

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KEGIATAN *ENDORSEMENT* DITINJAU DARI SEGI HUKUM ISLAM

Muhammad Hafiz¹, Rahmatul Huda², Umi Hani³

¹Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, ²Fakultas Studi Islam UNISKA

Email: muhammadhafiz4560@gmail.com

ABSTRAK

Perjanjian kerjasama endorse adalah perjanjian dimana pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan prestasi berupa *fee* atau bayaran atas promosi yang dilakukan selebgram tersebut atas barang yang dijual oleh pelaku usaha. Sedangkan selebgram harus melakukan suatu prestasi berupa mempromosikan barang/produk yang dimiliki oleh pelaku usaha, bahkan sering kali para pelaku usaha meminta selebgram untuk menimbulkan kesan bahwa barang/produk yang dipromosikan tersebut merupakan barang/produk yang baik, aman dan berfungsi dengan baik, pada rumusan masalah terkait bagaimana perlindungan hukum terhadap kegiatan *endorsement* dan bagaimana perlindungan hukum terhadap kegiatan *endorsement* di tinjau dari segi hukum Islam metode penelitian yang digunakan adalah kepustakaan (*library research*) yaitu penelitian di mana data yang diperoleh tidak dari lapangan tetapi dari perpustakaan atau tempat lain yang menyimpan referensi, dokumen-dokumen yang berisi data yang telah teruji validitasnya. Hasil penelitian bahwa akad ijarah diaplikasikan dalam *endorsement* pada pembiayaan ijarah. Pembiayaan ijarah diluncurkan berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional No.09/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *ijarah* adapun perlindungan hukum dalam Islam. *Endorsement* telah sesuai dan hukum Islam yaitu mubah bersumber dari terpenuhinya rukun dan syarat akad *ijarah*. Dalam perlindungan hukum terkait *endorsement* termasuk dari aspek *dharuriyat*. Aspek *dharuriyat* ada lima pokok yaitu : agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, *Endorsement*, akad

ABSTRACT

An endorsement cooperation agreement is an agreement where business actors are obliged to provide achievements in the form of fees or payments for promotions carried out by the program for goods sold by business actors. Meanwhile, the celebgram must perform an achievement in the form of promoting goods/products owned by business actors, even business actors often ask for the celebgram to give the impression that the goods/products being promoted are good, safe and functioning goods/products, in the formulation problems related to how legal protection is against endorsement activities and how legal protection is against endorsement activities in terms of Islamic law the research method used is library research, namely research in which the data obtained are not from the field but from libraries or other places that store references , documents containing data whose validity has been tested. Based on the results of this study, it can be stated that the ijarah contract is applied in endorsement of ijarah financing. Ijarah financing was launched based on the Fatwa of the National Sharia Council No.09/DSN-MUI/IV/2000 concerning ijarah financing as for legal protection in Islam. In legal protection related to endorsements, including from the dharuriyat aspect, there are five main aspects of dharuriyat, namely: religion, soul, reason, lineage, and property.

Keyword : legal protection, contract, *Endorsement*

REFERENSI

- Amalia, Nanda. (2012). *Hukum Perikatan*. Bandung: Unimal Press
- Albi Anggito dan Johan Setiawan. (2018) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Cv Jejak
- Dhifa Nabila dkk. (2020) *peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*, Malang, Intrans Publishing Group.
- Mardani. (2015). *Hukum Islam Pengertian Hukum Islam di Indonesia*. Yogyakarta: pustaka pelajar
- Nabila, Dhifa dkk. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*, Malang: Intrans Publishing Group
- Rosmawati, SH., M.H (2018). *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Prenadamedia Group.
- Zulham, S.H., M.HUM (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Jisia Mamahit, (2013) *Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan Barang Dan Jasa*. Lex Privatum, 1 (3)
- Tiara Puspanidra, Dini Valdiani. (2018). *Komunikator Dalam Strategi Endorsment*. Jurnal Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana, 24 (2)
- Farah Mumtaz Selian. (2018). *Perjanjian Baku Dalam Endorsment di Media Sosial Instagram*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Firlina Alma Maulida. (2020). *Pelaksanaan Endorsment melalui influencer yang mempromosikan kosmetik di Instagram berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Skripsi Universitas Semarang
- Muhammad Gala Pratama. (2019) *Tinjauan Terhadap Perjanjian Pemasaran Barang dan atau Jasa Dengan Cara Endorse Ditinjau Dari Presfektif Hukum Islam*, Skripsi Universitas Islam Riau Pekanbaru,
- Utami. (2014). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Endorsment Pada Online Shop di Indonesia*. Tesis- Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa.
- Zain Arfin Utama. (2018) *Analisis Hukum Islam Tentang Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Korban Tindak Pidana Perdagangan Orang Dalam Pendekatan Viktimologi*, Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang