

ABSTRAK

Sherlina Nursapitri : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penentuan Upah Jasa Endorsement Di Media Sosial Tiktok (Studi Kasus pada *Celebrity* Tiktok @Aqillahjd)

Endorsement merupakan sebuah bentuk promosi penjualan untuk mengenalkan suatu produk atau brand yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan pelaku jasa endorsement yaitu endorser, yang dimana endorser ini bisa disebut sebagai *celebrity* endorser yang memiliki banyak *followers* atau pengikut di media sosialnya yaitu Tiktok. Endorser sebagai pemasar melakukan promosi untuk menkomunikasikan informasi tentang produk yang dimiliki oleh pelaku usaha online dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk dari pemilik usaha tersebut. Promosi yang dilakukan endorser adalah sebagai upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima oleh public.

Penelitian ini dilatar belakangi karena penulis melihat dan mendengar fakta dilapangan dengan tinjauan hukum ekonomi syariah yang ada bertujuan untuk mengetahui penerapan Ijarah Al-a'mal yang dilakukan oleh *celebrity* Aqillahjd di sosial media Tiktok.

Penelitian ini di dasarkan pada pemikiran bahwa endorsement termasuk kedalam profesi menjual jasa yang termasuk kepada akad Ijarah al-a'mal, yaitu akad ijarah untuk kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan tertentu dan berhak atas Upah (upah). Begitu juga menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Upah, ketentuan mengenai pembayaran Upah yang diterima terkait Upah haruslah memiliki Kuantitas dan kualitas Upah yang jelas, baik berupa angka nominal, presentase tertentu, maupun rumus yang disepakati dan diketahui oleh para pihak dalam akad.

Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode deskriptif studi kasus, dalam hal ini penulis akan memaparkan bagaimana praktik Ijarah Al a'mal Jasa Endorsement di Sosial Media Tiktok oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd serta bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik Ijarah al a'mal Jasa Endorsement di Sosial Media Tiktok oleh *celebrity* tiktok @Aqillahjd.

Hasil dari penelitian ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa sistem pemasaran melalui endorsement yang telah dilakukan oleh *celebrity* aqillahjd pada sosial media tiktok belum sesuai dengan ketentuan syariat islam, karena masih terdapat resiko kerugian dan keuntungan yang tidak memiliki kepastian dimana masih terdapat beberapa hal yang menimbulkan ketidakjelasan, kecemasan bahkan menimbulkan kerugian diantara kedua belah pihak.

Kata Kunci: Endorsement, pemasaran, Tiktok, Ijarah Al-a'mal