

## ABSTRAK

### **Asri Purwanti: Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Jasa *Marketer* pada Jual Beli *Merchandise K-pop* di Aplikasi *X*.**

Penelitian ini secara umum bahwa jasa *marketer* termasuk ke dalam akad *ijarah al-a'mal*. Praktik yang dilakukan melibatkan jasa *marketer* dan pengguna jasa yang ingin menggunakan jasa *marketer* untuk memberikan informasi dalam bentuk promosi terkait *merchandise K-pop* dengan melakukan pemasaran pada aplikasi *X*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Gambaran umum penjualan *online*, 2) Mekanisme pemasaran *merchandise K-pop* pada aplikasi *X* menggunakan jasa *marketer*, 3) Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap pelaksanaan kontrak upah-mengupah antara pemilik *merchandise K-pop* dengan jasa *marketer* pada jual beli *merchandise K-pop* di aplikasi *X*.

Kerangka berpikir penelitian ini mengacu pada akad dalam hukum Islam yang termuat rukun, syarat, serta asas akad dalam Islam, prinsip muamalah dan akad *Ijarah*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan yuridis empiris, yaitu dengan mendeskripsikan praktik jasa *marketer* dalam memasarkan *merchandise K-pop* pada aplikasi *X* dan menganalisis berdasarkan hukum ekonomi syariah, serta implementasi ketentuan hukum dalam praktik tersebut. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif dengan menggunakan sumber data primer dari pengguna jasa, jasa *marketer*, dan pembeli. Sumber data sekunder dari buku tentang Fiqh Muamalah, dokumen, jurnal ilmiah, skripsi, *website*. Data diperoleh melalui observasi secara tidak langsung melalui aplikasi *X*, wawancara, dokumentasi, serta studi kepustakaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Penjualan dan pemasaran *online* yang dilakukan pada aplikasi *X* merupakan termasuk ke dalam *e-commerce* kategori toko *online* di media sosial. 2) Pihak pengguna jasa dan jasa *marketer* melakukan kesepakatan pada awal transaksi secara *online*. *Marketer* melakukan pemasaran dan pengguna jasa memberikan upah (*ujrah*) setelah jasa *marketer* selesai dengan pekerjaannya. Terdapat ketidakjelasan dalam beberapa transaksi yang dilakukan oleh *marketer* atas jasanya. 3) Jasa *marketer merchandise K-pop* di aplikasi *X* tidak semuanya memenuhi ketentuan akad *ijarah* karena dalam beberapa kasus masih terdapat ketidakjelasan (*gharar*) dalam perjanjian dan pelaksanaan akad. *Gharar* yang dimaksud yaitu ketidakjelasan informasi yang disampaikan oleh *marketer* dalam pemasarannya kepada pembeli, sedangkan informasi sudah disampaikan oleh pengguna jasa kepada *marketer* secara rinci. Sehingga hal tersebut berdampak pada pembeli yang merasa dirugikan karena *marketer* menyatakan *merchandise K-pop* dalam pemasaran tersebut berkualitas baik tetapi tidak sesuai dengan yang diterima oleh pembeli, harga tidak sesuai, dan waktu penyerahan yang tidak sesuai dengan yang disampaikan oleh *marketer*. *Marketer* tidak sepenuhnya memenuhi akad. Hal ini tidak sesuai dengan prinsip akad dan tidak memenuhi rukun dan syarat *ijarah*.

**Kata Kunci: *Gharar, Ijarah, Jasa Marketer, Tinjauan HES***