan strategi *endorsement*.⁸

Salah satu nya dalam pemasaran produk kecantikan. Seperti yang kita ketahui pada saat ini produk kecantikan semakin banyak di gemari oleh masyarakat terutama khususnya pada kalangan wanita, tidak hanya wanita laki-laki pun tidak di pungkiri juga banyak yang menggemari produk

⁸Sri AyuWulandari, *Pengaruh Penggunaan Endorsement Terhadap Omzet Penjualan Usaha Online Shop Di Palangka Raya*, dalam <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id>, (2017), diakses pada Tanggal 09 Agustus 2021.

kecantikan, dengan semakin tinggi angka peminat suatu produk dan semakin banyaknya perusahaan yang juga mulai mengembangkan produknya, bukan hanya banyak tetapi produk kecantikan pada saat ini sudah semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman yang semakin canggih, banyaknya pelaku usaha atau bisnis yang selalu mengeluarkan terobosan-terobosan terbaru yang membuat daya saing semakin tinggi, maka tidak heran pentingnya sebuah perusahaan memiliki strategi pemasaran seperti melakukan promosi iklan yang efektif.

Proses *endorsement* itu sendiri dilakukan yaitu dengan memilih tokoh *endorse* melalui sosial media, setelah itu perusahaan atau pemilik toko mencoba untuk menghubungi tokoh *endorse* melalui akun sosial media, lalu para pelaku usaha atau pemilik toko akan menunggu respon dari tokoh yang ingin mereka ajak untuk bekerjasama dalam sebuah promosi iklan produk yang di tawarkan.

Kegiatan promosi melalui *endorsement* saat ini semakin banyak dilakukan oleh para pelaku usaha guna untuk

menarik minat konsumen. Di pasar tradisional Panorama beberapa pelaku usaha/toko menggunakan metode promosi *endorsement* guna untuk menarik minat konsumen lebih banyak, pelaku usaha sudah melakukan kegiatan promosi ini paling lama sejak satu tahun yang lalu dan ada juga yang baru menggunakan strategi *endorsement* ini sejak beberapa bulan yang lalu, dalam hal ini kedua belah pihak memiliki perjanjian atau kesepakatan sebelum menandatangani kontrak kerja yang di lakukan pemilik usaha/toko dan penerima jasa *endorsement* kebanyakan kesepakatan yang di lakukan sesuai dengan penerima jasa *endorserment* itu sendiri salah satunya pelaku *endorsement* yang bernama Nanda Salim yang memiliki akun Instagram @nandasalim yang memiliki jumlah *followers* 1.705 menerima jasa *endorser* produk kecantikan nanda mematok tariff Rp. 45.000 untuk *snaggram* selama 24 jam dan Rp. 120.000 jika pemilik toko meminta foto atau video dari produk mereka ingin di posting. Sebagai pihak yang disewa untuk mempromosikan sebuah produk kecantikan, Nanda harus mempromosikan produk *endorse* tersebut, namun dalam

mempromosikan sebuah produk yang di *endors* terkadang Nanda tidak benar-benar memakai produk yang di *endorserkan* dan memberikan promosi yang belum terbukti kebenarannya. Misalnya pada produk body lotion Nanda mengatakan telah memakai produk tersebut dan dapat mencerahkan kulit dan mengatasi kulit kusam dan melembabkan kulit, namun kenyataannya Nanda tidak memakai *body lotion* tersebut dan hanya sekedar mempromosikan saja, serta belum terbukti dapat mengatasi kulit kusam dan mencerahkan kulit seperti yang telah di promosikan.

Dari penjelasan diatas Terdapat beberapa pelaku *endorser* yang dalam mempromosikan suatu produknya masih ada yang tidak jujur atau memberikan persepsi yang keliru atau tidak sesuai dengan kualitas produk yang diiklankan kepada konsumen.

Jika dalam suatu promosi iklan pelaku *endorsement* tersebut menyatakan baik dengan, ungkapan lisan atau tulisan bahwa mutu produk itu bagus dan berkualitas padahal

sebenarnya pelaku *endorse* tidak tahu persis tentang kualitas sebenarnya produk yang di *endorse*, maka ada kesan tidak jujur dalam penyampaian suatu iklan promosi tersebut. Ada kecurangan yang dilakukan pelaku *endorse* dan pelaku usaha/toko guna menarik perhatian konsumen melalui promosi produk yang ditawarkan. Sedangkan menurut hukum Islam, segala jenis transaksi yang ada unsur kebohongan/tidak jujur adalah dilarang.

Sementara itu, seorang muslim dalam menjalankan suatu usaha dan pekerjaan harus berlandaskan dengan nilai-nilai Islam, umat Islam memiliki kitab suci Al-Qur'an dan sudah sepatutnya menjadi pedoman hidup, jangan sampai terdapat unsur kebohongan dalam menjalankan sebuah usaha.

Tidak terkecuali dalam hal mempromosikan suatu produk dengan strategi *endorsement*, harus dilandasi dengan prinsip dasar Islam dalam melakukan muamalah yang baik seperti menerapkan kejujuran serta tanggung jawab.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Profesi Endorsement Produk Kecantikan (Studi di Pasar Panorama kota Bengkulu)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat di rumuskan beberapa permasalahan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik profesi *Endorsement* di Pasar Panorama kota Bengkulu?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam terhadap profesi *Endorsement* Produk Kecantikan di pasar Panorama kota Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui Bagaimana gambaran praktik profesi *Endorsement* di Pasar Panorama kota Bengkulu.

2. Untuk mengetahui Bagaimana tinjauan hukum islam terhadap profesi *Endorsement* Produk Kecantikan di Pasar Panorama kota Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis, untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan hukum pada umumnya dan hukum ekonomi syari'ah pada khususnya bagi mahasiswa dan akademisi lainnya. Serta menjadi acuan pada penelitian selanjutnya, terutama pada penelitian yang berkaitan dengan *endorsement*. Bagi pelaku *endorse* dapat dikembangkan sebagai pengetahuan dan wawasan agar menjadi prilaku yang lebih baik dan elegan.
2. Secara praktis, Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan bahan informasi pada masyarakat. Serta hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan masukan pada pelaku *endorse* agar lebih selektif dalam memilih produk yang akan *di-endorse*.

E. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari munculnya asumsi duplikasi hasil penelitian, maka peneliti perlu memberikan pemaparan tentang beberapa karya yang telah ada yang memiliki kemiripan dengan objek yang akan peneliti lakukan. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Zulrama Dermawan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dengan judul “Peranan *Celebrity Endorse* Dalam Menarik Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar)”. Dalam penelitian ini penulis membahas tentang Kontribusi *celebrity endorser* dalam menarik minat beli pengguna media sosial instagram pada mahasiswa UIN Alauddin Makassar adalah membantu memperkenalkan produk/jasa kepada pengguna media sosial instagram dengan metode *celebrity endorser*, membantu menarik minat

beli pengguna media sosial instagram dengan bantuan *celebrity endorse*.⁹

2. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Sri Ayu Wulandari mahasiswa prodi Ekonomi Syari'ah IAIN Palangkaraya dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Endorsement* Terhadap Omzet Penjualan Usaha Online Shop Di Palangka Raya”. Di dalam penelitian ini *Endorsement* dengan Omzet penjualan memang memiliki pengaruh. Sehingga *Endorsement* menjadi faktor pengaruh meningkatnya omzet penjualan. Meningkatnya omzet penjualan ini ditunjukkan dengan tetap gencarnya online shop sampai bisa dikatakan berlomba – lomba agar tawaran *endorse* nya diterima kepada yang ditunjukan, dan juga dari pernyataan yang ada di item angket kebanyakan dari responden setuju apabila *endorsement* meningkatkan sikap konsumen pada minat pembelian sehingga setelah menggunakan

⁹ Zulrahma Dermawan, *Peranan Celebrity Endorser Dalam Menarik Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram* (Studi pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar), Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, dalam <http://repository.uin-alauddin.ac.id>, di unduh pada 17 Februari 2021.

endorsement laba yang didapatkan dalam sebulan bertambah banyak.¹⁰

3. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Farah Mumtaz Selian Mahasiswa prodi ilmu hukum universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah dengan judul “Perjanjian Baku Dalam *Endorsement* di Media Sosial Intagram”. Di dalam penelitian ini hukum dari pencantuman klausula baku dalam perjanjian *endorsement* oleh pihak *Endorser* terhadap *Endorser* dinyatakan sah dan mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak sepanjang memenuhi syarat sahmya perjanjian yang terdapat dalam pasal 1320 KUHPerdara. Hall ini sejalan dengan syarat sah perjanjian elektronik pada pasal 47 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE), sah apabila tidak termasuk dalam ketentuan-ketentuan Iklausula baku

¹⁰ Sri Ayu Wulandari, *Pengaruh Penggunaan Endorsemen Terhadap Omzet Penjualan Usaha Online Shop Di Palangka Raya*, di unduh pada 17 Februari 2021.

yang dilarang berdasarkan Undang-Undang Nomor Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), serta tidak terjadi perbuatan melawan hukum yang mana tidak dibenarkan menurut undang-undang kesusilaan dan ketertiban umum.¹¹

4. Penelitian yang dilakukan oleh Yanuar Widi Prabowo, Suharyono, dan Sunarti, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, dalam sebuah Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), vol. 14 No. 2 September 2014, dengan Judul “*Pengaruh Celebrity terdiri dari variabel Credibility Attractiveness Suitability Endorser Terhadap Minat Beli (Survei pada pengunjung 3Second Store Di Jalan Soekarno Hatta Malang)*”. Di dalam Jurnal ini berfokus kepada pengaruh dari Celebriy Endorser terhadap minat beli konsumen dalam pembelian produk 3Second di jalan Soekarno Hatta Malang.

¹¹ Farah Mumtaz Selian, *Perjanjian Baku Dalam Endorsement di Media Sosial Instagram*, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, dalam <http://repository.uinjkt.ac.id> di unduh pada 17 februari 2021.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Lidia Rochmania dan Fajar Siddiq Adi Prabowo, Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, dalam sebuah Jurnal e-Proceeding of Management: Vol. 3 No. 2 Agustus 2016, dengan judul “*Pengaruh Celebrity Endorsement pada Instagram Terhadap Minat Beli Produk Mode Lokal (Studi pada Sharena Gunawan)*”. Di dalam Jurnal ini berfokus terhadap tanggapan responden mengenai *celebrity endorsement* terhadap minat beli persial maupun simultan.¹²

Berdasarkan penelitian yang diteliti oleh Zulrahma Dermawan, Sri Ayu Wulandari, Farah Mumtaz, Yanuar Widi Prabowo, Suharyono, dan Sunarti, serta Lidia Rochmania dan Fajar Siddiq. Perbedaan mendasar dari penelitian tersebut terletak pada permasalahan yang diangkat oleh peneliti.

Zulrahma Dermawan membahas tentang peranan *celebrity*

¹² Lidia Rochmania dan Fajar Siddiq Adi Prabowo, “*Pengaruh Celebrity Endorsement pada Instagram Terhadap Minat Beli Produk Mode Lokal (Studi pada Sharena Gunawan)*”, Jurnal e-Proceeding of Management, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, (Vol. 3 No. 2 Agustus 2016).

endors dalam menarik minat konsumen, Sri Ayu Wulandari membahas tentang peranan *endorser* dalam kenaikan omzet suatu usaha sedangkan, Farah Mumtaz melakukan penelitian tentang penjanjian endorse dalam media sosial, Yanuar Widi Prabowo, Suharyono, dan Sunarti membahas tentang pengaruh *celebrity endorser* terhadap omzet 3Second Malang, Lidia Rochamania dan Fajar Siddiq membahas tentang Responden mengenai *celebrity endorsement*.

Berdasarkan uraian penelitian dapat dipahami bahwa dari ketiga penelitian tersebut terdapat kesamaan yakni membahas tentang endorsement. Namun dalam penelitian ini peneliti akan membahas tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Profesi *Endorsement* Produk Kecantikan (studi Pasar Panorama Kota Bengkulu).

F. Metode Penelitian

Penelitian pada dasarnya merupakan aktifitas dan metode berpikir untuk memecahkan atau menjawab suatu masalah. Disebut penelitian karena aktifitas berpikir yang menggunakan metode ilmiah secara terancang dan sistematis

untuk memecahkan atau menemukan jawaban atas suatu masalah.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Karena itu data-data yang di sajikan dalam bentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka-angka. Adapun ciri-ciri penting penelitian deskriptif adalah sebagai berikut:

- a. Bertujuan memecahkan masalah-masalah actual yang muncul yang dihadapi sekarang.
- b. Bertujuan mengumpulkan data atau informasi, untuk disusun, dijelaskan dan dianalisis.

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan berkunjung secara langsung ke Pasar panorama Kota Bengkulu sebagai tempat yang dijadikan penelitian.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun waktu penelitian memakan waktu selama 6 (enam) bulan yaitu dimulai dari semester 7 (Tujuh) hingga dapat diselesaikan di semester 8 (delapan). Pada priode itu dimulai dari pembuatan proposal dan bimbingan proposal, sampai dilakukannya penelitian. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Pasar Panorama Kota Bengkulu.

3. Subyek Penelitian(Informan Penelitian)

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi. Makna informasi di sini dapat dikatakan sma dengan responden apabila keterangannya digali oleh pihak-pihak peneliti dengan lebih dalam.

Untuk menentukan informan, peneliti menggunakan tehnik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan metode serta cara pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dan tujuan tertentu. Sampel yang di pilih

berdasarkan pada ciri-ciri yang dimiliki subjek sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan.

Untuk menetapkan informan peneliti menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a. Memilih informan yang mampu memberikan informasi yang berhubungan dengan objek penelitian.
- b. Pemilik toko Kosmetik di Pasar Panorama Kota Bengkulu.
- c. Pelaku *endorsement* Produk Kecantikan di Pasar panorama Kota Bengkulu.

Berdasarkan kriteria di atas,peneliti mengambil 15 (limabelas) informan pelaku Endorsement, pemilik toko Kosmetik di Pasar Panorama Kota Bengkulu.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah suyek dari mana data itu diperoleh untuk mendapatkan pengetahuan tentang obyek yang di teliti maka

pengumpulan data di kelompokkan ke dalam dua jenis data yang terdiri dari data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui serangkaian kegiatan. Data primer adalah data pokok yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan metode wawancara langsung kelapangan dan mengumpulkan data, sehingga data yang terhimpun benar-benar data valid dan kemudian menjadi salah satu sumber dari data penelitian tersebut. Responden yang di wawancarai adalah pedagang kosmetik di Pasar Panorama Kota Bengkulu dan, pelaku *Endorsement* Produk Kecantikan di Pasar Panorama Kota Bengkulu. \

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pengumpulan atau pengolahan

data yang bersifat studi dokumentasi, berupa dokumen pribadi, dokumen resmi kelembagaan, referensi referensi atau peraturan yang memiliki relevansi dengan fokus permasalahan penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data dokumentatif yang diperoleh melalui sumber lain, yaitu data yang di peroleh dari tabloid, internet, dan buku-buku yang menjadi salah satu data pendukung pada penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen resmi wilayah penelitian dan data-data lain yang berkaitan dengan judul penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penulisan ini pengumpulan data diperoleh melalui:

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan pertemuan dua orang yang bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab. Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Adapun tujuan dilakukan wawancara oleh penulis adalah untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan informan lebih mendalam terkait dengan tinjauan hukum Islam terhadap profesi *Endorsement* Produk Kecantikan yang ada di Pasar Panorama Kota Bengkulu.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah sejumlah fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi dan sebagian besar data yang tersedia berupa transaksi, buku, surat kabar, majala, tesis, makalah, jenis-jenis karya tulis, agenda dan sebagainya. Dalam penellitian ini, menggunakan dokumentasi yang langsung diambil dari obyek penelitian.

c. Observasi

Pengamatan atau observasi adalah kegiatan pengamatan melalui apa yang dilihat, didengar, dirasa secara langsung oleh peneliti terhadap hak-hak yang terkait dengan data yang dibutuhkan penulis.

6. Teknik Analisis Data

Melakukan analisis berarti melakukan kajian untuk memahami struktur suatu fenomena-fenomena yang berlaku di lapangan. Menurut Sugiyono, analisis kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil pengamatan (observasi), wawancara, dan studi dokumentasi, kemudian memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Menurut Iskandar melakukan analisis berarti melakukan kajian untuk memahami struktur suatu fenomena-fenomena yang berlaku di lapangan.

Analisis dilakukan dengan melakukan telaah terhadap fenomena atau peristiwa secara keseluruhan maupun terhadap bagianbagian yang membentuk fenomena-fenomena tersebut serta hubungan keterkaitan.

Dalam penelitian ini setelah data terkumpul kemudian diklasifikasikan sesuai dengan pokok permasalahan, kemudian data tersebut diperiksa kembali dengan teliti sesuai pokok masalah secara cermat.

Teknik yang digunakan untuk penelitian ini adalah teknik analisis data deskriptif kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan data yang didapat dari kejadian-kejadian, fakta, dan bukti nyata yang dapat ditunjukkan.

Selanjutnya dalam menarik kesimpulan, penulis menggunakan pola pikir deduktif. Pola pikir deduktif adalah metode berpikir yang menerapkan hal-hal yang umum terlebih dahulu untuk seterusnya dihubungkan dalam bagian-bagian khusus, lalu

memaparkan konsep *endorserment* dalam hukum Islam, selanjutnya dipakai untuk meninjau hukum *endorsement* produk kecantikan, kemudian ditarik kesimpulan.

7. Sistematika Penulisan

Agar penulisan skripsi ini lebih terarah maka diperlukan sistematika penulisan yang terdiri dari 5 (lima) bab, diantara 1 (satu) bab dan bab lainnya saling mendasari dan berkaitan. Hal ini guna memudahkan pekerjaan dalam penulisan dan memudahkan pembaca dalam memahami dan menangkap hasil penelitian ini. Adapun sistematika penulisan ini terdiri dari berbagai pembahasan yang terurai dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN, Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, Menjelaskan tentang *Endorsement*, konsep *Endorsement* dalam Hukum Islam, Strategi Pemasaran, Akad Ijarah

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN, Bab ini akan membahas Gambaran Umum Objek Penelitian yang terdiri dari Deskripsi Lokasi, Letak Geografis Pasar Panorama, Sejarah Pasar Panorama, dan Gambaran Umum profesi *endorsement* produk kecantikan di Pasar Panorama Kota Bengkulu

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, berisi tentang hasil dari penelitian mengenai profesi *endorsement* produk kecantikan di Pasar Panorama Kota Bengkulu.

BAB V PENUTUP, Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Endorsement

1. Pengertian *Endorsement*

Endorsement merupakan salah satu strategi pemasaran online yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Sedangkan Menurut Martin Roll, *endorsement* adalah saluran komunikasi merek, dimana selebriti berperan sebagai juru bicara dan mendukung merek tersebut dengan segala atribut kepopuleran, kepribadian, dan status sosial selebriti tersebut.¹³ Cara *endorsement* biasanya adalah pihak yang di endorse memakai atau menggunakan atau mengonsumsi produk atau jasa pihak yang meng-*endorse*.¹⁴

¹³ Saporso dan Dian Lestari, “Peranan endorse terhadap brand image dari sudut pandang konsumen”, Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, (Vol 9, No. 3, September 2009), h. 162.

¹⁴ Pratiwi Budi Utami, “Strategi Komunikasi pemasaran melalui *endorsement* pada online shop di Indonesia”, Tesis Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa, (2012), h. 2.

Dari definisi di atas dapat dipahami *endorsement* merupakan sebuah dukungan promosi pemasaran yang dilakukan antara pelaku usaha dengan seorang tokoh terkenal

dengan cara memakai produk yang ingin dipromosikan guna menarik minat pelanggan dan merekomendasikan produk sehingga dapat mendongkrak omset penjualan.

Adapun akad yang digunakan jasa *endorsement* adalah akad ijarah yang dimana termasuk bagian dari al-‘uqud al-mussamah yang sangat diperhatikan hukumnya secara khusus oleh syariat Islam dari sisi karakter akadnya. Akad Ijarah berbeda dengan transaksi jual beli karena sifatnya temporal, sedangkan jual beli bersifat permanen karena pengaruhnya dapat memindahkan kepemilikan suatu barang.

2. Macam-macam *Endorsement*

a. *Celebrity endorsement*

Celebrity Endorsement adalah sebagai individu yang melakukan pengenalan suatu produk

untuk kepentingan produk konsumen dengan cara tampil bersama produk tersebut dalam suatu iklan. Keberhasilan sebuah iklan tidak lepas dari pesan yang di sampaikan pelaku *endorser* dalam mempromosikan sebuah merek produk, terutama bila iklan dalam sebuah produk tersebut di tayangkan melalui media televisi.

Penggunaan tokoh *endorse* dalam sebuah iklan televisi merupakan alternative strategi yang tepat untuk memperkenalkan produk kepada konsumen.²⁹

Saat ini, banyak perusahaan tertarik memasarkan produknya menggunakan seorang *endorser* karena dianggap lebih efisien. Menurut Schiffman dan Kanuk daya tarik digunakan dengan sangat efektif oleh para pemasang iklan untuk berkomunikasi dengan pasar-pasar mereka. Pengaruh *celebrity endorsement* sangat signifikan karena terbukti banyaknya *celebrity endorsement* di sosial media, karena prestasinya dalam suatu bidang dan dapat menyampaikan pesan promosi yang informative sehingga mempengaruhi dan menarik konsumen. Hal ini membuat seorang

²⁹ Valentine Parenkuan dkk, “Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Hand And Shoulders Di 24 Mart Manado” Jurnal EMBA (Vol.2 No. 3 September 2014).

celebrity endorsement dianggap sebagai bintang iklan.

Menurut Shimp *Endorse* dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu:³⁰

- 1) *Celebrity endorse*: *Celebrity endorse* adalah tokoh (aktor, penghibur, atau atlet) yang dikenal masyarakat karena prestasinya di dalam bidang-bidang yang berbeda dari golongan produk yang didukung.
- 2) *Typical-person endorse*: *Typical-person endorser* adalah orang-orang biasa (non selebriti), yang di gunakan dalam mempromosikan suatu produk atau jasa tertentu oleh suatu perusahaan. Pemilihan jenis *endorse* ini biasanya digunakan sebagai bentuk promosi testimonial untuk meraih kepercayaan konsumen.

³⁰ Gevin Sepria Harly, "Pengaruh *Endorsement Fashion Blogger Terhadap Minat Beli Merek Lokal*" (Studi kasus pada fashion blogger Evita Nuh), *Jurnal Manajemen Indonesia*, (Vol. 14 No. 2), Agustus 2014, h.143.

b. *Paid Promote*

Jasa *Paid Promote* sesuai dengan namanya, jasa *paid promote* merupakan layanan jasa promosi berbayar. Saat ini yang populer adalah jasa *paid promote* Instagram. Penyedia jasa ini biasanya adalah akun-akun Instagram yang memiliki jumlah pengikut yang terbilang banyak/besar. Sementara itu pengguna jasanya adalah para pemilik bisnis/usaha atau brand atau dari kalangan online shop yang menginginkan produknya di promosikan.³¹

Secara singkatnya *Paid Promote* Instagram adalah membayar kepada pemilik akun-akun instagram yang memiliki *follower* banyak untuk sekedar mempromosikan produknya. Semakin banyak pengikut media sosialnya, maka semakin besar pula peluang pundi-pundi rupiah.

³¹ Muhammad Nurul Fahmi, “*Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam Persepektif Hukum Islam*”, An-Nawa, Jurnal Hukum Islam, (Vol. 22, Januari-Juni 2018), h. 11.

Dari pemaparan diatas terdapat perbedaan antara *celebrity endorse* dengan *paid promote*. *Paid promote* hanya mempromosikan suatu brosur, merek produk atau poster usaha sedangkan *celebrity endorse* mempromosikan suatu barang, dimana nanti barang tersebut menjadi hak milik.

3. Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Undang-undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal ada untuk menjamin kepastian hukum tentang penjaminan produk halal. Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal disahkan Presiden Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono di Jakarta pada tanggal 17 Oktober 2014. Undang-Undnag Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mulai berlaku sejak diundangkan pada tanggal 17 Oktober 2014 oleh Menkumham Amir Syamsudin, di Jakarta.

Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal diundangkan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295. Penjelasan atas Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal diundangkan dalam Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5604. Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal di dalamnya mengatur tentang:

- a. Untuk menjamin ketersediaan produk Halal, ditetapkan bahan produk yang dinyatakan halal, baik bahan yang berasal dari bahan baku hewan, tumbuhan, mikroba, maupun bahan yang dihasilkan melalui proses kimiawi, proses biologi, atau proses rekayasa genetic. Di samping itu, ditentukan pula PPH yang merupakan rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan Produk yang mencakup penyediaan bahan, pengolahan,

penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk.

- b. Undang-undang ini mengatur hak dan kewajiban Pelaku Usaha dengan memberikan pengecualian terhadap Pelaku Usaha yang memproduksi Produk dari Bahan yang berasal dari Bahan yang diharamkan dengan kewajiban mencantumkan secara tegas keterangan tidak halal pada kemasan Produk atau pada bagian tertentu dari Produk yang mudah dilihat, dibaca, tidak mudah terhapus, dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Produk.
- c. Dalam rangka memberikan pelayanan publik, Pemerintah bertanggung jawab dalam menyelenggarakan JPH yang pelaksanaannya dilakukan oleh BPJPH. Dalam menjalankan wewenangnya, BPJH bekerja sama dengan kementerian dan/atau lembaga terkait, MUI, dan LPH.

- d. Tata cara memperoleh Sertifikat Halal diawali dengan pengajuan permohonan Sertifikat Halal oleh Pelaku Usaha kepada BPJPH. Selanjutnya, BPJPH melakukan pemeriksaan kelengkapan dokumen. Pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan Produk dilakukan oleh LPH. LPH tersebut harus memperoleh akreditasi dari BPJH yang bekerjasama dengan MUI. Penetapan kehalalan Produk dilakukan oleh MUI melalui siding fatwa halal MUI dalam bentuk keputusan penetapan Halal Produk yang ditandatangani oleh MUI. BPJPH menerbitkan Sertifikat Halal berdasarkan keputusan Penetapan Halal Produk dari MUI tersebut.
- e. Biaya sertifikat halal dibebankan kepada Pelaku Usaha yang mengajukan permohonan Sertifikat Halal. Dalam rangka memperlancar pelaksanaan penyelenggaraan JPH, Undang-Undang ini memberikan peran bagi pihak lain seperti

Pemerintah melalui anggaran pendapatan dan belanja Negara, pemerintah daerah melalui anggaran pendapatan dan belanja daerah, perusahaan, lembaga sosial, lembaga keagamaan, asosiasi, dan komunitas untuk memfasilitasi biaya sertifikasi halal bagi pelaku usaha mikro dan kecil.

- f. Untuk menjamin penegakan hukum terhadap pelanggaran Undang-Undang ini, ditetapkan sanksi administrative dan sanksi pidana.
- g. Dasar hukum Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal adalah Pasal 20, Pasal 21, Pasal 28H ayat (1), Pasal 28J, dan Pasal 29 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

4. Penjelasan Umum Undang-Undang Jaminan Produk Halal

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengamanatkan Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk

memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadah menurut agamanya dan kepercayaannya itu. Untuk menjamin setiap pemeluk agama beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, Negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan Produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Jaminan mengenai Produk Halal hendaknya dilakukan sesuai dengan asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektivitas dan efisiensi, serta profesionalitas. Oleh karena itu, jaminan penyelenggaraan Produk 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.

Tujuan tersebut menjadi penting mengingat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang

pangan, obat-obatan, dan kosmetik berkembang sangat pesat. Hal itu berpengaruh secara nyata pada pergeseran pengolahan dan pemanfaatan bahan baku untuk makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, serta produk lainnya dari yang semula bersifat sederhana dan alamiah menjadi pengolahan dan pemanfaatan bahan baku hasil rekayasa ilmu pengetahuan. Pengolahan produk dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi memungkinkan pencampuran antara yang halal dan yang haram baik disengaja maupun tidak disengaja. Oleh karena itu, untuk mengetahui kehalalan dan kesucian suatu produk, diperlukan suatu kajian khusus yang membutuhkan pengetahuan multidisiplin, seperti pengetahuan di bidang pangan, kimia, biokimia, teknik industri, biologi, farmasi, dan pemahaman tentang syariat.

Berkaitan dengan itu, dalam realitasnya banyak produk yang beredar di masyarakat belum

semua terjamin kehalalannya. Sementara itu, berbagai peraturan perundang-undangan yang memiliki keterkaitan dengan pengaturan Produk Halal belum memberikan kepastian dan jaminan hukum bagi masyarakat muslim. Oleh karena itu, pengaturan mengenai JPH perlu diatur dalam satu undang-undang yang secara komprehensif mencakup produk yang meliputi barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, dan produk rekayasa genetis serta barang-gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

5. Dampak Positif dan Dampak Negatif *Endorsement*

a. Dampak positif *endorsement*

Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa penggunaan *endorsement* dalam dunia pemasaran banyak memberikan dampak positif terhadap efektifitas pemasaran produk terhadap konsumen,

berikut adalah beberapa dampak positif penggunaan *endorsement*:

- 1) Dapat menarik perhatian konsumen.
- 2) Dapat memperbaiki dan mempercantik perusahaan.
- 3) Dapat membantu konsumen dalam mengingat sebuah produk atau brand.³²

b. Dampak negative *endorsement*

Selain dampak positif yang di berikan adapun dampak negative dari penggunaan *endorsement* yaitu:

- 1) Ketidak sesuaian antara pemahaman konsumen dengan pesan yang disampaikan.
- 2) Dapat menimbulkan kekecewaan fans dari seorang *celebrity*.

³² Palagan Ankanisniscara, “*Analisis pengaruh celebrity endorsement pada brand image terhadap keputusan pembelian*”, (Tesis—Universitas Indonesia, Jakarta, 2014), h. 8.

B. Konsep Endorsement Dalam Hukum Islam

1. Pengertian *endorsement* dalam Hukum Islam

Endorsement Islam adalah strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan tokoh terkenal sebagai alat pendukung dan penunjang ketertarikan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan melalui promosi iklan, dengan cara dan proses yang sesuai dengan ketentuan syariah. *Endorsement* adalah bentuk mu'amalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah, sebagaimana Kaidah *Fihiyyah* menjelaskan, Bahwa:

“Pada dasarnya semua bentuk mu'amalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”

Endorsement 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:³³

- a. *Shiddiq* (benar dan jujur)
- b. *Amanah* (terpercaya)
- c. *Fathanah* (cerdas)
- d. *Tabligh* (komunikatif)

2. Etika *Endorsement* dalam Hukum Islam

Etika *endorsement* Islam dalam penelitian ini adalah seperangkat prinsip-prinsip syariah yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia *endorsement*.

- a. Barang atau produk *endorse* harus Halal

Barang atau produk harus halal dalam artian barang yang akan dipromosikan harus dikatakan bersih menurut Syariah, tidak mengandung najis

³³Infosky, “*KuncisuksesBisnis*”, <http://infoskywordpress.com/2008/04/11/> / Kunci sukses bisnis, (11Maret 2013).

atau barang yang sudah dinyatakan halal dari keputusan ulama atau mendapatkan stempel halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagaimana firman Allah SWT dalam surat al-Mu'minun ayat 51 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝٥١

"Allah berfirman, "Wahai para rasul! Makanlah dari (makanan) yang baik-baik, dan kerjakanlah kebajikan. Sungguh, Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan."

Selanjutnya di jelaskan juga dalam surah

Al-Baqarah ayat 188 yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ - ١٨٨

Artinya : "Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui".

Dan firman Allah dalam surah An-Nisaa'

ayat 10 yang berbunyi:

إِنَّ الَّذِينَ يَأْكُلُونَ أَمْوَالَ الْيَتَامَىٰ ظُلْمًا إِنَّمَا يَأْكُلُونَ فِي بُطُونِهِمْ نَارًا ۖ[۝]
وَسَيَصْلُونَ سَعِيرًا

Artinya : "Sesungguhnya orang-orang yang memakan harta anak yatim secara zalim, sebenarnya mereka itu menelan api dalam perutnya dan mereka akan masuk ke dalam api yang menyala-nyala (neraka) "

Dan firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 278-279 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ۚ ۲۷۸

فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتِغُوا فَالْأَمْوَالُ الَّتِي لَمْ تَكُنْ لَكُمْ رِبَاً فَخُذُواهَا مِن نَّحْوِ رِجَالِكُمْ يَوْمَ ذَلِكَ لِيُخْرَجَ الَّذِينَ قَلْبُهم مَّغْلُوبٌ أَن لَّمْ يَأْتُواكُم بِلُحُوبٍ لِّبَاةٍ فَذَرُواهَا ۚ ۲۷۹

Artinya: "278: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.279.Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya".

Ayat-ayat diatas tersebut menjelaskan bahwa hal-hal yang diiklankan atau di endorse

haruslah produk yang halal dan juga menggunakan system pemasaran yang syariah. Dengan begitu, maka diharuskan bagi *endorser* untuk mempelajari etika atau system pemasaran yang syariah.

- b. Barang atau produk yang diendorse adalah Produk asli Imam al-Ghazali menjelaskan bahwa Mempromosikan produk-produk palsu adalah sebuah kezaliman, Karena akan merugikan konsumen jika ia tidak tahu akan hal itu, dan jika ia tahu bahwa produk itu palsu kemudian dipromosikan olehnya dan begitu juga oleh orang ketiga, keempat dan seterusnya maka dosanya ditanggung oleh orang yang pertama kali mempromosikan produk palsu tersebut. Dalam hal ini Allah SWT berfirman dalam surat Yasin ayat 12:

إِنَّا نَحْنُ نُحْيِي الْمَوْتَىٰ وَنَكْتُبُ مَا قَدَّمُوا وَآثَارَهُمْ وَكُلَّ شَيْءٍ
أَحْصَيْنَاهُ فِي إِمَامٍ مُّبِينٍ

“Artinya : sungguh, Kamilah yang menghidupkan orang-orang yang mati, dan Kamilah yang mencatat apa yang telah mereka kerjakan dan bekas-bekas yang mereka (tinggalkan). Dan segala sesuatu Kami kumpulkan dalam Kitab yang jelas (Lauh Mahfuzh).”

Dan Allah SWT juga berfirman dalam surat al-Qiyamah ayat 13:

يُنَبِّئُوا الْإِنْسَانَ يَوْمَئِذٍ بِمَا قَدَّمَ وَأَخَّرَ ۚ - ١٣

Artinya : “pada hari itu diberitakan kepada manusia apa yang telah dikerjakannya dan apa yang dilalaikannya.”

3. Ijarah

1. Pengertian Ijarah

Ijarah adalah perjanjian sewa-menyewa suatu barang dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa. Atau *ijarah* adalah transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau upah-mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa. Menurut Dr. Muhammad Syafi’I Antonio, *ijarah*

adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*ownership/milkiyah*) atas barang itu sendiri. *Ijarah* secara etimologi adalah masdar dari kata (*ajara – ya' jiru*), yaitu upah atau imbalan untuk sebuah pekerjaan. Al-ajru makna dasarnya adalah pengganti, baik yang bersifat materi maupun yang bersifat materi.³⁴

Ijarah merupakan akad kompensasi terhadap suatu manfaat barang atau jasa yang halal dan jelas. Sementara itu Kompleksitas Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pada pasal 20 mendefinisikan *ijarah* “*ijarah adalah sewa dalam jangka waktu tertentu dengan pembayaran*”

Dari pemaparan di atas dapat dipahami bahwa *ijarah* adalah transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau upah-mengupah atas suatu

³⁴ Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah*, (Depok : PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h. 101.

jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa.

4. Landasan Hukum Ijarah

a. QS. Al-Baqarah ayat 233 yang berbunyi:

وَالْوَالِدَاتُ يُرْضِعْنَ أَوْلَادَهُنَّ حَوْلَيْنَ كَامِلَيْنِ لِمَنْ أَرَادَ أَنْ يُنِيمَ
الرِّضَاعَةَ ۗ وَعَلَى الْمَوْلُودِ لَهُ رِزْقُهُنَّ وَكِسْوَتُهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ ۗ لَا
تُكَلِّفُ نَفْسٌ إِلَّا وُسْعَهَا ۗ لَا تُضَارَّ وَالِدَةٌ بِوَلَدِهَا وَلَا مَوْلُودٌ لَهُ
بِوَالِدِهِ ۗ وَعَلَى الْوَارِثِ مِثْلُ ذَلِكَ ۗ فَإِنْ أَرَادَا فِصَالًا عَنْ تَرَاضٍ
مَنْهُمَا وَتَشَاوُرٍ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا ۗ وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْنُرُوا
أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا اتَّيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ ۗ وَأَتَّقُوا
اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ۗ — ۲۳۳

Artinya : "dan ibu-ibu hendaklah menyusui anak-anaknya selama dua tahun penuh, bagi yang ingin menyusui secara sempurna. Dan kewajiban ayah menanggung nafkah dan pakaian mereka dengan cara yang patut. Seseorang tidak dibebani lebih dari kesanggupannya. Janganlah seorang ibu menderita karena anaknya dan jangan pula seorang ayah (menderita) karena anaknya. Ahli waris pun (berkewajiban) seperti itu pula. Apabila keduanya ingin menyapih dengan persetujuan dan permusyawaratan antara keduanya, maka tidak ada dosa atas keduanya. Dan jika kamu ingin menyusukan anakmu kepada orang lain, maka tidak ada dosa bagimu memberikan pembayaran dengan cara yang patut. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan."

Surah Al-Baqarah ayat 233 jelas merupakan dalil yang di perbolehkannya akad *ijarah*. Jika kedua orang sepakat untuk menyusukan anaknya kepada orang lain, maka hal ini di perbolehkan, sepanjang mereka mau untuk menunaikan upah yang patut kepada orang tersebut. Kita di perbolehkan menyewa jasa orang lain untuk menyusui anak kita, dengan syarat yaitu harus kita tunaikan pembayaran upah yang layak dan sesuai. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kalian kerjakan dan akan memberikan balasan kepada kalian atas perbuatan tersebut.

b. QS. Al-Qashash ayat 26 yang berbunyi:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ
الْأَمِينُ – ٢٦

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

Ayat di atas dapat dipahami bahwa orang yang kuat dan dapat di percaya, yakni ia layak untuk kita ajak bekerja karena ia memiliki dua sifat baik, yaitu kuat dan amanah dan sifat ini jika terdapat pada seseorang maka ia akan menjadi orang yang paling layak untuk melakukan pekerjaan tersebut.

c. QS Al-Zukhruf ayat 24 yang berbunyi:

قُلْ أَوْلُواْ جِئْتُكُمْ بِأَهْدَىٰ مِمَّا وَجَدْتُمْ عَلَيْهِ آبَاءَكُمْ قَالُوا إِنَّا بِمَا أُرْسِلْتُمْ بِهِ كَافِرُونَ - ٢٤

(Rasul itu) berkata, “Apakah (kamu akan mengikutinya juga) sekalipun aku membawa untukmu (agama) yang lebih baik daripada apa yang kamu peroleh dari (agama) yang dianut nenek moyangmu.” Mereka menjawab, “Sesungguhnya kami mengingkari (agama) yang kamu diperintahkan untuk menyampaikannya.”

QS. al-Zukhruf ayat 32 diatas menegaskan bahwa penganugerahan rahmat Allah apalagi pemberian wahyu, semata mata adalah wewenang Allah, bukan manusia. Apakah

mereka yang musyrik, durhaka, bodoh itu yang dari saat ke saat dan secara bersinambung kuasa membagi-bagi rahmat Tuhan pemelihara dan pelimpah rahmat bagi-mu wahai Nabi agung? Tidak, kami telah membagi melalui penetapan hukum-hukum yang kami tetapkan antara mereka serta kami telah membagi-bagi sarana penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, karena mereka tidak dapat melakukannya sendiri dan kami telah meninggikan sebagian mereka dalam harta benda, ilmu, kekuatan dan lain-lain atas sebagian yang lain peninggian beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain sehingga mereka dapat saling tolong-menolong dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Karena

masing-masing saling membutuhkan dalam mencari dan mengatur kehidupannya.³⁵

5. Rukun dan Syarat Ijarah

Berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) rukun *ijarah* adalah:

- a. *Musta'jir*/pihak yang menyewa
- b. *Mu'ajir*/pihak yang menyewakan
- c. *Ma'jur*/benda yang diijarahkan Akad.³⁶

Ulama mazhab Hanafi menyatakan bahwa orang yang berakad, sewa/imbalan, dan manfaat termasuk syarat *al-Ijarah*, bukan rukunnya. Layaknya sebuah transaksi, maka ijarah di anggap sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat *al-Ijarah* sebagai berikut :

³⁵M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 56

³⁶ *Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah* (Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani), h. 86.

- 1) Untuk kedua orang yang berakad, menurut mazhab Syafi'I dan Hambali, disyaratkan sudah baligh dan berakal
- 2) Kedua belah pihak yang berakal menyatakan kerelaannya untuk melakukan akad *al-Ijarah*
- 3) Manfaat yang menjadi obyek *al-Ijarah* harus diketahui secara sempurna sehingga tidak muncul perselisihan di kemudian hari
- 4) Obyek *al-Ijarah* itu bisa diserahkan dan dipergunakan secara langsung serta tidak bercacat
- 5) Obyek *al-Ijarah* tersebut sesuatu yang di halalkan oleh syara
- 6) Yang disewakan itu bukan suatu yang biasa disewakan
- 7) Upah/sewa dalam akad ijarah harus jelas, tertentu, dan yang bernilai harta

8) Ulama mazhab Hanafi berpendapat bahwa upah/sewa itu sejenisdengan manfaat yang disewa.³⁷

6. Ujrah(Upah)

a. Pengertian *Ujrah*(upah)

Upah dalam bahasa arab di sebut *al-ujrah*. Dari segi bahasa al-ajru yang berarti *'iwad* (ganti), oleh sebab itu *al-saqab* (pahala) dinamai juga *al-ajru* atau *al-ujrah* (upah). Pembalasan atas jasa yang di berikan sebagai imbalan atas manfaat suatu pekerjaan. Secara terminologis kalangan Ahli Fikih artinya adalah konpensasi yang di berikan sebagai imbalan manfaat.³⁸

Upah adalah harga yang di bayarkan kepada pekerja (tenaga kerja) atas jasanya dalam proses produksi. Dalam kamus bahasa

³⁷ Husain Insawan, "*Al-Ijarah dalam Persepektif Hadis; Kajian Hadis dengan Metode Maudhu*", Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, (Vol 2, No. 1, Juni 2017), h. 141.

³⁸ Abdullah Al-Muslih dan Shalah Ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, Terj. Abu Umar Basyir, (Jakarta: Darul Haq, 2008), h. 228.

Indonesia, upah adalah uang dan sebagainya yang dibayar sebagai pembalasan jasa atau sebagai pembayaran tenaga yang sudah dilakukan untuk mengerjakan sesuatu.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa upah adalah imbalan berupa uang yang di berikan atas manfaat suatu jasa. *Ijarah 'ala al'amal* (upah-mengupah) terbagi menjadi dua, yaitu:

- 1) *Ijarah khusus*, yaitu ijarah yang di lakukan oleh seorang pekerja. Hukumnya orang yang bekerja tidak boleh bekerja selain dengan orang yang memberinya upah.
- 2) *Ijarah Musytarak*, yaitu ijarah yang di lakukan secara bersama-sama atau melalui kerjasama. Hukumnya di bolehkan bekerja sama dengan orang lain.³⁹

³⁹ Boedi Abdullah dan Ben Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 124.

Dari pemaparan diatas dapat dibedakan antara jasa dan sewa adalah pada jasa tenaga kerja, di syaratkan kejelasan karakteristik jasa yang di akadkan. Adapun pada sewa barang, selain persyaratannya yang sma, juga di syaratkan bisa dilihat pada waktu akad dilangsungkan, sama seperti barang yang di perjual belikan.

b. Syarat *Ujrah*(Upah)

Para Ulama telah menetapkan syarat upah, yaitu:

- 1) Berupa harta tetap yang dapat di ketahui
- 2) Tidak boleh sejenis dengan barang manfaat ijarah, seperti upah menyewa rumah untuk di tempati dengan menempati rumah tersebut.⁴⁰

c. Batalnya atau Gugurnya *Ujrah*(Upah)

⁴⁰ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah.*, 135.

Para ulama berbeda pendapat dalam menentukan upah bagi ajir, apabila barang yang ditangannya rusak. Menurut ulama *Syafi'iyah*, jika ajir bekerja ditempat yang dimiliki oleh penyewa, ia tetap memperoleh upah. Sebaliknya apabila barang berada ditangannya, ia tidak mendapatkan upah. Pendapat tersebut senada dengan ulama Hanabilah. Ulama Hanafiyah juga hampir senada dengan pendapat diatas. Hanya saja diuraikan lagi :

- 1) Jika benda ada di tangan ajir (Tenaga kerja)
 - a) Jika ada bekas pekerjaan, ajir berhak mendapat upah sesuai bekas pekerjaan tersebut.
 - b) Jika tidak ada bekas pekerjaannya, ajir berhak mendapatkan upah atas pekerjaannya sampai akhir.

- 2) Jika benda berada ditangan penyewa, pekerja berhak mendapat upah setelah selesai bekerja.

BAB III

GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

A. Letak Geografis Pasar Panorama

Pasar Panorama adalah pasar yang paling banyak dikunjungi konsumen atau pembeli yang berasal dari kota maupun luar kota Bengkulu. Hal ini disebabkan karena Pasar Panorama termasuk pasar yang cukup tua usianya dan barang-barang yang ditawarkan pun cukup lengkap. Di pasar ini terdiri dari berbagai macam pedagang, namun dalam penelitian ini, namun dalam penelitian ini hanya mengambil narasumber dari jenis pedagang yang memperjualkan kosmetik yang menggunakan strategi promosi *endorsement*.

Diantara pedagang itu terdiri dari berbagai macam asal, ada yang berasal dari penduduk pribumi atau asli Kota Bengkulu dan ada juga yang berasal dari luar kota Bengkulu misalnya, Padang, Palembang, Medan bahkan ada juga yang berasal dari Pulau Jawa, selain itu juga pedagang yang berasal dari Cina, tetapi mereka telah menjadi Warga Negara Indonesia (WNI). Agama mereka juga bermacam-macam ada

yang Islam, Budha, Hindu, Kristen dan ada juga yang masih menganut agama kepercayaan.²¹

Adapun batas-batas wilayah Pasar Panorama Kota Bengkulu ini, meliputi:

1. Sebelah Barat dengan dengan kelurahan Jembatan Kecil.
2. Sebelah Timur dengan kelurahan Kebun Tebeng.
3. Sebelah Selatan dengan Kelurahan Lingkar Timur.
4. Sebelah Utara dengan kelurahan Dusun Besar.²²

B. Sejarah Pasar Panorama

Menurut kepala pasar atau (UPTD) Pasar Panorama merupakan Pasar tertua yang ada di Bengkulu, dahulunya seiring disebut pasar ikan.²³ Pasar Panorama secara resmi berdiri pada tanggal 26 April 1984 oleh Menteri Perdagangan Indonesia dan dipertegas dengan adanya Surat Tanda Bukti Hak Menempati (STBHM) biaya balik nama, retribusi kebersihan pasar, sewa

²¹RPJMD Kota Bengkulu Tahun 2018.

²²Data Kantor Pasar Panorama Kota Bengkulu Tahun 2019

²³Thomas Iwan, Kepala Pasar Panorama, *Wawancara*, 8 Desember

kios/ios, pelantara, retribusi, pada malam hari dalam wilayah Kota Madya Daerah Tingkat II Bengkulu.²⁴

Pada masa bapak Thomas Iwan sebagai kepala pasar provinsi Bengkulu, banyak transmigrasi dari luar provinsi Bengkulu menyebar di berbagai daerah provinsi Bengkulu, sehingga Bengkulu berkembang pesat. Seiring dengan pertumbuhan penduduk Kota Bengkulu serta meningkatnya permintaan dari konsumen, Pasar Panorama pun turut berkembang dengan pesat dan pedagang mulai berdatangan dari berbagai provinsi maupun dari luar provinsi Bengkulu dengan membawa berbagai produk untuk di jual dan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan pembeli sehingga Pasar Panorama Kota Bengkulu memiliki fasilitas yang layak seperti kios untuk para pedagang yang berjualan agar pasar terlihat rapi an tertib.²⁵

²⁴Heriadi, Bagian mum Pasar Panorama, *Wawancara*, 8 Desember 2021

²⁵ Firman, Koordinator Retribusi Sewa Kios di Pasar Panorama, *Wawancara* 8 Desember 2021

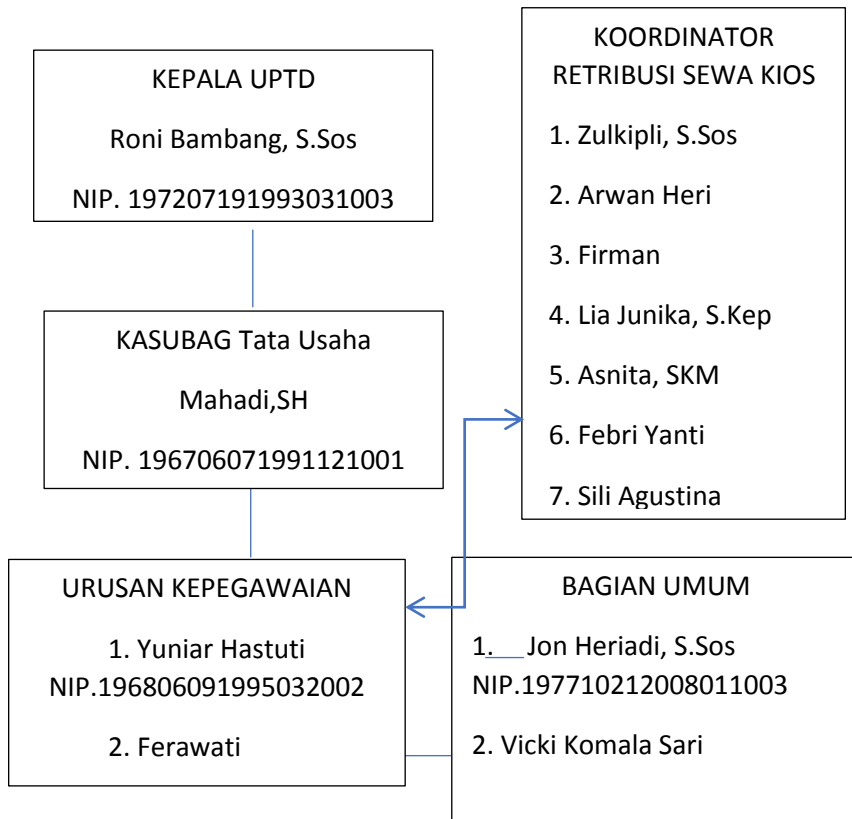
C. Gambaran Umum Pasar Panorama Kota Bengkulu

1. Struktur Organisasi Pasar Panorama

Struktur organisasi adalah sistem tugas, alur kerja, hubungan pelaporan dan saluran komunikasi yang dikaitkan secara bersama dalam pekerjaan individual maupun kelompok. Dengan adanya struktur organisasi menggambarkan pengaturan posisi pekerjaan, wewenang dan tanggung jawab. Untuk lebih jelasnya, organisasi dan uraian tugas pada Pasar Panorama Bengkulu dapat dilihat di bawah:

Struktur Organisasi UPTD Pasar

Panorama Kota Bengkulu



2. Keadaan Bangunan Pasar Panorama

Pasar Panorama memiliki lebih kurang 5,12 ha dengan jumlah kios 60 petak dengan ukuran kios permanen 3x4m, semi permanen 2x3m. Di Pasar Panorama terdapat auning yang berjumlah lebih

kurang 1020 buah. Kondisi Pasar Panorama saat ini tertata rapi sehingga memudahkan pembeli dalam mencari kebutuhannya.

Pihak yang bertanggung jawab dalam penataan Pasar Panorama Kota Bengkulu yakni Unit Pelaksanaan Teknik Dinas (UPTD), namun saat terdapat beberapa pedagang yang berjualan dipinggir jalan menyebabkan aktivitas lalu lintas terganggu karenanya.

3. Keadaan Pedagang Pasar Panorama

Keadaan pedagang di Pasar Panorama Kota Bengkulu tidak hanya di dominasi oleh masyarakat asli Bengkulu, melainkan berbagai macam suku, yaitu suku Minang, suku Cina, suku Batak, suku Sunda, suku Jawa, suku Lintang. Jumlah pedagang di Pasar Panorama lebih kurang 1532 orang yang umumnya yaitu pedagang pedagang eceran dan grosiran, menjual barang-barang perlengkapan kebutuhan sehari-hari.

1) Jenis Kelamin

Pasar Panorama Kota Bengkulu mempunyai jumlah pedagang lebih kurang 1532 jiwa yang terdiri dari laki-laki 650 orang, perempuan 882 orang.

2) Asal

Pedagang Pasar Panorama berasal dari berbagai macam daerah ada yang dari Medan, Padang, Palembang, Lintang dan dari masyarakat asli Bengkulu itu sendiri.

3) Kondisi Barang Dagangan

Barang-barang yang diperjual belikan di Pasar Panorama terdiri dari kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan primer seperti sandang, pangan, papan. Sedangkan untuk kebutuhan sekunder meliputi elektronik, barang kosmetik dan lain sebagainya.²⁶

²⁶Firman, Koordinator Retribusi Sewa di Pasar Panorama, *Wawancara*, 8 Desember 2021

4. Kegiatan *Endorsement* Produk Kecantikan di Pasar Panorama Kota Bengkulu.

Pasar Panorama kota Bengkulu merupakan pasar yang termasuk dalam kategori pasar yang terkenal di kota Bengkulu, bisa di katakana pasar induk di kota Bengkulu dimana semua kebutuhan bisa kita jumpai tidak terkecuali seperti halnya kebutuhan tubuh yaitu macam-macam produk kecantikan yang sangat lengkap dan juga dengan harga yang sangat terjangkau, banyak produk yang di jual seperti body care, body wash, make up, skin care dan masih banyak lagi produk kecantikan yang lain yang di jual di beberapa toko-toko yang ada di pasar tersebut.

Produk kecantikan adalah suatu benda yang di gunakan oleh manusia di bagian luar tubuh (kulit, rambut, dan bibir) dengan tujuan untuk membersihkan, mengharumkan, serta memperbaiki penampilan. Dengan berkembangnya zaman produk kecantikan mulai banyak berbagai variasi dan jenisnya, banyak brand-brand baru

yang muncul dan membuat para konsumen penasaran dengan khasiat yang ada di dalam produk tersebut, akan tetapi dengan berkembangnya zaman para konsumen banyak lebih memilih membeli secara online di bandingkan datang dan membeli secara langsung di pasar. Maka dari itu pedagang mencari strategi baru agar produk yang mereka jual tetap banyak di minati oleh konsumen, pedagang membuat strategi promosi yang dimana strategi promosi tersebut dilakukan dengan cara bekerjasama dengan para tokoh, selebgram yang ada di kota Bengkulu untuk membantu mempromosikan produk kecantikan yang di jual agar menarik minat konsumen.

Pedagang biasanya memesan produk kecantikan melalui agen atau distributor pusat produk kecantikan melalui telepon, ada juga yang langsung datang ke distributor pusat untuk membeli produk kecantikan. Produk kecantikan tersebut dikirim ke Bengkulu melalui jasa pengiriman barang.

Praktik endorsement di Pasar Panorama bersifat saling menguntungkan dan dengan adanya praktik promosi melalui jasa *endorsement* ini bisa menarik minat pembeli kembali. Akan tetapi dalam proses praktik endorsement itu sendiri pelaku usaha atau toko produk kecantikan di Pasar Panorama tidak teliti dalam memilih pelaku *endorsement*.

Pelaku *endorsement* yang mempromosikan sebuah produk kecantikan yang di *endorse* tidak benar-benar memakai atau menggunakan produk kecantikan tersebut, pelaku *endorse* memberikan promosi yang belum terbukti kebenarannya. Misalnya pada produk *body lotion* pelaku *endorse* mengatakan bahwa mereka telah memakai produk tersebut dan hasil dari pemakaian tersebut dapat mencerahkan kulit dan mengatasi kulit kusam, melembabkan kulit, serta bisa memcerahkan kulit namun kenyataannya pelaku *endorse* tidak memakai *body lotion* tersebut dan hanya sekedar mempromosikan saja, yang sebenarnya belum terbukti dapat mengatasi kulit kusam

dan mencerahkan kulit seperti yang telah di sampaikan oleh pelaku *endorse*, pelaku endorse juga tidak menjelaskan apakah produk kecantikan tersebut sudah halal dan bpom atau belum pelaku endorse hanya menyampaikan khasiat dari produk kecantikan tersebut dan tidak menerangkan bahwasannya produk kecantikan tersebut aman atau tidak. Dalam Hukum Islam dari segi pekerjaan atau profesi tidak ada yang menyimpang karena pekerjaan atau profesi dalam Islam dinilai sebagai ibadah dan jihad. Akan tetapi Praktik Profesi *Endorsment* pada Pasar Panorama Kota Bengkulu masih terdapat Pelaku *Endorse* dan pemilik toko yang tidak jujur atau memberikan persepsi yang mengandung unsur penipuan atau tidak sesuai dengan kualitas produk yang dipromosikan kepada konsumen serta promosi yang belum bisa dibuktikan kebenarannya. Praktik *endorsment* ini diperbolehkan apabila sesuai dengan kaidah-kaidah islmiyah seorang *endorser*. Seperti menggunakan bahasa yang baik dan sopan, tidak menampakkan aurat, tidak

berisi maksiat atau fitnah dengan membandingkan bandingkan produk yang dipromosikan dengan produk lain serta promosi yang mengandung pujian yang bersifat nyata dan benar serta tidak direkayasa.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Praktik profesi *Endorsement* di Pasar Panorama kota Bengkulu

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari data lapangan yaitu hasil dari wawancara dan dokumentasi, beserta data kepustakaan dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan judul penelitian ini, yaitu yang berjudul “tinjauan hukum islam terhadap profesi *endorsement* produk kecantikan (studi pasar panorama kota Bengkulu).”

Endorsement adalah salah satu metode promosi yang paling populer di dunia, dengan menggunakan pelaku *endorsement* yang menarik, menyenangkan dan dapat di percaya oleh public yang dituju sehingga produk yang akan di promosikan menjadi banyak peminat.

Pasar Panorama salah satunya, melakukan promosi di media sosial dengan mencari pelaku *endorsement* yang memiliki cukup banyak pengikut (*followers*) dalam akun media sosialnya. Jika pelaku *endorsement* memiliki banyak

pengikut (*followers*) otomatis banyak orang yang akan melihat setiap aktivitas yang dilakukan oleh pelaku *endorsement* tersebut sehingga kesempatan ini dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk kecantikan yang dijual oleh pelaku usaha atau pemilik toko yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu.

Sistem *endorsement* yang digunakan pelaku usaha atau pemilik toko yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu dan pelaku *endorsement* berbeda-beda. Adapun sistem yang digunakan oleh pelaku usaha atau pemilik toko produk kecantikan yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu yaitu sistem *feedback* (timbang balik). Pelaku usaha atau pemilik toko menawarkan kepada pelaku *endorse* untuk meng-*endors* produknya dengan membayar 15 ribu rupiah untuk voucher belanja di toko tersebut, dan mendapatkan produk kecantikan secara gratis (*fee*) dengan ketentuan pelaku *endorse* harus meng-upload 1 foto atau 1 video sebagai testimoni telah menggunakan produk kecantikan dari toko tersebut. Adapun harga produk kecantikan yang dijual oleh pelaku usaha atau

pemilik toko produk kecantikan di pasar Panorama kota Bengkulu ditawarkan mulai harga 5 ribu hingga ada yang mencapai harga ratusan ribu rupiah tergantung produk apa yang akan di beli oleh konsumen.

Adapun beberapa ketentuan endorsement yang di gunakan pemilik toko produk kecantikan di Pasar panorama kota Bengkulu:

1. Mengisi formulir dan tanda tangan kontrak kerja
2. Review toko dan produk yang akan di promosikan melalui media sosial
3. Posting 1 foto atau 1 video di media sosial dengan mencantumkan nama toko
4. Tag lokasi toko

Melakukan perawatan tubuh atau wajah dengan menggunakan produk kecantikan yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu tidak selalu efektif atau cocok dengan tubuh atau wajah. Penggunaan produk kecantikan ini tidak lebih efektif apabila hanya digunakan satu kali saja namun pada penggunaan produk kecantikan harus di lakukan berkali-kali

agar mendapatkan hasil yang bagus, namun ada juga yang baru sekali mencoba menggunakan produk kecantikan ini tidak cocok di wajah atau di tubuh konsumen.

Berdasarkan wawancara penulis kepada salah satu konsumen atau pembeli produk kecantikan di toko produk kecantikan Pasar Panorama kota Bengkulu Nala Cantika ia membeli cream muka dengan brand Kelly karena melihat salah satu teman nya yang mempromosikan sebuah produk kecantikan tersebut dari toko produk kecantikan yang ada di Pasar Panorama kota Bengkulu, pada keterangan postingan temannya tersebut tercantum keterangan yang menyakinkan bahwa produk wajah Kelly akan membuat wajah kita menjadi halus, cerah, dan putih dalam waktu 1-2 minggu, namun keterangan tersebut tidak benar, awalnya muka memang terlihat cerah dan halus akan tetapi setelah 2 minggu lebih pemakaian rutin wajah najwa yang awalnya tidak mempunyai jerawat menjadi tumbuh jerawat di beberapa area wajahnya.

Kata Nala,

“iya saya memang membeli salah satu produk cream wajah yang ada di toko tersebut karena saya melihat temannya saya mempromosikan produk tersebut setelah saya coba secara teratur awalnya saya suka karena wajah saya jadi terlihat lebih halus dan menjadi cerah akan tetapi setelah lewat dari 2 minggu lebih pemakaian wajah saya timbul jerawat yang awalnya wajah saya tidak ada jerawat sekarang menjadi ada jerawatnya”²⁷

Wawancara dengan Tri Astari salah satu pembeli atau konsumen dari toko produk kecantikan yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu;

“saya membeli seperangkat skincare wajah dengan brand HN yang bermanfaat untuk membuat wajah menjadi cerah dan glowing namun ternyata pernyataan tersebut tidaklah 100 persen benar, setelah menggunakan paket skincare wajah tersebut muka saya menjadi kelihatan lebih kusam dari sebelumnya dan timbul bintik2 hitam di sekitar wajah saya terutama di dekat area hidung”²⁸

Selanjutnya, wawancara dengan pembeli atau konsumen Nia Elviani:

“saya membeli paket cream wajah pagi dan malam dengan brand ms glow yang memiliki khasiat menghilangkan jerawat dan membuat kulit menjadi lebih glowing saya membeli produk kecantikan tersebut karena saya melihat sebuah promosi di media sosial dan saya

²⁷Nala, Selaku Konsumen di Pasar Panorama, Wawancara, 10 Desember 2021

²⁸Tri Astari, Selaku Konsumen di Pasar Panorama, Wawancara 10 Desember 2021

tertarik untuk mencoba produk tersebut karena di dalam keterangan cream wajah ms glow yang di jual di salah satu toko produk kecantikan yang ada di pasar panorama harganya lebih murah dari toko produk kecantikan lainnya akan tetapi setelah saya mencoba menggunakan cream wajah tersebut secara rutin tidak ada perubahan di muka saya jerawat saya awalnya memang hilang tetapi setelah itu timbul kembali pernyataan yang di sampaikan oleh pelaku endorse dari toko tersebut ternyata tidak sepenuhnya benar sebelumnya saya juga menggunakan cream wajah tersebut yang saya beli di toko lain nya tapi tidak ada masalah apa-apa dan khasiatnya memang benar-benar terbukti walaupun dalam penggunaannya saya harus sedikit sabar untuk melihat hasilnya”²⁹

Selanjutnya wawancara dengan pembeli atau konsumen Detik Mega:

“saya membeli paket skincare wajah ms glow yang isinya ada cream malam dan siang, serum, sabun cuci muka, dan toner dari toko tersebut karena saya melihat teman saya meng-endorse produk tersebut dengan pernyataan yang menyakinkan dan membuat saya tergiur untuk mencobanya, saya mecobanya secara rutin sesuai dengan pernyataan yang saya lihat dalam promosi iklan tersebut tetapi sudah hampir 3 minggu saya menggunakan produk ini tidak ada perubahan apa-apa di wajah saya, sedangkan yang saya lihat dalam iklan promosi yang teman saya buat muka dia menjadi lebih cerah dan glowing jerawatnya pun mulai memudar di wajahnya tapi itu tidak berlaku di wajah saya awal mula

²⁹Nia Elviani, Selaku Konsumen di Pasar Panorama, Wawancara, 12 Desember 2021

saya pakai juga muka saya terasa sedikit gatal saya kira karena wajah saya yang kotor jadi perlu penyesuaian dalam menggunakan produk kecantikan tersebut”³⁰

Selanjutnya wawancara kepada pelaku endorsement Nanda Salim:

“saya mendapatkan tawaran untuk mempromosikan suatu produk kecantikan yang di jual di salah satu toko produk kecantikan di pasar Panorama kota Bengkulu, awalnya saya di hubungi oleh pemilik toko melalui dm instagram saya pemilik toko menawarkan saya untuk mempromosikan produk yang mereka jual kepada saya yaitu sebuah cream wajah dengan brand Kelly dan body lotion dengan brand scarlet whitening, saya menyetujui tawaran tersebut dan saya memberikan harga kepada pemilik toko produk kecantikan bahwasannya saya mematok harga dalam mempromosikan suatu produk itu 1 foto

saya mematok harga 45.000 ribu untuk mempromosikan suatu produk di snapgram saya dalam waktu 24 jam dan 120 ribu untuk video dengan durasi 30 detik di snapgram dalam waktu 24 jam, pemilik toko memberikan penawaran kepada saya bahwa ia tidak ingin produk nya hanya di promosikan dalam waktu satu, pemilik toko meminta kepada saya bahwasannya produk yang mereka juaall ingin di promosikan dlam waktu 1 bulan akan tetapi dalam 1 bulan itu saya harus memposting foto setidaknya 8 kali dan di buat ke dalam highlight juga produk yang akan di berikan kepada saya itu secara gratis (fee), dan disini saya hanya di suru

³⁰Detik Mega, Selaku Konsumen di Pasar Panorama, Wawancara, 13 Desember 2021

memposting produk tersebut dengan keterangan yang menarik agar bisa menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut, bentuk kerjasama ini tidak terikat artinya selain mempromosikan produk dari toko produk kecantikan tersebut saya masih bisa mempromosikan produk-produk lainnya”³¹

Wawancara kepada pelaku endorsement selanjutnya Bela dwi Faradita:

“waktu itu saya mendapatkan chat dari salah satu karyawan toko produk kecantikan pasar Panorama kota Bengkulu saya di tawarkan untuk menjadi pelaku endorsement untuk mempromosikan produk mereka dengan memposting produk yang akan di berikan kepada saya secara gratis (fee) dengan perjanjian anantara kedua belah pihak saling menguntungkan, saya tidak mematok harga biasanya saya berdiskusi kepada pemilik toko yang ingin meng-endorse saya jika harga cocok antara kedua belah pihak maka saya akan menyetujuinya, saat saya dan pemilik toko berdiskusi pemilik toko menyampaikan bahwasannya saya harus mempromosikan produk yang akan di berikan kepada saya dan harus memposting foto atau video menggunakan produk tersebut dengan keterangan yang menarik agar bisa membuat daya tarik untuk konsumen agar ingin ikut memakai produk yang di jual di toko tersebut, produk yang di berikan kepada saya paket skincare lengkap dari brand ms.glow, dalam 1 postingan video atau foto saya mendapat upah Rp. 100.000 untuk satu kali posting”³²

³¹Nanda Salim, Selaku Pelaku Endorsement Produk Kecantikan di Pasar Panorama, *Wawancara*, 11 Desember 2021.

³² Bela Dwi Faradita, Selaku Pelaku Endorsement Produk Kecantikan di Pasar Panorama, *Wawancara*, 11 Desember 2021

Selanjutnya wawancara kepada Widia marunduri

pelaku endorsement:

“saya mendapat endorse dari toko Rini kosmetik yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu saya memposting foto menggunakan beberapa produk dari toko tersebut seperti cream wajah dan juga bedak saya berfoto dengan membawa produk tersebut dan seola-olah saya kemudian di posting di akun media sosial saya, akan tetapi sebenarnya produk kecantikan yang saya gunakan sehari-hari bukanlah produk dari toko produk kecantikan Rini melainkan dari produk kecantikan yang di jual di tempat yang berbeda. Karena bentuk kerjasama yang di gunakan dalam endorsement ini tidak terikat dan tidak ada ketentuan untuk saya harus memakai produk yang di berikan kepada saya lalu saya harus mempromosikan nya saya hanya di suru untuk mengiklankan produk yang mereka jual dengan menambahkan keterangan yang menarik agar dapat menyakinkan konsumen untuk membeli dan mencoba produk-produk kecantikan yang saya endorse dari toko produk kecantikan Rini yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu”³³

Wawancara kepada pelaku endorsement Pertiwi

Agustini:

“saya mendapatkan tawaran endorse sebuah produk kecantikan yaitu paket skincare wajah dari toko Qila kosmetik di pasar Panorama kota Bengkulu, mereka menawarkan kerjasama dimana saya di berikan produk yang mereka jual dan saya harus mempromosikan nya

³³ Widia Marunduri, Selaku Pelaku Endorsement Produk Kecantikan di Pasar Panorama, Wawancara, 11 Desember 2021

melalui akun media sosial saya, saya di kirimkan produk kecantikan berupa toner, sabun cuci muka, cream wajah dan sunblock itu adalah seperangkat skincare wajah yang mereka jual di toko mereka, kami berdiskusi melalui via telpon membicarakan kesepakatan antara kedua belah pihak yang telah di buat oleh pemilik toko dan saya tinggal mengikuti sesuai apa yang ada dalam kesepakatan kontrak kerja, walaupun sebenarnya saya kurang tau sebenarnya produk yang di kirimkan kepada saya itu sudah aman untuk wajah seperti saya yang sedikit berminyak tapi dalam perjanjian ini tidak bersifat terikat jadi saya hanya menggunakan produk tersebut saat mempromosikan nya saja tugas saya hanya mempromosikan dan membuat para pelanggan atau konsumen terkesan penasaran dan ingin membeli produk kecantikan tersebut”³⁴

Wawancara pelaku endorsement Maya Pabella:

“saya mendapatkan endorse mempromosikan suatu produk dari toko nadia store dimana saya berfoto dengan memegang dan menggunakan produk dari toko tersebut kemudian saya memposting foto dan video di akun media sosial saya dengan kesepakatan saya harus menuliskan ulasan yang menarik. Namun setelah saya menggunakan atau memakai produk yang di berikan toko tersebut kulit wajah saya mengalami penolakan dengan tumbuh jerawat dan pada saat saya pakai kulit saya terasa sedikit gatal, dari sana sebenarnya saya sadar bahwasannya saya tidak teliti dalam menerima tawaran endorse yang di berikan kepada saya, saya tidak melihat

³⁴Pertiwi Agustini, Selaku Pelaku Endorsement Produk Kecantikan di Pasar Panorama, Wawancara, 12 Desember 2021

apakah produk yang saya promosikan itu efektif atau tidak”³⁵

Wawancara pelaku endorsement Julyanti Lestari

Dwi Putri:

“saat saya mendapatkan tawaran endorse dari sebuah toko Rini kosmetik yang berada di pasar Panorama kota Bengkulu saya tidak langsung menerima tawaran tersebut saya harus mencoba produk yg di tawarkan kepada saya terlebih dahulu apakah cocok di kulit saya atau tidak sebelum men-endorse sebuah produk yang pertama saya lakukan adalah terlebih dahulu saya mencoba produk tersebut jika saya merasa cocok dan tidak ada efek samping di kulit saya saya akan menerima tawaran endorse tersebut, tetapi jika setelah saya mencoba produk tersebut ternyata tidak cocok di kulit saya maka saya akan menolak tawaran endorse produk kecantikan dari toko tersebut, ketika saya di berikan sebuah produk sabun cuci muka dan toner wajah saya langsung mencobanya dan menunggu reaksinya di muka saya beberapa hari dan akhirnya produk tersebut cocok di kulit wajah saya dan saya langsung menghubungi pihak toko penjual produk kecantikan untuk memastikan kepada mereka bahwa saya menerima tawaran kerjasama untuk mempromosikan produk dengan ulasan sesuai dengan apa yang sudah saya rasakan, saya memposting foto dengan memegang produk kecantikan dari toko Rini dan memberikan ulasan menarik, jujur untuk menari

³⁵ Maya Pabella, Selaku Pelaku Endorsement Produk Kecantikan di Pasar Panorama, Wawancara, 12 Desember 2021

minat beli konsumen atau pelanggan agar ikut membeli produk yang sama seperti yang saya gunakan”³⁶

Selanjutnya wawancara pelaku endorsement

Tahnia:

“saya menjadi salah satu pelaku endorsement di salah satu toko produk kecantikan Qila yang lumayan sudah terkenal di pasar Panorama, sudah beberapa kali saya diminta pemilik toko untuk melakukan kerjasama dalam mengiklankan atau mempromosikan suatu produk yang di jual di toko tersebut saya hanya di minta untuk memposting kegiatan saya saat sedang menggunakan produk dari toko tersebut baik berupa video atau foto dengan menggunakan produk yang saya terima dari toko tersebut, ada sunblock wajah, serum, sabun cuci muka dan masih banyak lagi, sejujurnya saya tidak begitu paham apakah produk yang saya gunakan tersebut aman atau tidak pada kulit wajah, saya hanya memposting dan memberikan ulasan menarik dari produk yang saya gunakan tanpa saya tau khasiat sebenarnya setelah saya memposting saya tidak menggunakan produk kecantikan itu lagi, melainkan saya menggunakan produk kecantikan yang memang sehari-hari saya gunakan, dalam perjanjian kerja tidak terikat sehingga saya tidak merasa di bebani dengan pekerjaan ini, dalam satu produk yang akan saya endors saya mematok harga yang lumayan

³⁶Julyanti Lestari Dwi Putri, Selaku Pelaku Endorsement Produk Kecantikan di Pasar Panorama, *Wawancara*, 13 Desember 2021

terjangkau yaitu Rp. 250.000 untuk 3 kali posting foto atau video”³⁷

Selanjutnya penulis melakukan wawancara kepada pemilik toko produk kecantikan yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu, wawancara ibu Rini selaku Pemilik Toko Rini kosmetik mengatakan:

“awalnya saya tidak pernah tau apa itu endorsement tetapi semenjak omset penjualan mulai menurun di karenakan adanya wabah virus covid 19, saya mendengar banyak toko-toko yang menjual produk kecantikan yang ada di pasar Panorama para pelaku usaha mulai menggunakan strategi penjualan atau pemasaran melalui promosi iklan yaitu endorsement saya pun tertarik untuk mencoba melakukan strategi tersebut, sudah hampir satu tahun saya menggunakan strategi endorsement ini dan Alhamdulillah omset penjualan saya mulai terbantu dan cukup meningkat, saya mencari pelaku endorsement melalui akun media sosial saya kemudian saya menghubungi mereka setelah itu saya menunggu respon dari para pelaku endorse tersebut apakah mereka mau di ajak bekerjasama dengan toko saya atau tidak, setelah di balas dan pelaku endorse menyetujui saya mulai mengajak berdiskusi tentang kontrak kerja yang akan di sepakati bersama, selanjutnya saya mengirimkan produk kepada pelaku endorse untuk di promosikan oleh pelaku endorse, ketika semua nya sudah selesai barulah saya memberikan upah kepada pelaku

³⁷ Tahnia, Selaku Pelaku Endorsement Produk Kecantikan di Pasar Panorama, Wawancara, 13 Desember 2021

endorse sesuai dengan kesepakatan yang telah di sepakati bersama”³⁸

Wawancara dengan ibu chintami selaku pemilik toko Qila kosmetik:

“sudah hampir dua tahun saya menggunakan strategi endorsement ini dan sekarang sudah memasuki tahun ketiga, awal saya memulai strategi endorsement ini saya yang turun tangan sendiri mencari pelaku endorse dan mengajak kerjasama dengan toko saya untuk mempromosikan produk-produk yang saya jual agar dapat menarik lebih banyak pelanggan untuk membeli produk-produk kecantikan yang saya jual, tetapi sekarang saya menugaskan itu semua kepada salah satu karyawan saya mereka mencari pelaku endorse melalui media sosial dan melihat apakah pelaku endorse tersebut layak untuk diajak kerjasama, karena saya dalam memilih pelaku endorse saya mencari pelaku endorse yang memang dia mempunyai penampilan yang menarik juga agar dengan mudah saya bisa menarik konsumen untuk membeli produk yang saya jual, setelah mendapatkan pelaku endorse ada beberapa persyaratan juga yang harus dilakukan, namun di dalam kerjasama ini pelaku endorse dan pemilik toko tidak saling terikat walaupun di awal perjanjian pelaku endorse harus mengisi beberapa persyaratan, itu semua hanya formalitas kerjasama saja antara pemilik toko produk kecantikan dengan pelaku endorse yang akan bekerjasama dengan toko saya”³⁹

³⁸Rini, Selaku Pemilik Toko Rini Kosmetik di Pasar Panorama, Wawancara, 9 Desember 2021

³⁹Chintami, Selaku Pemilik Toko Qila Kosmetik di Pasar Panorama, Wawancara 11 Desember 2021

Wawancara dengan ibu Nadia selaku pemilik toko Nadia Store mengatakan:

“saya melakukan strategi endorsement ini baru hampir satu tahun saya mencari pelaku endorsement melalui sosial media dan setelah mendapatkannya saya memberikan beberapa persyaratan sebagai formalitas kontrak kerja yang akan dilakukan antara pelaku endorse dengan toko saya, setelah semua sudah disepakati bersama, saya mengirimkan produk yang akan dipromosikan oleh pelaku endorsement setelah itu pelaku endorsement harus memposting foto atau video ke media sosialnya dengan ulasan yang menarik dan meyakinkan agar mendapatkan banyak minat konsumen untuk ikut mencoba produk yang saya jual”⁴⁰

Berdasarkan hasil wawancara oleh beberapa konsumen, pelaku *endorsement* dan pemilik toko produk kecantikan yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu dapat disimpulkan bahwasannya:

1. Pelaku usaha atau pemilik toko produk kecantikan yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu dalam memilih pelaku *endorsement* tidak selektif hanya dilihat berdasarkan jumlah pengikut (*followers*), dan lebih di tekankan pada like serta viewer yang melihat

⁴⁰Nadia, Selaku Pemilik Toko Nadia Store di Pasar Panorama, Wawancara, 11 Desember 2021.

setiap aktivitas pelaku endorse tersebut di akun media sosial tanpa memperhatikan sifat dan karakter yang akan mewakili produknya.

2. Pelaku *endorse* juga tidak teliti dalam memilih barang untuk di *endorse*, sebagian pelaku *endorse* menerima *endorse* hanya karena semata-mata ingin mengambil keuntungannya saja tanpa memperhatikan sisi lainnya.
3. Dari segi menawarkan produk, pelaku *endorse* dituntut untuk menuliskan keterangan yang menarik terkait produk kecantikan yang akan di *endorse* padahal pelaku *endorse* sebenarnya tidak mengetahui kualitas maupun informasi dari produk kecantikan itu sendiri bahkan pelaku *endorse* sebelumnya tidak menggungkannya.
4. Sementara dari pihak toko yang menjual produk kecantikan di pasar Panorama kota Bengkulu terlalu melebih lebihkan terkait dengan kualitas produk kecantikan yang mereka jual.

Masalah di atas menimbulkan kekecewaan pada konsumen. Konsumen membeli suatu produk kecantikan karena melihat dan mengetahui bahwa pelaku *endorse* yang di kenalnya menggunakan produk kecantikan dari toko produk kecantikan yang mereka rekomendasikan kepada kami para konsumen. Maka dari itu konsumen berhak mengetahui informasi yang relevan (bahan bakunya, umpamanya). Karena konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk atau jasa, mereka berhak bahwasannya keinginannya tentang produk atau jasa itu di dengar dan di pertimbangkan, terutama keluhannya.

Kebutuhan konsumen mungkin muncul karena menerima informasi tentang suatu produk, kondisi ekonomi, periklanan, atau karena kebutuhan. Selain itu, gaya hidup seseorang karakteristik pribadi dapat pula mempengaruhi keputusan pembelian seseorang konsumen. Seorang konsumen tidak mempunyai alasan untuk tidak percaya tentang informasi yang mereka terima

dan karena itu akan merasa dibohongi bila informasinya tidak benar.

Promosi yang dilakukan oleh beberapa toko produk kecantikan yang ada di pasar Panorama menggunakan pelaku *endorsement* terkesan suka membohongi, tidak jujur dan tidak dapat dipercaya. Hal tersebut karena kedua belah pihak antara pemilik toko produk kecantikan dan pelaku *endorse* tidak jujur dan tidak transparan dalam melakukan suatu promosi, sehingga konsumen dan ada juga pelaku *endorse* yang berkompoten yang pernah membeli dan menggunakan produk kecantikan yang mereka dapat dari toko produk kecantikan tersebut tidak merasa puas dan kecewa dengan hasil yang mereka dapatkan.

Pelaku atau pekerja *endorsement* menjadi pendukung yang efektif untuk suatu produk apabila ada hubungan yang berarti atau kecocokan antara pelaku *endorse*, khalayak, dan produk. Faktor-faktor yang mereka pertimbangkan ketika mengambil keputusan

seleksi pelaku *endorse* mereka, menurut urutan tingkat kepentingan pertimbangannya adalah:

1. Kredibilitas
2. Kecocokan pelaku endorse dengan khalayak
3. Kecocokan pelaku endorse dengan produk
4. Daya tarik pelaku endorse dan
5. Pertimbangan lainnya

Dari faktor pertimbangan di atas, promosi akan menjadi lebih efektif dan menguntungkan apabila pelaku *endorse* sebagai pendukung memenuhi kriteria-kriteria tersebut. Pelaku *endorse* seharusnya teliti dalam menerima *endorse*, jujur, dan transparan dalam melakukan promosi hal tersebut supaya masyarakat tidak kecewa dan mempercayai pelaku *endorse* yang di nilai memiliki citra baik di mata masyarakat.

B. Profesi *Endorsement* Produk Kecantikan Di Pasar Panorama kota Bengkulu Di Tinjau Dari Hukum Islam

Allah menciptakan manusia untuk saling tolong menolong antar manusia yang satu dengan yang lainnya salah satunya yaitu dengan bermuamalah. Prinsip dasar muamalah adalah untuk mewujudkan kemaslahatan umat manusia, dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia harus sesuai dengan ketentuan hukum Islam yang disebut fiqh muamalah, yang semuanya merupakan hasil dari penggalan A-Quran dan Hadis.

Menurut pengertian khusus fiqh muamalah atau hukum perdata Islam diartikan sebagai norma hukum yang mengatur hal-hal yang berkaitan dengan hukum bisnis Islam seperti jual beli, *Ijarah*. Jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar barang dengan uang dengan jalan melepas hak milik dari yang satu kepada yang lain dengan ketentuan yang dibenarkan syara' (Hukum Islam). Didalam aktivitas jual beli tidak terlepas dari promosi. Promosi merupakan kegiatan

yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Biasanya dalam kegiatan promosi pelaku usaha berusaha memuji dan mengemukakan keunggulan barang yang di jualnya. Akan tetapi suatu hal yang tidak baik adalah apabila pelaku usaha secara berlebihan memuji barang-barang yang di jualnya, padahal mutunya tidak sebaik yang ia katakan.

Pada dasarnya iklan dan promosi merupakan tindakan memuji suatu barang atau jasa yang di tawarkan. Tentunya, hal tersebut tidak lepas dari pujian yang benar atau tidak benar atau yang mengandung unsur kebohongan. Pertama, pujian yang benar, dalam hal ini apabila iklan yang mengandung pujian tersebut bersifat nyata dan benar, tidak mengandung unsur kebohongan maka iklan atau promosi semacam ini hukumnya boleh (*ja'iz*). Apabila iklan atau promosi tersebut mengandung informasi yang sebelumnya tidak di ketahui oleh pembeli tentang barang atau jasa yang ditawarkan. Disamping memang tidak ada dasar yang melarang tentang memuji atas barang atau jasa tersebut.

Kedua, pujian yang tidak benar. Iklan atau promosi dengan pujian yang tidak benar ini, yaitu melakukan pujian yang terdapat kebohongan di dalamnya. Perbuatan semacam ini adalah zalim dan diharamkan. Hal ini di dasarkan pada firman Allah swt dalam surah:

QS. An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا - ٢٩

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat di atas menerangkan bahwa Allah swt mengharamkan untuk memakan harta dengan jalan bathil, dan Allah memberikan pengecualian atas kebolehan memakan hasil perniagaan yang di dapatkan dengan jalan sukarela. Tidak di ragukan lagi bahwa tindakan berbohong baik secara lisan maupun perbuatan termasuk memakan harta dengan jalan bathil karena di dalamnya tidak ada unsur kerelaan. Menurut ulama tafsir, larangan

memakan harta orang lain dalam ayat diatas mengandung pengertian yang luas dan dalam, yaitu:

1. Islam mengakui adanya milik perseorangan yang berhak mendapatkan perlindungan dan tidak di ganggu gugat.
2. Hak milik perseorangan itu apabila banyak, wajib dikeluarkan zakatnya dan kewajiban lainnya untuk kepentingan agama, Negara, dan sebagainya.
3. Sekalipun seseorang memiliki harta yang banyak dan banyak pula orang yang memerlukannya dari golongan-golongan yang berhak menerima zakatnya, tetapi harta orang tidak boleh di ambil begitu saja tanpa seizin pemiliknya atau tanpa menurut prosedur yang sah.

Adapun etika yang harus dilakukan dalam berpromosi (*endorsement*) sesuai dengan anjuran Islam adalah:

- a) Jangan mudah mengucapkan kata sumpah, dalam berpromosi atau beriklan janganlah mudah mengucapkan janji sekiranya janji tersebut tidak bisa

ditepati. Bersumpah secara berlebihan dilarang dalam etika promosi Islam, mengucapkan sumpah tanpa sesuai dengan yang sesungguhnya dapat merusak nilai-nilai Islam.

- b) Jujur, Islam sangat melarang memalsukan dan membohongi kerana dapat menyebabkan kerugian dan kezaliman serta dapat menimbulkan permusuhan dan percekccokan.
- c) Menjaga agar selalu memenuhi akad dan janji serta kesepakatan–kesepakatan diantara kedua belah pihak.
- d) Menghindari berpromosi palsu yang bertujuan menarik perhatian pembeli dan mendorongnya untuk membeli.
- e) Rela dengan laba yang sedikit karena itu akan mengundang kepada kecintaan manusia dan menarik banyak pelanggan serta mendapat berkah dan rezeki

Berdasarkan lima pelaksanaan strategi promosi *endorsement* yang dianjurkan oleh syariat Islam, pelaku usaha produk kecantikan yang ada di pasar Panorama kota

Bengkulu tidak berjalan seperti yang ada di dalam keterangan di atas.

Profesi *endorsement* merupakan pekerjaan yang halal selagi tidak mengandung unsur tipuan, bekerja dengan Profesi apapun adalah baik karena itu merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Rasulullah SAW bersabda:

مسند أحمد ١٦٦٢٨: حَدَّثَنَا يَزِيدُ حَدَّثَنَا الْمَسْعُودِيُّ عَنْ وَائِلِ أَبِي بَكْرٍ عَنْ عَبَّادَةَ بْنِ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ عَنْ جَدِّهِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ قَالَ قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Musnad Ahmad 16628: Telah menceritakan kepada kami Yazid telah menceritakan kepada kami Al Mas'udi dari Wa'il Abu Bakr dari Abayah bin Rifa'ah bin Rafi' bin Khadij dari kakeknya Rafi' bin Khadij dia berkata: "Dikatakan, "Wahai Rasulullah, mata pencaharian apakah yang paling baik?" beliau bersabda: "Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur."

Promosi melalui media sosial dengan menggunakan pelaku *endorsement* pada zaman sekarang ini tidak dapat dihindarkan, meskipun memiliki banyak dampak negative. Strategi menggunakan jasa *endorsement* masih banyak di praktikan dan menjadi salah satu pilihan yang dianggap efektif

dalam meningkatkan produksi suatu barang maupun jasa. Karena hal tersebut memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak, bagi pelaku usaha otomatis mengalami peningkatan pendapatan penjualannya sedangkan bagi pelaku *endorse* selain mudah dan dapat dilakukan dimana saja juga mendapatkan bayaran yang cukup mahal meski ia tidak menggunkan produk tersebut.

Pelaku *endorse* seharusnya teliti ketika menerima tawaran *endorse*, terlebih dahulu mencari informasi lengkap terkait produk kecantikan yang nantinya akan di promosikan serta kecocokan pelaku *endorse* dengan produk yang nantinya akan di promosikan, bukan semata-mata menerima *endorse* karena timbal balik atau bayaran nya saja. Adapun ketika melakukan testimony produk seharusnya berikan penjelasan yang apa adanya dan jujur agar calon konsumen tidak merasa kecewa dan tertipu, karena promosi berdasarkan penjelasan yang tidak sebenar-benarnya maka promosi di anggap mengandung unsur menipu dan merupakan praktik perdagangan yang tidak adil, dan sangat merugikan konsumen

ketika produk yang di tawarkan tidak sesuai dengan produk yang di promosikan.

Praktik *endorsment* ini diperbolehkan apabila sesuai dengan kaidah-kaidah islamiyah seorang *endorser*. Seperti menggunakan bahasa yang baik dan sopan, tidak menampakkan aurat, tidak berisi maksiat atau fitnah dengan membanding-bandingkan produk yang dipromosikan dengan produk lain serta promosi yang mengandung pujian yang bersifat nyata dan benar serta tidak direkayasa.

Islam menganjurkan agar usaha atau profesi orang muslim adalah usaha atau profesi yang baik dan halal, memelihara yang ma'ruf dan menjauhi yang mungkar. Bekerja adalah ibadah dan jihad. Oleh karena itu Islam menganjurkan umatnya untuk memproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi, pertanian, perkebunan, perindustrian, dan perdagangan. Islam memberkati pekerjaan dunia dan menjadikannya bagian daripada ibadah dan jihad. Bekerja adalah bagian dari ibadah dan jihad jika sang pekerja bersifat konsisten terhadap peraturan Allah swt, suci niatnya,

dan tidak melupakannya. Dengan tujuan mencukupi kebutuhan hidup berdasarkan tuntunan syariat. Seorang muslim diminta bekerja untuk mencapai beberapa tujuan yaitu untuk memenuhi kebutuhan pribadi dengan harta yang halal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat mengambil kesimpulan:

- A. Praktik endorsement produk kecantikan di Pasar Panorama kota Bengkulu dilakukan antara pedagang kosmetik dengan pelaku *endorsement* yang berada di kota Bengkulu dengan sistem *feedback* (Timbal balik) sama-sama saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, dimana pedagang kosmetik mencari pelaku *endorsement* melalui media sosial kemudian pedagang kosmetik mencoba menghubungi pelaku *endorsement* dan mengatakan maksud dari pedagang kosmetik terhadap pelaku endorsement bahwasannya untuk mengajak pelaku *endorsement* bekerja sama dengan salah satu toko produk kecantikan yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu, setelah pelaku *endorsement* menyetujui tawaran yang di berikan oleh salah satu

pedagang kosmetik atau toko kosmetik yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu. pemilik toko memberikan beberapa persyaratan sebagai formalitas kontrak kerja yang harus di setuju atau di tandatangani oleh kedua belah pihak. Setelah semua di sepakati oleh kedua belah pihak, kemudian pemilik toko mengirimkan beberapa produk kecantikan yang mereka jual ke pelaku *endorse* untuk nantinya di promosikan oleh pelaku *endorse*, setelah produk sampai ke tujuan pelaku *endorse* harus melaksanakan kewajibannya untuk memposting foto atau video dengan menggunakan atau memegang produk dari toko kosmetik tersebut dengan durasi yang telah di sepakati bersama. Pelaku *endorse* harus memposting foto atau video dengan menggunakan produk yang telah di terima dan di berikan ulasan semenarik mungkin agar bisa menarik minat konsumen untuk ikut mencoba dan membeli produk serupa yg telah di promosikan. Setelah semuanya selesai baru pelaku *endorse* dapat

menerima bayaran dari pemilik toko sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

B. Profesi *endorsement* yang di lakukan di pasar Panorama kota Bengkulu menurut Hukum Islam dari segi pekerjaan atau profesi tidak ada yang menyimpang karena pekerjaan atau profesi dalam Islam dinilai sebagai ibadah dan jihad. Akan tetapi Praktik Profesi *Endorsment* pada Pasar Panorama Kota Bengkulu masih terdapat Pelaku *Endorse* dan pemilik toko yang tidak jujur atau memberikan persepsi yang mengandung unsur penipuan atau tidak sesuai dengan kualitas produk yang dipromosikan kepada konsumen serta promosi yang belum bisa dibuktikan kebenarannya. Praktik *endorsment* ini diperbolehkan apabila sesuai dengan kaidah-kaidah islmiyah seorang *endorser*. Seperti menggunakan bahasa yang baik dan sopan, tidak menampakkan aurat, tidak berisi maksiat atau fitnah dengan membanding-bandingkan produk yang dipromosikan

dengan produk lain serta promosi yang mengandung pujian yang bersifat nyata dan benar serta tidak direkayasa

B. Saran

Dalam skripsi ini penulis ingin memberikan saran serta masukan untuk beberapa pihak yang bersangkutan dalam profesi *endorsement* produk kecantikan yang ada di Pasar Panorama kota Bengkulu dengan tujuan agar menjadi lebih baik lagi serta menjadi bahan pertimbangan diantaranya:

1. Diharapkan pemilik toko dan pelaku *endorse* sebaiknya pemilik toko memberikan informasi dan penjelasan terlebih dahulu terhadap produk yang akan di berikan dan di promosikan oleh pelaku *endorse* dan tidak memberikan tekanan untuk pelaku *endorse* memberikan ulasan yang menarik dalam mencuri minat konsumen agar omset penjualan semakin meningkat tetapi cara seperti ini salah dan menyimpang dari ajaran Islam, begitu juga dengan

pelaku *endorsement* sebaiknya juga teliti sebelum menerima produk yang akan di *endorse* apakah produk tersebut layak untuk di promosikan atau tidak karena dampaknya nanti akan membuat banyak konsumen menjadi kecewa dengan produk tersebut, sebaiknya dalam mempromosikan suatu produk berikanlah penjelasan yang apa adanya, jujur tidak harus melebih-lebihkan jika ada efek samping dari pemakaian produk tersebut tidak apa-apa di jelaskan dengan begitu konsumen tidak akan merasa tertipu dan tidak akan menyesal untuk memilih produk yang akan mereka beli.

2. Bagi pedagang kosmetik di Pasar Panorama Kota Bengkulu sebaiknya selektif dalam memilih pelaku *endorse* agar tidak ada lagi dampak tidak baik untuk konsumen, agar konsumen merasa benar-benar puas berbelanja di toko tersebut dan tidak ada lagi komentar yang membuat konsumen kecewa dengan produk yang di jual disana.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi dan Ben Ahmad Saebani. 2014. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*. (Bandung: CV Pustaka Setia).
- Al-Muslih, Abdullah dan Shalah Ash-Shawi. 2008. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, Terj. Abu Umar Basyir. (Jakarta: Darul Haq).
- Agustini, Pertiwi. Selaku Pelaku Endorsement Produk Kecantikan di Pasar Panorama. *Wawancara*. 12 Desember 2021
- al-Kamili, Muhammad. 2010. “*Hukum Iklan: Sebuah tinjauan Syariah*”.dalam:
<https://almanhaj.or.id/2637-hukum-iklan-sebuah-tinjauan-syariah.html>.
diakses pada Tanggal 09 Agustus 2021.
- Ankasaniscara, Palagan. 2014. “*Analisis pengaruh celebrity endorsement pada brand image terhadap keputusan pembelian*”, (Tesis—Universitas Indonesia, Jakarta).
- Astari, Tri. Selaku Konsumen di Pasar Panorama, *Wawancara* 10 Desember 2021
- Ayu Wulandari, Sri. 2017. *Pengaruh Penggunaan Endorsement Terhadap Omzet*

Penjualan Usaha Online Shop Di Palangka Raya, dalam
<http://digilib.iain->

[palangkaraya.ac.id](http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id). diakses pada Tanggal 09 Agustus
2021.

Chintami. Selaku Pemilik Toko Qila Kosmetik di Pasar
Panorama. *Wawancara* 11

Desember 2021.

Dermawan, Zulrahma. *Peranan Celebrity Endorser*
Dalam Menarik Minat Beli

Pengguna Media Sosial Instagram (Studi pada
Mahasiswa UIN Alauddin

Makassar), Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN
Alauddin Makassar,

dalam <http://repository.uin-alauddin.ac.id>, di unduh pada
17 Februari 2021.

Detik Mega. Selaku Konsumen di Pasar Panorama.
Wawancara. 13 Desember

2021

Data Kantor Pasar Panorama Kota Bengkulu Tahun 2019

Elviani, Nia Selaku Konsumen di Pasar Panorama,
Wawancara, 12 Desember 2021

Faradita, Bela Dwi. Selaku Pelaku Endorsement Produk
Kecantikan di Pasar Panorama, *Wawancara*, 11 Desember 2021

Firman. Koordinator Retribusi Sewa Kios di Pasar
Panorama. *Wawancara* 8 Desember 2021

Fahmi, Muhammad Nurul. “*Endorse Dan Paid Promote
Instagram Dalam
Persepektif Hukum Islam*”. An-Nawa, Jurnal Hukum
Islam. (Vol. 22,
Januaru-Juni 2018.

Harly, Gevin Sepria. “*Pengaruh Endorsement Fashion
Blogger Terhadap Minat
Beli Merek Lokal*” (Studi kasus pada fashion blogger
Evita Nuh), Jurnal
Manajemen Indonesia, (Vol. 14 No. 2), Agustus 2014.

Heriadi. Bagian mum Pasar Panorama. *Wawancara*. 8 Desember
2021

Infosky. “*KuncisuksesBisnis*”.[http://infoskywordpress.com/2008/04/11/](http://infoskywordpress.com/2008/04/11/Kunci%20sukses%20bisnis/) Kunci sukses bisnis, (11 Maret 2013)

Insawan, Husain. “*Al-Ijarah dalam Persepektif Hadis;
Kajian Hadis dengan
Metode Maudhu*”. Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam.
(Vol 2, No. 1,
Juni 2017)

Iwan, Thomas. Kepala Pasar Panorama. *Wawancara* 8
Desember 2021

Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah (Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani)

Mustofa, Imam. 2016. *Fiqh Muamalah* (Depok : PT. Raja Grafindo Persada).

Marunduri, Widia. Selaku Pelaku Endorsement Produk Kecantikan di PasarPanorama, *Wawancara*, 11 Desember 2021

Nadia. Selaku Pemilik Toko Nadia Store di Pasar Panorama. *Wawancara*, 11 Desember 2021.

Nala. Selaku Konsumen di Pasar Panorama. *Wawancara*. 10 Desember 2021

Parentukan, Valentine dkk. “*Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Hand And Shoulders Di 24 Mart Manado*” Jurnal EMBA (Vol.2 No. 3 September 2014).

Putri, Julyanti Lestari Dwi. Selaku Pelaku Endorsement Produk Kecantikan di

Pasar Panorama. *Wawancara*. 13 Desember 2021

Pabella, Maya. Selaku Pelaku Endorsement Produk Kecantikan di Pasar Panorama, *Wawancara*, 12 Desember 2021

Rochmania, Lidia dan Fajar Siddiq Adi Prabowo, “*Pengaruh Celebrity*

Endorsement pada Instagram Terhadap Minat Beli Produk Mode Lokal (Studi pada Sharena Gunawan)”, Jurnal e-

Proceeding of Management, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, (Vol. 3 No. 2 Agustus 2016).

Rini. Selaku Pemilik Toko Rini Kosmetik di Pasar Panorama. *Wawancara*, 9 Desember 2021.

RPJMD Kota Bengkulu Tahun 2018.

Salim, Nanda. Selaku Pelaku Endorsement Produk Kecantikan di Pasar Panorama, *Wawancara*, 11 Desember 2021.

Selian, Farah Mumtaz *Perjanjian Baku Dalam Endorsement di Media Sosial*

Instagram, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang,

dalam <http://repository.uinjkt.ac.id> di unduh pada 17 februari 2021.

Shihab, M. Quraish. 2002. *Tafsir Al-Mishbah*, (Jakarta: Lentera Hati) Saporso dan Dian Lestari, “*Peranan endorse terhadap brand image dari sudut pandang konsumen*”, Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, (Vol 9, No. 3, September 2009), h. 162.

Tahniah, Selaku Pelaku Endorsement Produk Kecantikan di Pasar Panorama, *Wawancara*, 13 Desember 2021.

Utami, Pratiwi Budi. 2012. “*Strategi Komunikasi pemasaran melalui endorsement pada online shop di Indonesia*”, Tesis Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa.

L

A

M

P

I

R

A

N

DOKUMENTASI















Dr. M. Y. Sumandya, M. A.

Wakil Dekan I

Jember, 12 Februari 2023

<p>12111200041812 Dosen Tetap/PA H</p>	<p>Program S.1.B.02.0200 B.1.D.1 Jurusan Di Fakultas Ilmu Agama Kristen 1 V (Sesuai) (Program Jurusan Peminatan Gizi dan Kesehatan Dalam Kesehatan Masyarakat)</p>	<p>Jam: 14.00 - 17.00 Kamis 17-02-2023</p>	<p>5. Widy. Gusmanusdjar M.H 1. Dr. Rojimatul M.A</p>	<p>4. Espi Miftah M.H (Sesuai) II 3. Dr. Mita Y. Sumandya, M. A. & (Sesuai) I 5. Widy. Gusmanusdjar M.H (Sesuai) II 1. Dr. Rojimatul M.A (Kursus)</p>
<p>12111000041812 Dosen Tetap/PA</p>	<p>(Peminatan Kesehatan Tumbuhan Pangan) (Kesehatan Masyarakat) Diklat Pengembangan Tenaga Pengajar Dan Tenaga Keperawatan Layanan Kesehatan Tumbuhan Pangan Pengembangan Manusia Kritis</p>	<p>Jam: 12.00 - 14.00 Kamis 17-02-2023</p>	<p>5. Dr. Imami Jajiff, M. A. & 1. Dr. H. Khatunul Hidayat, M. A. &</p>	<p>4. Widy. Vpqiul Jajic, M.H (Sesuai) II 3. Dr. Rojimatul M.A (Sesuai) I 5. Dr. Imami Jajiff, M. A. & (Sesuai) II 1. Dr. Zuhrotul M. A. & (Kursus)</p>
<p>12111200041812 Dosen Tetap/PA</p>	<p>Kesehatan (Peminatan Peminatan Kota Internasional Layanan Kesehatan Tumbuhan Pangan Pengembangan Manusia Kritis)</p>	<p>Jam: 14.00 - 17.00 Kamis 17-02-2023</p>	<p>5. Dr. Imami Jajiff, M. A. & 1. Dr. Zuhrotul M. A. &</p>	<p>3. Dr. Rojimatul M.A (Sesuai) I 5. Dr. Imami Jajiff, M. A. & (Sesuai) II 1. Dr. Zuhrotul M. A. & (Kursus)</p>

EVALUASI KUALITAS LAYANAN KESEHATAN LINGKUNGAN 2023
TAPAK UT. UNWA SURABAYA MANCARIKAWA

Terdapat (0,00) 81528-81141-81125 - (Sampel) (0,00) 81521-81123
Jember, 12 Februari 2023
FATMAWATI SEKARNO BEKOWALATI
UNIVERSITAS BRAWIJAYA NEGERI
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI Wahid
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU Jalan Rachen
Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
www.uinfbengkulu.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Patri Ayu Nengaih Pembimbing I : Dr. H. Supardi, M. Ag
NIM : 1711120021 Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam
Jurusan : Syariah Terhadap Profesi Endorsement Produk Kecantikan
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Studi Pasar Panorana Kota Bengkulu)

NO	Hari/ Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing I	Paraf Pembimbing
1	4 Februari 2022	Memperbaiki footnote dan huruf kecil dan besar		A
2	7 Februari 2022	Perbaikan Bab I dalam memperjelas Latar Belakang yang sudah di buat		A
3	9 Februari 2022	Perbaikan Bab II memperjelas kembali informasi-informasi data yang didapatkan		A
4	10 Februari 2022	Perbaikan Bab II dari hasil penelitian yang penulis sampaikan masalah yang ada di bab lain Bab tersebut telah terlihat dan harus lebih di sempatkan lagi		A
5	10 Februari	Perbaikan Bab Kesimpulan		A
6	11 Februari	Selesaikan soal-soal yang sudah saya kirim		A

Bengkulu, 2022
Pembimbing I

Mengetahui,
Kaprodi HES

(Rochman Laman, M.H.I)
NIP.198612092019031002

(Dr. H. Supardi, M. Ag)
NIP.19650421019960321007

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

CATATAN PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI

NAMA : Putri Ayu Nenguh
 NIM : 171120021
 JURUSAN : HES

NO	PERMASALAHAN	KETERANGAN
1	Catatan Baca Al-Qur'an:	Lulus/ Tidak Lulus* Saran: Perbaiki bacaan lasi.
2	Catatan Hasil Ujian Skripsi: → temuan praktis di perbaiki lagi → metode lagi tidak sesuai pedoman → Pendetakan mana? → Alasan ya di tambahkan → nama? Informannya mana	

*Coret yang tidak Perlu

Bengkulu, 17 Februari 2022
 Penguji, II



Wahyu Abdul Jafar, M.H.I

CATATAN PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI

NAMA : Putri Ayu Ningsih
 NIM : 1711120021
 JURUSAN : HES

NO	PERMASALAHAN	KETERANGAN
1	Catatan Baca Al-Qur'an: Pembaca Al-Qur'annya masih kurang Hz Tajwid dan Melafazkan	Lulus/ Tidak Lulus* Saran: - Sdr. Pelajar lagi kepada guru ngaji yg lebih fasih - Minta ke kaka atau'...
2	Catatan Hasil Ujian Skripsi: 1. L. Belakang 2. Rumusan masalah	- Tambahkan ayat + hadis yg berkaitan dg proses di final beli. - Sdr jawab pada Kumpul - Rumusan masalah sdr adalah Kpd Belakang/ Endorsement nya / final beli nya - Kumpulan sdr kmp jawaban terlelepanjang

*Coret yang tidak Perlu

Bongkulu, 17 Februari 2022
 Penguji, 1



Dr. Rohmadi, MA



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BENGKULU
FAKULTAS SYARIAH**

Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Tejal, (0736) 51171-51278, Fax. (0736) 51172 Bengkulu

I. IDENTITAS MAHASISWA

Nama : Putri Ayu Ningsih
NIM : 1711120021
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Semester : 4(enam)

Judul Proposal yang diusulkan:

~~PERSEPEKTIF HUKUM ISLAM TERHADAP JASA ENDORSMENT
SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN(Studi Kasus Akun Instagram
@Organickmask_backsonature.id)~~

TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP JASA TANAM BULU
MATA(EYELASH EXTENSION) DAN SULAM ALIS SEBAGAI TREND
KECANTIKAN MASA KINI(Studi Kasus Akun Instagram @Sesi_studiohrowlsh)

TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP TEORI DAN PRAKTIK
AKAD MURABAHAH PADA BANK SYARIAH(Studi Kasus bank mandiri syariah jl.
S. Parman)

II. PROSES KONSULTASI

a. Konsultasi dengan Pembimbing Akademik

Catatan:

Persepektif Layanan Keluarang

PA

Dr. H. Jaharah Lc. MA

b. Konsultasi dengan Dosen Bidang Ilmu

Catatan:

All judul yg no 1 dgn
beberapa perbaikan
16/7/20

Dosen

Ismael Yalili, Ph.D

III. JUDUL YANG DIUSULKAN

Setelah konsultasi dengan Pembimbing Akademik dan Dosen Bidang Ilmu, maka judul yang

Saya usulkan adalah: Tinjauan Hukum Islam terhadap jasa endorsemet

Produk-produk kecantikan religi strategi pemasaran di Kota
Bengkulu

Mengetahui,
Ka.Prodi

Wati Gusmaningsih SH-MA

Bengkulu, 27/juni/2020
Mahasiswa

Putri Ayu Ningsih






KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Rante Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (078) 81276-81171-81173-81879 Faksimili (078) 81171-81172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Jumat, 14 Agustus 2020
Nama : PURRI ANA ALANGSIH
NIM : 1910180021
Jurusan/ Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

JUDUL PROPOSAL	TANDA TANGAN MAHASISWA	NAMA PENYEMINAR	TANDA TANGAN PENYEMINAR
Tinjauan Hukum Islam terhadap jasa Indemnitas Dalam Strategi Perasuransi Produk kesehatan Syariah Bengkulu	 <u>Purri Ana Alangsih</u>	1. <u>Drs Supardi Mulyo</u>	
		2. <u>Dr Ismail Yudi Mulyo</u>	

Bengkulu, 14-8-2020
Kaprosdi HKI/HES/HTN


Weny Gusman Mulyo, M.H.
NIP. 196102121011000000



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pager Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Rani Ayu Alengih
Jurusan / Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

NO	PERMASALAHAN	SARAN PENYEMINAR
-	- pahami tema yg di vov up.	
-	- Tentukan masalah yg. terj di pda pda. Environment	
-	- Tentukan masalah yg akan di teliti / pumusan masalah.	
-		

Bengkulu, 14 Agustus 2020
Penyeminar I/II

Drs. Supardi M. Ag
NIP. 1961020193304001






KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENKULU


Jalan Raden Fatah, Pagar Dewa Kota Bengkulu 36211
Telepon (0736) 51275-51175-51172-50679 Faksimil (0736) 51175-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Jumat, 14 Agustus 2020
Nama : PATRI AYU MENGICH
NIM : 19122021
Jurusan/ Prodi : Hubungan Masyarakat

JUDUL PROPOSAL	TANDA TANGAN MAHASISWA	NAMA PENYEMINAR	TANDA TANGAN PENYEMINAR
Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Endorsem Online Sebagai Pemasaran Produk-produk keanekaragaman di Kota Bengkulu	 <u>Putri Ayu Mengich</u>	1. <u>Dr. Supardi, S.Pd</u>	1. 
		2. <u>Dr. Ismail Jaiti, S.Pd</u>	2. 

Bengkulu, 14-8-2020
Kaprod: HKI/HES/HTN


Widy. Gerakan Masyarakat
NIP. 198202104011000



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pager Dewa Kota Bengkulu 36211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Rani Ayu Mengih
Jurusan / Prodi : Magister Pendidikan Islam

NO	PERMASALAHAN	SARAN PENYEMINAR
-	Perjelas subjek endowment Dalam judul yg kamu buat.	- Lihat per- baikan dari penguji.
-	Rumusan Permasalahan harus diperbaiki.	- Lanjutkan konsultasi & penguji sempro.
-	Metodologi Penelitian masih diperbaiki.	

Bengkulu, 14-8-2020
Penyeminar R/1

Dr. Ahmad Fauzi, M.A.
NIP. 1974061200901004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51270-51171-51172-53879 Faksimil (0736) 51171-51172
Website www.iainbengkulu.ac.id

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Rini Ayu Ningsih
Jurusan / Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

NO	PERMASALAHAN	SARAN PENYEMINAR
-	Perjelas subjek endorsement dalam judul yg kamu buat.	- Libat per-bantuan dari penguji
-	Rumusan Permasalahan harus diperbaiki.	- Lanjutkan konsultasi dg penguji sempit
-	Metodologi Penelitian mesti diperbaiki.	

Bengkulu, 14-8-2020
Penyeminar (II)

Dr. Ismail Fauzi M.A.
NIP. 19740618200601004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Rasmi Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53679 Faksimil (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

Nomor : 0889/In.11/F.I/PP.00.9/07/2021 29 Juli 2021
Lampiran : -
Perihal : **Penyampaian Surat Penunjukan
Pembimbing Skripsi**

Yth. Bapak/ Ibu :
Bapak/ Ibu
Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa.
Di
Bengkulu

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Sehubungan dengan penyelesaian skripsi mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Bengkulu tahun 2021, maka dimohon kepada Bapak/Ibu untuk membimbing skripsi mahasiswa sebagaimana Surat Penunjukan terlampir.

Demikian disampaikan, terimakasih

An. Dekan,
Wakil Dekan I


Dr. Yusmita, M. Ag
NIP. 19710624 199803 2 001

Tembusan :
1. Rektor IAIN Bengkulu
2. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Pahlawan Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 36211
Telepon (0736) 51276-51173-51172-53079 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor :0889/In.11/F.I/PP.00.9/07/2021

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :


1. N A M A : Dr. H. Supardi, M. Ag
NIP : 19650410 199603 1 007
Tugas : Pembimbing I
2. N A M A : Ima'il Jalili, M.Ag., Ph.D
NIP. : 19740618200901 1 004
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

- N A M A : Putri Ayu Nengsih
NIM/Prodi : 1711120021/HIES
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Profesi Endorsement Produk Kecantikan (Studi Pasar Tradisional Panorama Kota Bengkulu)

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 29 Juli 2021
An. Dekan,
Wakil Dekan I


Dr. Yusra, M. Ag
NIP. 19710624 199803 2 001 f

- Tembusan:
1. Wakil Rektor I
 2. Dosen yang bersangkutan
 3. Mahasiswa yang bersangkutan

SURAT PERMOHONAN PLAGIASI

Tim penguji Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Bengkulu menerangkan bahwa:

Nama : Putri Ayu Nengsih

Nim : 1711120021

Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Profesi Endorsement Produk Kecantikan
(Studi Pasar Panorama Kota Bengkulu)

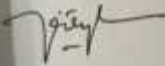
Telah melakukan uji plagiasi terhadap skripsi sebagaimana tersebut di atas, dengan tidak ditemukan karya tulis bersumber dari hasil karya tulis orang lain dengan presentasi plagiasi 13%.

Demikian surat keterangan plagiasi ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya..

Bengkulu, Februari 2022

Mengetahui,
Wadek I

Mahasiswa



Dr. Miti Yarmudinida, M. Ag
NIP. 197705052007102002



Putri Ayu Nengsih
NIM. 1711120021



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Fakultas Hukum
Jalan Rader
Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telpun (0736) 5174-5175-5177, Faksimili (0736) 5177-5178
www.uinibengkulu.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Putri Ayu Nengsih
NIM : 1711120021
Jurusan : Syariah
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

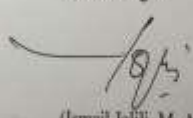
Pembimbing II : Ismail Jalili, M. Ag., Ph.D
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Profesi Endorsement Produk Kecantikan (Studi Pasar Panorama Kota Bengkulu)

NO	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing II	Paraf Pembimbing
1.	Kamis 12-8-2021	BAB I - Rumusan Masalah	Perbaiki	Yes
2	Rabu 8-9-2021	BAB II - Perbanyak referensi	Tambah	Yes
3.	Senin 15-11-2021	BAB III - Identifikasi Informan	Lengkap	Yes
4.	Kamis 23-12-2021	BAB IV - Wawancara - rujukan tes fiqh	Lengkap	Yes
5	Jum'at 21-1-2022	BAB 1-V pre-review	Lanjut ke Pembimbing I	Yes

Bengkulu, 12-2-2022
Pembimbing II

Mengetahui
Kaprodi HES


(Prodi HES, M.H.I)
NIP.198612092019031002


(Ismail Jalili, M. Ag., Ph.D)
NIP.197406182009011004

plagiasi putri ke tiga

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	4%
2	repository.radenintan.ac.id Internet Source	3%
3	repository.metrouniv.ac.id Internet Source	2%
4	core.ac.uk Internet Source	1%
5	e-campus.iainbukittinggi.ac.id Internet Source	<1%
6	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1%
7	123dok.com Internet Source	<1%
8	www.kompasiana.com Internet Source	<1%
9	dayugayatri21.wordpress.com Internet Source	<1%



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan KH. Husein Saifullah Zuhri, Kota Bengkulu 39211
Telp: (0730) 51270, 51171, 51172; Faksimil: (0730) 51177, 51178
Website: www.uin-sukarno.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis Putri Ayu Nengnih, NIM 1711120021 dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Profesi Endorsement Produk Kecantikan (Studi Pasar Panovama Kota Bengkulu)", Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan Pembimbing II, oleh karena itu skripsi ini disetujui untuk diajukan dalam sidang munaqasyah skripsi Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Bengkulu, Februari, 2022 M/1443 H

Pembimbing I


Dr. H. Supardi Maslin, M.Ag
NIP. 196504101993031007

Pembimbing II


Dr. Jamal Jufri, MA
NIP. 197406182009011004