

ABSTRAK

Nabila Liandhita Azzahra, 1203040095, 2024, “Overclaim Produk Melalui Jasa Content Creator Perspektif Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama dan Lembaga Fatwa Persekutuan Malaysia Ke-646/2021”.

Kegiatan promosi dalam penjualan tentunya diperlukan untuk memperkenalkan kepada publik mengenai produk yang dijual, hal itu dilakukan untuk menarik minat dari para calon pembeli. Oleh karena itu tidak sedikit dari para penjual yang menggunakan jasa *endorsment* yang ditawarkan oleh *content creator/influencer* yang lebih menjanjikan dalam melakukan promosi sehingga banyak yang tertarik dengan penjelasan dan klaim yang diberikan *content creator*, sayangnya hal ini dapat merugikan bagi masyarakat apabila dilakukan *overclaim* oleh *content creator* tersebut tanpa pertanggungjawaban. Saat ini lembaga fatwa dari LBMNU dan Fatwa Persekutuan Malaysia mengeluarkan fatwa yang bersangkutan dengan *overclaim* dan *content creator*.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui (1) *Overclaim* melalui jasa *content creator* perspektif Lembaga Fatwa Malaysia, (2) *Overclaim* melalui jasa *content creator* perspektif *Bahtsul Masail*, (3) Analisis perbandingan metode yang digunakan kedua lembaga tersebut.

Adapun kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini merujuk kepada salah satu kaidah fikih bahwa “*bahaya itu harus dihilangkan*” sebagai salah satu *Istinbathul Ahkam*. Hal ini berkaitan dengan *overclaim* yang memiliki unsur penipuan, dan akan menimbulkan keharaman dalam berprofesi sebagai *content creator*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan melakukan pendekatan yuridis normatif dan teknik *library research*, yaitu dengan cara menggali dan menelaah sumber utama, setelah itu dilakukan mencari data-data literatur yang berkaitan dengan penelitian, dan dilakukan komparatif dengan tujuan untuk memperoleh persamaan dan perbedaan mengenai hukum *overclaim* produk melalui jasa *content creator* perspektif LBMNU dan Fatwa Persekutuan Malaysia.

Hasil dari penelitian ini ditemukan: (1) Fatwa Persekutuan Malaysia mengharamkan perbuatan *overclaim* oleh *content creator* dalam marketing/promosi, (2) LBMNU mengharamkan perbuatan *overclaim* oleh *content creator* dalam marketing/promosi, (3) Dari kedua lembaga ini ditemukan banyak persamaan dalam penggunaan metode *ijtihad*, yaitu sama-sama merujuk pada al-quran, hadits, dan pendapat dari para ulama mazhab *syafi'i*, sedangkan perbedaan yang ditemukan adalah rujukan utama yang digunakan, LBMNU menggunakan kitab-kitab dari mazhab *syafi'i* sebagai rujukan utama, sedangkan Lembaga Fatwa Persekutuan Malaysia menjadikan al-quran dan sunnah sebagai rujukan utama.

Kata kunci: fatwa, *overclaim*, *content creator*