

ABSTRAK

Dedi Setiawan, 2022 : PRAKTIK JASA ENDORSEMENT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN UNDANG-UNDANG NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Kemunculan media sosial *Instagram* yang merupakan *platform* berbagi foto dan video merambaknya suatu lahan bisnis untuk seseorang dalam mempromosikan dan menjual produk kepada pengguna *Instagram* lainnya. Untuk menarik minat konsumen, suatu perusahaan atau *Online Shop* menggunakan berbagai macam promosi. Salah satunya adalah pemasaran melalui *endorsement*. Namun seringkali pelaku usaha dan *selebgram* dalam mempromosikan produk tidak jujur dan mengandung unsur iklan penipuan yang menyebabkan kerugian kepada konsumen.

Tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui mekanisme dan dampak dari praktik jasa *endorsement* di media sosial *Instagram* terhadap konsumen serta untuk mengetahui perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap jasa *endorsement* di media sosial *Instagram*.

Penelitian ini berdasarkan atas kerangka pemikiran bahwa tentu, terdapat sisi positif dan negatif dalam berbisnis dengan memanfaatkan jasa *endorsement*. Dalam praktiknya jasa *endorsement* di media sosial *Instagram* perlu mempertimbangkan prinsip-prinsip yang diatur dalam Islam serta memperhatikan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam memasarkan suatu produk kepada masyarakat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu memaparkan dan mendeskripsikan praktik jasa *endorsement* di media sosial *instagram*. Dalam teknik pengumpulan data ada beberapa metode mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini dengan cara observasi dengan melakukan pengamatan serta pencatatan secara sistematis terhadap gejala ataupun fenomena yang ada pada objek penelitian, wawancara kepada sumber untuk memperoleh keterangan, studi kepustakaan dan menganalisis data yang terkumpul.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: 1) Umumnya mekanisme di media sosial *Instagram* dilakukan dengan beberapa tahap diantaranya pencarian *selebgram* sampai pelaksanaan *endorsement*. Praktik jasa *endorsement* di media sosial *instagram* memberi dampak yang signifikan bagi konsumen dan pelaku usaha. 2) Praktik jasa *endorsement* menurut Hukum Ekonomi Syariah sesuai dengan akad jualah. Pada dasarnya praktik jasa *endorsement* ini diperbolehkan apabila sesuai dengan kaidah-kaidah islamiyah dan sesuai dengan regulasi yang terkait seperti UUPK.

Kata Kunci : *Instagram*, *Endorsement*, UUPK, Akad Jualah