

## BAB IV

### PENYAJIAN DAN ANALISI DATA

#### A. Profil akun *Ivikuu*

##### 1. Sejarah pembuatan akun *Ivikuu*

Berdasarkan wawancara yang telah peneliti lakukan dengan pemilik akun *selebgram Ivikuu*, dikatakan bahwa akun *Ivikuu* ini awalnya dibuat pada tahun 2015 pada saat akun platform social media *Instagram* mulai populer dikalangan remaja kala itu.

“Sejak awal aku itu sebenarnya hanya untuk gaya-gayaan, bukan untuk konten *balaendorsement* dan tidak ada niatan sama sekali untuk dijadikan akun bisnis”.

Setelah beberapa tahun kemudian *ivi* mulai mengupload *video lips sync* dan *cover dance* yang mana konten tersebut sedsng ramai di *tiktok*, akan tetapi konten itu seakan sepi peminat dan minim *viewers*. Tidk lama setelah itu muncul fitur baru di *Instagram* dimana pemilik akun bisa berinteraksi dengan *followers* untuk melakukan QnA atau *Quest and Answer*.

Dari fitur baru inilah akun *Instagram Ivikuu* mulai naik daun, saat itu *ivi* memberi judul QnA-nya dengan judul ”*Radio Mode On*”. Kemudian dari fitur tersebut diupload kembali ke feed *instagram Ivikuu* sehingga *viewersnya* dan *followesnya* semakin naik. Berawal dari sini ada beberapa *store online* atau *online shop* di meminta *ivi* untuk melakukan *endorsement* kterhadap produknya. Singkat cerita karena semakin banyak *endorsement* yang ditawarkan oleh *online shop*

bahkan ivi ditawarkan untuk menjadi brand ambassador maka dijadikanlah akun *Ivikuu* ini sebagai akun bisnis di *platform social media Instagram*.

## 2. Pemilik akun *Instagram Ivikuu* ini

Nama : Riesvi hafiesa  
 Pendidikan terakhir : Univ yogyakarta, management  
 Kota asal : Paringin, balangan  
 Tanggal lahir : 28 maret 1999  
 Profesi : Entertain/influencer  
 No.Hp : 0838-4062-7170  
 Instagram : @Ivikuu

## 3. Mekanisme *endorsement Ivikuu* :

- a. Pengguna jasa menghubungi ivi melalui admin *Instagram Ivikuu* atau *direct message* langsung lewat *Instagram*
- b. Pengguna jasa memperkenalkan diri, produk dan social medianya
- c. Admin memberikan ratecard atau daftar harga jasa *endorse*, paid promote atau *brand ambassador*
- d. Pengguna jasa kemudian menentukan dan memilih ratecard yang sesuai dengan *budget* dan kebutuhannya
- e. Setelah kesepakatan terjadi selanjutnya pembayaran akan diproses
- f. Setelah pembayaran selesai, pihak ivi akan mempromosikan produk dari pengguna jasa sesuai kesepakatan yang telah disepakati sebelumnya

#### **4. Isi kontrak jasa *endorsement Ivikuu***

##### **a. *Review* Produk**

###### **1) *Price List***

- a) 1 Hari *Review* : 450.000
- b) 2 Hari *Review* : 875.000
- c) 3 Hari *Review* : 1.275.000
- d) 4 Hari *Review* : 1.650.000
- e) 5 Hari *Review* : 2.000.000
- f) 6 Hari *Review* : 2.300.000
- g) 7 Hari *Review* : 2.500.000

###### **2) *Benefit* :**

- a) *Max* 2 produk yang sejenis atau nyambung
- b) Mendapatkan 5 *instastory*
- c) Tag hanya untuk 1 akun
- d) Untuk akun olshop tidak menerima pribadi
- e) *Free tag link e-commerce*
- f) Tag 2 akun +200.000

##### **b. *Paidpromote***

###### **1) *Price list***

- a) 1 X *instastory* (15 Detik) : 100.000
- b) 2 X *instastory* (30 Detik) : 190.000
- c) 3 X *instastory* (45 Detik) : 275.000
- d) 4 X *instastory* (60 Detik) : 355.000

- e) 5 X *instastory* (75 Detik) : 430.000
- f) 6 X *instastory* (90 Detik) : 500.000
- g) 7 X *instastory* (105 Detik) : 550.000

2) Ketentuan :

- a) Foto/Video Disediakan Olshop
- b) Tidak Menerima Rekam Layar/Isi Suara
- c) Harga Diatas Berlaku Hanya Tag 1 Akun
- d) Pp Di Proses 3-4 Hari Setelah Payment
- e) Pp Produk Khusus Hb Harus Bpom

c. *Pricelist endorsee (Review makanan)*

1) *Price List*

- a) 1 Hari *Review* : 350.000
- b) 2 Hari *Review* : 625.000
- c) 3 Hari *Review* : 925.000
- d) 4 Hari *Review* : 1.200.000
- e) 5 Hari *Review* : 1.450.000
- f) 6 Hari *Review* : 1.600.000
- g) 7 Hari *Review* : 1.800.000

2) Benefit :

- a) Max 3 produk makanan
- b) Mendapatkan 6 *instastory*
- c) Tag hanya untuk 1 akun
- d) Untuk akun olshop tidak menerima pribadi

e) *Free tag link e-commerce*

f) Tag 2 akun +200.000

### 5. *Endorsement* dari sudut pandang *Ivikuu*

Setelah *ivi* masuk ke dunia *endorsement*, menurut pengalaman *ivi* yang udah terima berbagai macam produk dari berbagai *online shop*. Ada beberapa hal yang penting dan harus diketahui terlebih dahulu oleh para *owner online shop* sebelum melakukan *paid promote*, yaitu : <sup>1</sup>

- a. *Paid promote* tujuannya untuk mengenalkan kalo *online shop* kamu jualan produk (a,b,c,d,) dalam artian lain adalah “membangun brand image” jadi jangan terlalu berekspektasi tinggi pasca transaksi dan kontrak *endorse* dengan *ivi* langsung membludak. Tidak semua kenyataannya seperti itu, karena pada intinya tujuan daripada *endorsement* itu sendiri adalah agar orang-orang tau dulu apa yang *online shop* kamu jual. Karena tidak semua orang pada saat itu perlu dengan produk yang ditawarkan. Ada yang simpan dulu kontennya, kemudian sewaktu-waktu perlu baru dia order dan ada juga yang langsung follow dan order karena memang dianlasi membutuhkan produk yang ditawarkan.
- b. *Viewers instastory* / jangkauan *feed* sedikit banyaknya memang berpengaruh pada proses *endorsement*. Tapi, hal tersebut jangan dijadikan seratus persen hal tersebut dijadikan tolak ukur. Kerana setelah *ivi* jalani, hal yang paling berpengaruh adalah “seberapa menariknya produk yang ditawarkan”. Ini sangat berpengaruh, sebanyak apapun *viewers story Instagram* kalo produknya kurang menarik itu *feedback* nya tidak akan maksimal. *Ivi* pernah nge-*endorsement* pas *viewers story* lagi turunturunnya, tapi produknya benar-benar bagus banget, hasilnya jauh lebih maksimal. Followers *Instagram* produk yang *endorse* sama *ivi* saat itu langsung naik, dan orderan langsung membludak. *Ivi* sendiri sampai shock. Dari sini kita simpulkan kalo kalian kalian pengen bikin pangsa pasar tertarik, yang dipromokan harus produk yang menurut kalian paling menarik, karena ada juga *online shop - online shop* yang ngasih produk yang maaf “paling gak laku” katanya supaya pas di-*endorsement* jadi laku. Padahal bukan seperti itu konsepnya. Bagaimana orang mau tertarik berkunjung ke *Instagram* kamu jika *first impression* nya sudah kurang bagus. Intinya tarik pangsa pasar dulu, kalau mereka sudah berkunjung ke *Instagram* kamu peluang untuk order itu lebih besar.
- c. Tugas *ivi* Cuma berusaha *Review* sebaik mungkin, sejujur-jujurnya dan ngasih tau detail tentang *olshop* dan produk yang kamu jual. Diluar itu,

---

<sup>1</sup> , *Ivikuu*, Wawancara (Banjarmasin, 1 Agustus 2022)

banyak atau tidaknya *followers* dan order itu bukan tanggung jawab *ivi* lagi, karena itu hak mereka para *followers* dan *viewers* konten di *Instagram*, tidak bisa dipaksakan.

- d. *Ivi* juga sering terima *endorse* yang ternyata produk yang *ivi Review* sebenarnya kurang bagus. Misal dari *online shop A*, dia jualan daster tapi bahannya tipis sampai hampir tembus pandang dan terawang, tapi *owner* nya minta *ivi* mendeskripsikan produknya seakan produk premium. Tapi karena *ivi* sudah terlanjur menerima order mereka buat pakai jasa *ivi*, mau tidak mau *ivi* harus kerja profesional dan sesuai arahan walaupun sebenarnya *ivi* agak risih juga.
- e. Hal yang menjadi keluhan *kesah ivi* dalam *endorsement* ini salah satunya adalah *endorsement* yang produknya itu bentuk jasa. Misalnya jasa lulur tubuh, mau tidak mau kan *ivi* harus sedikit lebih terbuka lagi agar para *viewers* tahu detail bagaimana kulit lulur ditempat *A* misalkan. Sebenarnya walaupun *ivi* juga tidak menutup aurat sepenuhnya, tapi jika terbukanya sampai seluruh punggung dan perut *ivi* merasa seperti telanjang. Padahalkan *ivi* juga seorang muslimah, tentunya kadang kepikiran dengan pekerjaan *ivi* yang seperti itu. Tapi seperti yang *ivi* katakan sebelumnya, kita kerja harus profesional. Mau tidak mau harus *ivi* kerjakan juga. Tapi untuk sekarang *ivi* lebih pilih-pilih lagi dalam menerima orderan *endorse*. *Ivi* hanya menerima *job endorse* yang menurut *ivi* nyaman di *ivi*.

## B. Gambaran Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian ini yaitu merupakan *endorser* dan pengusaha *online shop*, yang pernah melakukan perjanjian *Review* barang dalam *endorsement* di Kota Banjarmasin. Informan penelitian ini yaitu konsumen yang pernah merasa dirugikan dari postingan *endorser*.

## C. Data hasil wawancara

### 1. Informan 1

#### a. Identitas informan

Nama : Dini Novita

Jabatan : admin devanka beauty

Tgl wawancara : 22 Januari 2023

b. Hasil wawancara

**Penawaran** :

“saya tau jasa endorsement Ivikuu lewat bio di akun Instagramnya, biasanya konten Ivikuu sering lewat diberanda saya. Setelah saya buka profil akunnya ternyata di bio akunnya mempromosikan jasa endorsement mereka. Dan disitu ada direct link yang mengarah ke wa adminnya langsung atau juga bisa langsung dihubungkan lewat dm Instagram”

**Syarat dan ketentuan** :

“Sudah ditentukan oleh pihak *Ivikuu* sehingga *rule* atau peraturan mau tidak mau pengguna jasa harus setuju”

**Review barang** :

“dari pengalaman saya sebagai admin di devanka, pihak *Ivikuu* biasanya kalo untuk *Review* barang pihak kami harus kirim barang ke *Ivikuu*, jadi nanti dia bikinkan *Review*nya setelah barangnya sudah sampai. *Review*nya barangnya bisa dari *Ivikuu* sendiri atau bisa juga kami yang deskripsikan terlebih dahulu jadi pihak *Ivikuu* tinggal buat konten sesuai dengan narasi dari devanka”

**Pasca kontrak *Review*** :

“jika semua kontrak sudah terpenuhi kami tidak ada urusan lagi dengan *Ivikuu*, kecuali kami mau perpanjang kontrak”

2. Informan 2

a. Identitas informan

Nama : Elsa Nabila Hartati

Jabatan : SPG princess cosmetic

Tgl wawancara : 23 Januari 2023

b. Hasil wawancara

**Penawaran** :

“saya kurang tau disini karena saya Cuma spg, yang saya tau kami menggunakan jasa *endorse* ivi karena tau lewat *Instagram*”

Syarat dan ketentuan :

“kalo untuk syarat, yang pasti kita harus bayar dulu sesuai harga, trus kita mau *endorse* apa nanti barangnya dikasih ke ivi baru bisa di *endorsement* sama ivi”

*Review* barang :

“kalo untuk barang kami biasanya bukan tipikal yang kirim barang ke ivi lalu di *Review*, karna di *princes* banyak *brand* yang masuk jadi kami Cuma *endorse* tempat. Minta supaya orang-orang tau kalo di *princess* itu toko kosmetik yang serba ada. Jadi untuk di *princess* cuma produk tertentu aja yang di *Review*, itupun kami udah siapin sendiri video *Review*nya jadi ivi tinggal posting di *Instagram*nya”

Pasca kontrak *Review* :

“karena sering pakai jasa ivi, jadi kami selalu perpanjang kontrak dan akhirnya ivi kami tawari jadi *brand ambassador*”

### 3. Informan 3

#### a. Identitas informan

Nama : Umi Maulita  
 Jabatan : admin glossaskin  
 Tgl wawancara : 25 Januari 2023

#### b. Hasil wawancara

**Penawaran** :

“jelaslah saya tau *Ivikuu* dari *Instagram*, jadi langsung saya tawarkan ke *owner* glosa biar bisa pakai jasa *endorser* nya *Ivikuu*”

**Syarat dan ketentuan** :

“gak ada khusus deh. Pokoknya kita setuju dengan aturan pihak *Ivikuu*. Bayar *fee* jasa, udah gitu aja. Oo iya produk yang mau di *endorsement* biasanya dikasih juga ke *Ivikuu*”



**Review barang** :

“nah ini yang saya maksud tadi, biasanya kita kasih produk yang mau di *endorser* ke *Ivikuu*, trus di *Review* barangnya. Tapi sebenarnya itu termasuk dari fee juga. Karena *Review*nya sudah kami sediakan. Jadi *ivi* tinggal hapalin dan bikin videonya.”

**Pasca kontrak Review** :

“kalo habis kontrak ya diperpanjang lgi, kalo sudah ya sudah, berarti kalo gak diperpanjang gak ada lagi keterkaitan sama *Ivikuu*”

## 4. Informan 4

## a. Identitas informan

Nama : Ika Juliana  
 Jabatan : Admin azoyabagbjm  
 Tgl wawancara : 26 Januari 2023

## b. Hasil wawancara

**Penawaran** :

“awalnya tanya-tanya temen aku gimana caranya biar ig jualan aku cepet naik *viewers* dan *followers*nya, habis itu direkomendasikan sama *Ivikuu*. Ternyata hasilnya memang drastis banget, dalam 1 minggu setelah pakai jasa *Ivikuu* *viewers* reels *Instagram* aku nyentuh angka 1000. Padahal *followers* aku baru 300an”

**Syarat dan ketentuan** :

“kalo syarat sih sesuai kesepakatan transaksinya mau *endorsement* jenis apa, kan ada *Review*, *paid promote* dan *endorsement* itu sendiri ya”

**Review barang** :

“*Review* barangnya sih aku yang nentuin, misal tasnya gitu kan. Nanti aku kasih tau bgusnya tasnya dimana, tapi yang namanya jualan kan pasti kita bilang barang kita bagus. Kalo kekurangannya biasanya gak ada keterangan, kecuali ada pelanggan yang tanya baru kita kasih tau, hehe itu strategi marketing dari saya. Jadi *ivi* *Review*nya sesuai yang saya kasih tau” iakan. Jadi *ivi* tinggal hapalin dan bikin videonya.”

**Pasca kontrak Review** :

“sesuai banget sih setelah di *endorse* sama *Ivikuu*, *Instagram* jualan aku jadi rame, next time kalo ada *budget* lebih mungkin pesan jasa *Ivikuu* lagi nanti”

## 5. Informan 5

## a. Identitas informan 5

Nama : Jessy

Jabatan : frontliner Rpm Studio Beauty House

Tgl wawancara : 27 Januari 2023

## b. Hasil wawancara

**Penawaran** :

“saya kurang tau untuk masalah ini yang pasti kalo orang tau soal *Ivikuu* pastinya orang menggunakan *Instagram*, jadi saya ambil kesimpulan *owner* tempat ini tertarik dengan jasa *Ivikuu* karna liat *ivi* di *Instagram*”

**Syarat dan ketentuan** :

“saya kan sekalian admin disini, jadi waktu itu saya yang dapat tugas untuk menghubungi pihak *Ivikuu*. Yang saya tau mereka punya *rating card* tersendiri untuk *endorsement*, biaya dan syaratnya pun sesuai dengan dengan ketentuan, makin lama konten *endorsenya* diposting biasanya makin mahal biaya *endorsernya*”

**Review barang** :

”kalo soal *Reviewnya* *ivi* lumayan bagus, *Reviewnya* sesuai seperti yang kita mau, gitu aja sih menurut saya yang lain-lain *no comment*. Tapi kan ditempat kami praktek pas diterapi itu kadang ada yang harus terbuka, jadi kadang agak risih juga saya liatnya apalagi *divideoin* buat konten yang pastinya di upload. Mengingatkan *Ivikuu* juga seorang muslimah, jadi saya rasa gimana gitu kalo wanita auratnya terlihat apalagi di sosmed. Zaman sekarang kan jejak digital sangat mengerikan ya”

**Pasca kontrak Review** :

“Mmm setelah kontrak masih ada keterkaitan dengan ivi, ivi orangnya baik banget. Selalu ditanya lagi dan lagi. Gimana katanya habis saya *Review*. Kalo masa *endorsement*nya udah habis yaudah sampai disitu aja. Kecuali ivi kita tunjuk jadi brand ambassador, nah kalo itu ivi dapat persenan dari keuntungan penjualan setiap bulan. Untuk angkanya saya kurang tau karena itu urusan *owner*. Kalaupun saya tau mungkin tidak akan saya ungkapkan disini, karena itu adalah privasi perusahaan”

## 6. Informan 6

### a. Identitas informan 6

Nama : Balqis  
 Jabatan : owner adhinata cathouse  
 Tgl wawancara : 29 Januari 2023

### b. Hasil wawancara

#### **Penawaran** :

“istri saya suka nonton *Ivikuu*, jadi dia yang saranin saya buat *endorse* sama ivi. Awalnya liat di tiktok, kemudian ke *Instagram*. Melihat testi orang-orang yang pakai jasa ivi, saya jadi makin yakin untuk pakai jasa ivi”

#### **Syarat dan ketentuan** :

“untuk syarat sih biasanya ivi *Review* barang, tapi karena ini yang saya minta *endorse* itu kucing jadi saya sempat deal-dealan dulu juga kemaren sama ivi. Dan akhirnya ivi mau buat *Review* dengan ketentuan kita yang buat konten promosinya. Tapi dengan di isi suara ivi supaya kesannya ivi yang *Review* langsung”

#### **Review barang** :

“nah kan tadi sudah saya jelaskan saya yang *Review* kan, tapi suara videonya dari ivi, jadi saya buat teks untuk ivi baca buat suara video. Saya pakai jasa ivi ini karena kucing saya kurang laku, karena sebagian kucing di *petshop* saya kurang sehat. Jadi saya bikin teks tadi sedemikian rupa biar kucing saya cepat laku”

#### **Pasca kontrak** :

“pasca kontrak memang benar 1 minggu minggu setelah *endorsement* kucing saya laku 6, karena kemaren sempat deal dealan sama ivi, saya kasih ivi 1

anak kucing lagi buat perliharaan pribadinya sebagai tanda terima kasih saya”

## 7. Informan 7

### a. Identitas informan

Nama : Yulia Friza  
 Jabatan : owner RSD Beauty Skin  
 Tgl wawancara : 1 Februari 2023

### b. Hasil wawancara

#### **Penawaran** :

“tidak ada penawaran ke pihak kami mengenai *endorse* yang ditawarkan oleh *Ivikuu*, tapi saya langsung menghubungi *Ivikuu* lewat dm *Instagram* untuk transaksi *endorser* produk saya”

#### **Syarat dan ketentuan** :

“saya Cuma perlu kirim testi dari pelanggan saya ke *Ivikuu* untuk dipromosikan di akun *Instagram*nya, tentunya itu ada biayanya, karena transaksi yang saya ambil *paid promote*, jadi saya tidak perlu kirim barang ke *Ivikuu*”

#### **Review barang** :

“tidak ada *Review* barang di transaksi saya, saya hanya minta *Ivikuu* untuk mempromosikan produk saya lewat *story Instagram*. Jadi *Ivikuu* mempromosikan keunggulan produk saya dan testimoni pelanggan saya”

#### **Pasca kontrak** :

“menurut saya, ini tidak ada kontraknya, karena saya bentuk *endorse* yang saya ambil Cuma *paid promote*. Tidak ada jangka waktu tertentu, hanya dipromosikan lewat *story Instagram* selama 24 jam. Jika sudah hilang maka kontrak dianggap selesai”

## 8. Informan 8

### a. Identitas informan

Nama : Raka Ramlah Shekar

Jabatan : owner Racca Foodies

Tgl wawancara : 5 Februari 2023

b. Hasil wawancara

**Penawaran** :

“aku tau ivi kebetulan karna aku dulu teman sekolah ivi, jadi aku mudah untuk meminta ivi untuk mempromosikan produk aku. Apalagi ivi sekarang terkenal dan juga jadi *selebgram* banjarmasin pasti akun jualan aku langsung naik karna dia yang promosiin”

**Syarat dan ketentuan** :

“gak ada syarat tertentu sih aku Cuma kasih ivi produk, terus ivi konsumsi produknya dan divedoin, tapi tetap aku arahkan juga ivi *Review*nya harus gimana-gimana. Namanya juga promosi iya kan. Kalo aku gak bayar sama ivi, tapi nanti kalo jualan aku laku ivi minta dikirimin lagi baso aci dari aku”

**Review barang** :

“ivi tugasnya cuma *Review* sesuai arahan aku, karna aku yakin produk aku pasti enak. Mau di lebih-lebihkan pun pas di *Review* menurut aku orang-orang tetap suka. Itu aku lakukan supaya penjualan meningkat aja, soalnya sekarang makin banyak saingan jualan, kalo gak kayak gitu bisa bangkrut”

**Pasca kontrak** :

“setelah selesai kontrak ivi Cuma minta dikirimin lagi baso aci yang banyak kalo jualan ku udah laku, katanya kalo saya kirim lagi bakal di promosikan lagi produk aku”

9. Informan 9

a. Identitas informan

Nama : Irmadayanti

Jabatan : SPG Dynasty Cosmetics

Tgl wawancara : 6 Februari 2023

b. Hasil wawancara

**Penawaran** :

“awalnya ivi datang ke *store* kami untuk belanja, kemudian ada salah satu karyawan kami yang tau sama ivi, dari situ dia infokan ke atasan. Setelah itu langsung kami minta ivi review produk, dan *endorsement* terjadi saat itu juga ditempat”

**Syarat dan ketentuan** :

“kemaren itu karena dadakan jadi kita gak ada ngomongin biaya *endorse*, jadi ivi Cuma kami kasih discount untuk belanjannya ditempat kami, tapi setelah itu kami pakai jasanya juga untuk yang kedua kali dan lebih resmi. Nah disini baru kami transaksi sesuai dengan syarat dan ketentuan dari ivi”

**Review barang** :

“*Review* barang bagus, sesuai dengan yang kami mau. Orangnya profesional, sesuai banget dengan arahan yang dikasih sama bos saya”

**Pasca kontrak** :

“sehabis kontrak sih ya gitu aja, tapi tempat kami jadi tambah rame, dan ivi pun masih sering datang ke tempat kami juga”

10. Informan 10

a. Identitas informan

Nama : Nurdiana

Jabatan : Owner Diana Collection

Tgl wawancara : 8 Februari 2023

b. Hasil wawancara

**Penawaran** :

“aku udah tau ivi dari lama, udah lama juga mau pakai jasa ivi tapi terhalang dana jadi belum bisa pakai jasa ivi”

**Syarat dan ketentuan** :

“aku kirim beberapa produk aku ke ivi buat di *Review*, terus aku bayar biaya *endorsenya* sesuai ketentuan, syarat-syaratnya tergantung sama pilihan *endorse* yang kita ambil”

**Review barang** :

“*Review* barangnya aku sesuaikan sama produk aku, yang sekiranya masyarakat belum tau sama produk aku jadi produk itu yang aku *endorsement* sama ivi, kemaren aku baru rilis produk baru aku pajamas model pendek, jadi aku minta ivi *Review*. Awalnya ivi menolak karena pajamasnya terlalu terbuka. Tapi karena sudah terima uangnya mungkin dia gak enak untuk cancel transaksi“

**Pasca kontrak** :

“pasca kontrak aku gak ada ngehubungin ivi lagi, karena udah tidak ada keterkaitan lagi, dan berkat ivi, produk aku jadi laris“

**Tabel 4.1 Matriks Wawancara**

No	Identitas Informan	Hasil Wawancara		
		Penawaran	Syarat dan ketentuan	Review barang
1	Dini Novita (admin devanka beauty)	Melalui <i>direct link WhatsApp</i> admin akun <i>SelebgramIvikuu</i> .	Syarat dan ketentuan berdasarkan peraturan yang dibuat selebgram <i>Ivikuu</i> .	<i>Review</i> produk <i>endorse</i> setelah barang telah diserahkan ke <i>endorser</i> . Deskripsi <i>review</i> barang boleh dari <i>Ivikuu</i> atau deskripsi dari konsumen.
2	Elsa Nabila Hartati (SPG princess cosmetic)	Melalui <i>Instagram</i> .	Syarat harus bayar sesuai harga dari <i>selebgram</i> .	Hanya produk tertentu dan konten dan materi <i>review</i> disediakan oleh konsumen.
3	Umi Maulita (admin glossaskin)	Rekomendasi dari admin ke <i>owner</i> .	Syarat harus bayar sesuai harga <i>rate card</i> yang dipilih.	<i>Review</i> produk <i>endorse</i> setelah barang telah diserahkan ke <i>endorser</i> . <i>Review</i> barang boleh dari <i>Ivikuu</i> atau deskripsi dari konsumen.
4	Ika Juliana (Admin azoyabagbjm)	Rekomendasi dari teman.	Syarat sesuai kesepakatan	<i>Review</i> produk ditentukan oleh konsumen,

			dan <i>rate card</i> yang dipilih.	deskripsi produk dari konsumen, <i>Endorser</i> melakukan <i>review</i> sesuai arahan dari konsumen.
5	Jessy ( <i>frontliner</i> Rpm Studio Beauty House)	Melalui <i>Instagram</i> .	Biaya dan syaratnya sesuai dengan ketentuan dari <i>Endorser</i> semakin lama konten durasi <i>review</i> semakin mahal biaya <i>endorsement</i> .	<i>Review</i> produk berupa jasa sehingga mengharuskan <i>endorser</i> totalitas (terbuka aurat) dalam melakukan <i>review</i> , <i>Review</i> <i>produk</i> sesuai dengan kemauan konsumen.
6	Balqis ( <i>owner</i> adhinata cathouse)	Melalui <i>Tiktok</i> dan <i>Instagram</i> .	Hasil Kesepakatan antara <i>endorser</i> dan konsumen.	Konten <i>review</i> berupa video langsung dari konsumen dengan diisi suara <i>review</i> dari <i>endorser</i> . Suara <i>Endorser</i> berupa deskripsi produk yang telah dibuat sedemikian rupa, agar menarik minat pembeli.
7	Yulia Friza ( <i>owner</i> RSD Beauty Skin)	Melalui <i>Instagram</i> .	Syarat dan ketentuan dari <i>endorser</i> .	Tidak ada <i>Review</i> produk, hanya promosi produk melalui <i>story Instagram</i> . Ivikuu mempromosikan keunggulan produk dan testimoni pelanggan dari konsumen.
8	Raka Ramlah Shekar ( <i>owner</i> Racca Foodies)	Berteman lama dengan <i>Endorser</i>	Hasil Kesepakatan antara	<i>Review</i> produk ditentukan oleh konsumen, deskripsi produk



			<i>endorser</i> dan konsumen.	dari konsumen, <i>Endorser</i> melakukan <i>review</i> sesuai arahan dari konsumen.
9	Irmadamayanti (SPG Dynasty Cosmetics)	Kunjungan langsung <i>endorser</i> ke Store dan transaksi tatap muka	Syarat dan ketentuan dari <i>endorser</i> .	<i>Review</i> produk ditentukan oleh konsumen, deskripsi produk dari konsumen, <i>Endorser</i> melakukan <i>review</i> sesuai arahan dari konsumen.
10	Nurdiana (Owner Diana Collection)	Melalui <i>Instagram</i> .	Syarat sesuai kesepakatan dan <i>rate card</i> yang dipilih.	<i>Review</i> produk ditentukan oleh konsumen, deskripsi produk dari konsumen, <i>Endorser</i> melakukan <i>review</i> sesuai arahan dari konsumen.

#### D. Analisis Data

##### 1. Praktik *endorsement* produk oleh *Selebgram* (Studi Kasus Pada Akun *Instagram Ivikuu Barang Endorser Tidak Sesuai Dengan Yang Diiklankan*)

*Endorsement* merupakan salah satu bentuk pemasaran produk yang dilakukan dengan menggunakan perkembangan teknologi, yaitu media sosial. Manfaat dari bentuk pemasaran yang satu ini yaitu mempermudah dalam pengenalan barang dengan tujuan mencari kepercayaan dan ketertarikan konsumen terhadap barang *endorsee*.<sup>2</sup> *Endorser* biasa dilakukan oleh selebriti, *typical-person*

<sup>2</sup> Afiffatus Sholihah, "Penggunaan *Instagram* Sebagai Media Promosi (Studi Dekskriptif Kualitatif pada Produk Teh Thailand Pikameame di Yogyakarta)" (Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta), 31.

*endorser*, atau *expert endorser*. *Endorsement* dapat terjadi dengan adanya perjanjian antara *selebgram* dan pemilik usaha yang hendak mempromosikan barangnya. Dalam hal ini pemilik usaha juga tidak sembarangan dalam memilih seorang *endorser*. *Endorser* yang dipilih, yaitu *endorser* yang dapat memberikan pengaruh atau feedback terhadap kelancaran pemasaran pemilik usaha.

Promosi yang dilakukan *endorser* dengan memanfaatkan sosial media *Instagram*. Tujuannya yaitu, menyampaikan sebuah pesan atau informasi sebuah produk yang sedang *endorser* promosikan. Informasi yang dimaksud yaitu keterangan atau *Review* barang *endorser*. Pada praktiknya informasi yang diberikan *endorser* terkadang tidak sesuai dengan keadaan barang yang sebenarnya. Dari hal tersebut muncul pertanyaan bagaimana perjanjian *Review* dilakukan sehingga muncul adanya ketidaksesuaian antara *Review* dan keadaan barang yang sebenarnya. Hal ini akan dijelaskan lebih lanjut pada proses perjanjian *endorsement* mengenai perjanjian *Review* barang yang terjadi Kota Banjarmasin.

Data pada penelitian ini yang digunakan peneliti dengan mengambil subjek sebanyak 11 orang, terdiri dari 1 orang sebagai *endorser* yaitu Ivikuu, dan 10 orang konsumen sebagai informan yaitu Dini Novita, Elsa Nabila Hartati, Umi Maulita, Ika Julian, Jessy, Balqis, Yulia Friza, Raka Ramlah, Irmadayanti, Nurdiana. Pada penyajian data skripsi ini diawali dengan observasi, dan dilanjutkan dengan wawancara dengan subjek dengan kriteria yang telah ditentukan.

*Endorsement* di Kota Banjarmasin sendiri pada praktiknya dilakukan oleh Akun *Instagram* Ivikuu. Perjanjian *endorsement* yang dilakukan antara *endorser* dan pengusaha yaitu sebagai berikut:

### a. Penawaran dalam Praktik *Endorsement*

Penawaran dalam perjanjian *endorsement* sesuai dengan data yang peneliti dapatkan bahwa *endorser* membuka jasa *endorsee* pada akun *Instagram*nya dan pengusaha *online shop* dapat menghubungi *endorser* melalui *direct message* atau *whatsapp* sesuai dengan keterangan yang diberikan oleh *endorser* pada *Instagram story*-nya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *endorser* yakni pemilik akun *Instagram* Ivikuu mengenai mekanisme *endorsement* Ivikuu:

“Syarat dan ketentuan dari Ivikuu yaitu pengguna jasa menghubungi *ivi* melalui admin *Instagram* Ivikuu atau *direct message* langsung lewat *Instagram*, kemudian admin memberikan *ratecard* atau daftar harga jasa *endorser*, *paid promote* atau *brand ambassador*. Pengguna jasa kemudian menentukan dan memilih *ratecard* yang sesuai dengan *budget* dan kebutuhannya. Setelah kesepakatan terjadi dan pembayaran selesai, pihak *endorser* *ivi* akan mempromosikan produk dari pengguna jasa sesuai kesepakatan yang telah disepakati sebelumnya.”<sup>3</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dini Novita yang merupakan admin *devanka beauty* mengenai Syarat dan ketentuan menggunakan jasa *endorser* Ivikuu:

“Sudah ditentukan oleh pihak *Ivikuu* sehingga *rule* atau peraturan mau tidak mau pengguna jasa harus setuju. Dan jika semua kontrak sudah terpenuhi kami tidak ada urusan lagi dengan *Ivikuu*, kecuali kami mau perpanjang kontrak”<sup>4</sup>

Berdasarkan hasil wawancara Dini Novita mengenai review barang :

“*Review*nya barangnya bisa dari *Ivikuu* sendiri atau bisa juga kami yang deskripsikan terlebih dahulu jadi pihak *Ivikuu* tinggal buat konten sesuai dengan narasi dari *devanka*”.

---

<sup>3</sup> Ivikuu, Wawancara (Banjarmasin, 1 Agustus 2022).

<sup>4</sup> Dini novita, Wawancara (Banjarmasin), 2 Agustus 2022)

Hasil wawancara ini juga didukung oleh Elsa Nabila Hartati yang merupakan SPG princess cosmetic mengatakan bahwa :

“kalo untuk syarat, yang pasti kita harus bayar dulu sesuai harga, trus kita mau *endorse* apa nanti barangnya dikasih ke ivi baru bisa di *endorse* sama ivi. karena sering pakai jasa ivi, jadi kami selalu perpanjang kontrak dan akhirnya ivi kami tawari jadi *brand ambassador*”.

Sedangkan untuk review barang Elsa Nabila Hartati mengatakan bahwa :

“Untuk di princess cuma produk tertentu aja yang *direview*, itupun kami udah siapin sendiri video *reviewnya* jadi ivi tinggal posting di *Instagramnya*”.

Sedangkan mengenai ketentuan dan syarat *endorsement* dari Ivikuu Ika

Juliana sebagai Admin azoyabagbjm mengatakan bahwa :

“kalo syarat sih sesuai kesepakatan transaksinya mau *endorsement* jenis apa, kan ada *Review*, *paid promote* dan *endorsement* itu sendiri ya. Pasca *endorsement* setelah di *endorse* sama Ivikuu, *Instagram* jualan aku jadi rame, *next time* kalo ada *budget* lebih mungkin pesan jasa Ivikuu lagi nanti”.

Sedangkan untuk review barang :

“*Review* barangnya sih aku yang nentuin, misal tasnya gitu kan. Nanti aku kasih tau bgusnya tasnya dimana, tapi yang namanya jualan kan pasti kita bilang barang kita bagus. Kalo kekurangannya biasanya gak ada keterangan, kecuali ada pelanggan yang tanya baru kita kasih tau, hehe itu strategi marketing dari saya. Jadi ivi *Reviewnya* sesuai yang saya kasih tau aja. Jadi ivi tinggal hapalin dan bikin videonya”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik akun *Instagram* Ivikuu bahwa ketentuan dan syarat *endorsement* dibuat oleh *endorser*. Hal tersebut yang disebut penawaran dimana *endorser* menyatakan suatu pernyataan kehendak, yang

dengan pernyataan kehendak itu *endorser* menawarkan penciptaan tindakan hukum.<sup>5</sup>

Selanjutnya dilihat dari praktik *endorsement* yang dilakukan oleh pemilik akun *Instagram* Ivikuu dan pihak *online shop* termasuk dalam kegiatan *e-commerce* atau biasa disebut sebagai perjanjian melalui *online contract*. Pada prinsipnya perjanjian tersebut sama dengan perjanjian pada umumnya, perbedaannya hanya terletak pada media dalam pembuatan kontraknya. Dilihat dari praktik perjanjian yang dilakukan, jenis akad atau perjanjian ini hukumnya mubah atau dibolehkan, sebagaimana kaidah fiqh:

Hukum asal menetapkan syarat dalam muamalah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil (yang melarangnya).<sup>6</sup>

Dalam ekonomi islam promosi dikenal dengan istilah *at-tarwij* yang merupakan usaha yang dilakukan oleh penjual atau produsen untuk memperkenalkan barangnya kepada konsumen dan dengan tujuan agar konsumen tertarik membelinya, dilakukan baik sebelum atau sesudah transaksi.<sup>7</sup>

Kaitannya dengan *endorser* yaitu sebagai seorang yang mendukung serta mempromosikan barang *endorse*, yang mana dianalogikan dengan *dallal*.<sup>8</sup> Para

---

<sup>5</sup> Syamsul Anwar, Hukum Perjanjian Syariah (Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalah), 127.

<sup>6</sup> A. A. Miftah dkk, 2020. Budaya Bisnis Muslim Jambi dalam Perspektif Kearifan Lokal, Malang: Ahlimedia Press, 9

<sup>7</sup> Tajun Nashr, "Konsep Promosi Produk menurut Perspektif Hukum Islam," dalam <https://www.rumahfiqih.com/y.php?id=473>, Diakses pada tanggal 8 agustus 2022

<sup>8</sup> *Dallal* merupakan orang yang berprofesi sebagai penunjuk toko yang menjual barang tertentu di pasar kepada orang yang akan belanja

ulama memperbolehkan pekerjaan ini, begitu juga pekerjaan ini sudah dilakukan umat Islam dari masa ke masa dan tidak ada seorang ulama pun yang melarangnya.<sup>9</sup>

Dari paparan sebelumnya, dapat peneliti ambil kesimpulan bahwa, praktik *endorsement* dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi (*e-commerce*) dan berisikan kesepakatan jenis *endorsement* yang dipilih dengan fee dan cara *Review* produk yang berbeda. Menurut hemat peneliti, berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas praktik *endorsement* yang dilakukan oleh para pihak secara umum diperbolehkan dalam Islam karena mengandung kemanfaatan di dalamnya.

#### **b. Pembuatan Kontrak dalam Praktik *Endorsement***

Hal penting yang tidak boleh luput dan menjadi ujung tombak dari kesuksesan seorang *endorser* adalah meyakinkan konsumen dan menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ia iklankan. Dalam meyakinkan calon konsumen, salah satu hal yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan ulasan atau *Review* produk. *Review* barang *endorse* ternyata juga merupakan unsur yang dibahas dalam *endorsement*, dimana hal tersebut termasuk dalam penyusunan kontrak dalam praktik *endorsement*.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap Raka Ramlah Shekar sebagai *owner* Racca Foodies mengatakan bahwa :

“ivi tugasnya cuma *Review* sesuai arahan, karna aku yakin produk aku pasti enak. Mau di lebih-lebihkan pun pas di *Review* menurut aku orang-orang tetap suka. Itu aku lakukan supaya penjualan meningkat aja, soalnya sekarang makin banyak saingan jualan, kalo gak kayak gitu bisa bangkrut”

---

<sup>9</sup> Tajun Nashr, “Konsep Promosi Produk menurut Perspektif Hukum Islam

Hal tersebut juga didukung dengan wawancara yang dilakukan kepada Ika Juliana sebagai Admin azoyabagbjm mengatakan bahwa :

“*Review* barangnya sih aku yang nentuin, misal tasnya gitu kan. Nanti aku kasih tau bgusnya tasnya dimana, tapi yang namanya jualan kan pasti kita bilang barang kita bagus. Kalo kekurangannya biasanya gak ada keterangan, kecuali ada pelanggan yang tanya baru kita kasih tau, hehe itu strategi marketing dari saya. Jadi *ivi Reviewnya* sesuai yang saya kasih tau” iakan. Jadi *ivi* tinggal hapalin dan bikin videonya.”

Menurut peneliti dari pemaparan data di atas bahwa tanggung jawab apabila terjadinya kerugian yang dirasakan konsumen setelah dilakukan *endorsement* tersebut ditanggung oleh pihak *online shop*. Dikarenakan kerugian tersebut muncul dari barang jualan *online shop* dan peran *endorser* pada hakikatnya hanyalah sebagai pendukung sebuah produk. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur’an surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

*Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>10</sup>*

Berdasarkan firman Allah SWT di atas, jelas bahwa pelaksanaan akad haruslah atas dasar suka sama suka. Keridhaan kedua belah pihaklah yang akan membuat sahnya akad tersebut. Terlihat pada wawancara dengan 10 orang konsumen munculnya kekecewaan setelah membeli barang yang mereka lihat pada

---

<sup>10</sup> An-Nisa, 4: 29.

postingan *endorsement*. Berarti harus adanya perlindungan mengenai hak konsumen. Dalam hadist yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah:<sup>11</sup>

Nabi SAW bersabda: Apabila kamu menjual maka katakanlah dengan jujur dan jangan menipu. Jika kamu membeli sesuatu maka engkau mempunyai hak pilih selama tiga hari, jika kamu rela maka ambillah, tetapi jika tidak maka kembalikan kepada pemiliknya. (HR. Ibnu Majah)

Maksud dari hadist di atas yaitu adanya hak *khiyār*. Hak *khiyār* adalah hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukan.<sup>12</sup> Jadi dalam praktik tersebut tanggung jawab atas kerugian yang dirasakan konsumen ada pada *online shop*, sehingga *endorser* seharusnya memperhatikan dan lebih berhati-hati terhadap apa yang akan terjadi selanjutnya apabila *Review* barang tidak sesuai dengan kenyataan.

Berdasarkan hasil wawancara *endorser Instagram* Ivikuu melakukan *Review* sesuai yang dipaparkan oleh pengguna jasa mengenai barangnya agar menarik perhatian calon konsumen.

Menurut peneliti dalam perjanjian *Review* barang *endorse* disini pemilik akun *Instagram* Ivikuu selaku *endorser* terlihat sangat fleksibel. kenapa demikian, karena tidak ada syarat yang mengharuskan bahwa *Review* barang sepenuhnya dibuat oleh *online shop* atau mereka sendiri sebagai *endorser* yang membuatnya.

---

<sup>11</sup> Rahmat Hidayat, "Buku Ajar Pengantar Fikih Muamalah", dalam <http://repository.uinsu.ac.id/8440/1/DIKTAT%20FIKIH%20MUAMALAH%20Rahmat%20H.pdf>, 23 Agustus 2022

<sup>12</sup> Pasal 20 ayat (8) Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.



*Online shop* dalam membuat *Review* barang *endorsement* pernah mengungkapkan ulasan yang berbeda dengan kondisi barang asli yang ia berikan kepada *endorser*, hal tersebut ia lakukan untuk meningkatkan penjualannya.<sup>13</sup>

### **c. Proses *Review* Praktik *Endorsement***

Setelah terjadinya kesepakatan antara *endorser* dan konsumen, selanjutnya yang harus dilakukan yaitu pemenuhan hak dan kewajiban dari kedua belah pihak sehingga tidak menimbulkan kerugian dari salah satu pihak terhadap pihak yang lainnya. Dari *endorser* hak yang ia dapatkan yaitu fee atas jasa yang ia tawarkan, sedangkan kewajibannya yaitu memposting barang *endorsee* di akun sosial mediana. Sedangkan hak yang diterima oleh pihak konsumen yaitu barang *endorsee* miliknya diiklankan atau di promosikan dengan baik oleh *endorser* dan kewajibannya yaitu membayarkan *fee* kepada *endorser* sebagaimana yang sudah disepakati.

Pada tahap pasca kontrak ini yang tidak luput dari pembahasan yaitu apabila terjadinya sengketa dan termasuk juga dalam penyelesaian sengketanya. Sengketa yang berkaitan disini bukan hanya dalam bentuk hak dan kewajiban yang tidak terpenuhi dari salah satu pihak. Akan tetapi akibat yang ditimbulkan dari adanya praktik *endorsement* ini, yaitu berkaitan dengan tanggung jawab atas *Review* barang *endorse* yang tidak sesuai dengan keadaan aslinya. Dimana yang dirugikan dari adanya perjanjian tersebut yaitu konsumen.

---

<sup>13</sup> Frans Satriyo wicaksono. 2008. *Panduan Lengkap Membuat Surat-Surat Kontrak*, Jakarta: Visimedia, 35.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengguna jasa yang kerap menggunakan transaksi *e-commerce* yaitu beli barang secara online. Menurut responden Nurdiana sebagai *Owner* Diana Collection:

“pasca kontrak aku gak ada ngehubungin ivi lagi, karena udah tidak ada keterkaitan lagi, dan berkat ivi, produk aku jadi laris.”<sup>14</sup>

Selain itu menurut responden Irmadayanti sebagai SPG Dynasty Cosmetics:

“sehabis kontrak sih ya gitu aja, tapi tempat kami jadi tambah rame, dan ivi pun masih sering datang ke tempat kami juga.”<sup>15</sup>

Dapat disimpulkan bahwa setelah pasca kontrak online memperoleh keuntungan dari hasil penjualan yang makin ramai pembeli karena adanya *endorsement* terhadap sebuah produk online shop.

Pemilik akun *Instagram* Ivikuu tanggung jawab setelah perjanjian yang dilakukan dengan *endorser* terkait dengan *Review* barang *endorsement* apabila menimbulkan kerugian bagi konsumen setelahnya, maka sepenuhnya tanggung jawab ada di pengusaha.

## **2. Tinjauan HES terhadap praktik *endorsement* produk oleh *selebgram* (Studi Kasus Pada Akun *Instagram Ivikuu*)**

### **a. Penawaran**

Pandangan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Perjanjian *Review* Barang dalam *endorsement* adalah :

Dari paparan yang telah dijelaskan sebelumnya, kesepuluh subjek yaitu *Instagram Ivikuu*, dalam perjanjian *Review* barang dalam *endorsement* menurut

---

<sup>14</sup> Nurdiana, Wawancara (Banjarmasin, 05 Juli 2022).

<sup>15</sup> Irmadayanti, Wawancara (Banjarmasin, 10 Juli 2022).

hemat peneliti apabila dikaji dengan teori akad secara umum yang berkenaan dengan rukun akad sebagai berikut:

- 1) Para pihak yang membuat akad (*al- 'aqidan*) dalam praktik *endorsement* adalah seorang *endorser* dan pengusaha *online shop* .
- 2) Pernyataan kehendak para pihak (*ahigatul- 'aqd*), ialah ijab dan kabul. Ijab ialah permulaan penjelasan yang keluar dari salah seorang yang berakad sebagai gambaran kehendaknya dalam mengadakan akad, yang mana hal tersebut dilakukan oleh seorang *endorser*. Berkaitan dengan syarat dan ketentuan yang dibuat oleh *endorser*, baik dalam macam *endorsee* yang dipilih yaitu story *Instagram* dan/atau *feed* instaram dengan fee yang telah ditentukan. Sedangkan kabul ialah perkataan yang keluar dari pihak yang berakad pula, yang diucapkan setelah adanya ijab, qabul ini diucapkan oleh pihak pengusaha atau *online shop* . Di mana pihak *online shop* menyetujui syarat dan ketentuan yang berlaku. Dalam praktiknya pihak *online shop* diberi peluang untuk menyiapkan *Review* barang. Berdasarkan wawancara dengan *endorser* bahwa pihak *online shop* sering kali membuat *Review* yang tidak sesuai dengan kenyataan barang yang dikirimkan kepada *endorser*. Akibatnya *endorser* tetap harus me-*Review* barang sesuai kehendak *online shop*. Hal tersebut dikarenakan *endorser* telah dibayar dan tetap harus melaksanakan kewajibannya sebagai *endorser*. Perjanjian mengenai syarat dan ketentuan tersebut dilakukan secara *online*.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Hendi Suhendi, 2002. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers, 47.

- 3) Objek akad (*mahallul-'aqd*), barang *endorsement* yang biasanya ada pada praktik *endorsement* dapat berupa pada bidang fashion, makanan, dan kosmetik.
- 4) Tujuan akad (*maudhu' al-'aqd*) dalam praktik *endorsement* ini terutama sebagai sarana promosi barang *endorser* demi menarik konsumen agar meningkatkan penjualan produk *endorser* tersebut.

Jika dilihat dari paparan di atas dalam kaitannya dengan teori akad, terlihat bahwa semua rukun terpenuhi. Yaitu dengan adanya para pihak, pernyataan kehendak, objek, serta tujuan yang melengkapi adanya perjanjian tersebut. Akan tetapi, bila diteliti adanya ketidaksesuaian pada rukun akad yang kedua yaitu pernyataan kehendak dan rukun terakhir yakni tujuan akad.

Pernyataan kehendak pada akad adalah keadaan di mana kedua belah pihak mengutarakan syarat-syarat, ketentuan, dan kehendak dari kedua belah pihak dari adanya perjanjian ini. Dalam pernyataan kehendak (ijab dan kabul) pada hakikatnya *endorser* dan *online shop* saling mengikat dengan tujuan mempertemukan kehendaknya satu sama lain, baik dilakukan secara lisan, tulisan, isyarat, perbuatan, dan lain sebagainya yang dapat mempresentasikan kesepakatan antara kedua belah pihak.<sup>17</sup>

Terlihat dalam praktiknya sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh pemilik akun *Instagram* Ivikuu ketika materi *Review* yang telah disiapkan oleh

---

<sup>17</sup> Syamsul Anwar, Hukum Perjanjian Syariah (Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat), 123

pihak *online shop* tidak sesuai dengan keadaan nyata barang *endorsee* mereka menyatakan tetap menjalankan kewajiban sebagai *endorser*. Yaitu dengan memposting barang *endorsee* tersebut di story *Instagram* maupun di *feed Instagram*, dikarenakan tetap harus bersikap profesional dalam menjalankan kewajiban. Dibenarkan bahwa bersikap profesional dengan menjalankan kewajiban adalah suatu keharusan dalam perjanjian, seperti berdasarkan firman Allah SWT surat Al-Isra ayat 34:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ  
كَانَ مَسْئُولًا ٣٤

*Artinya : dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; Sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawaban.*<sup>18</sup>

Di mana asas dari janji itu mengikat, maka pemenuhan janji oleh seorang *endorser* dengan mendukung barang *endorsee* tersebut merupakan suatu kewajiban, karena sudah ada kesepakatan diantara para pihak tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa penawaran yang dilakukan sudah sesuai dengan akad *ijarah*. *Ijarah Amal Praktik endorsement* melalui media sosial *Instagram* termasuk akad *Ijarah*. Praktik *endorsement* yang dilakukan sudah sesuai dengan ketentuan rukun dan syarat *Ijarah*. Dalam akad *ijârah* terdapat unsur pekerjaan dan upah. Praktik sewa jasa *endorsement* dalam hukum Islam termasuk dalam akad *ijarah*. Akad *ijarah* termasuk bentuk muamalah, dan muamalah hukumnya di perbolehkan jika sesuai dengan rukun dan syarat yang sudah ditetapkan, dan di sisi

---

<sup>18</sup> Al-Isra, 17:34.

lain dalam akad sewa jasa atau upah-mengupah harus tidak ada pihak yang dirugikan atau harus sama-sama menguntungkan dan juga tidak mengandung unsur *mudharat*. Setelah meneliti lebih jauh terhadap penelitian ini penulis menyimpulkan penelitian ini sah menurut hukum islam, karena sudah sesuai dengan perjanjian di awal dan juga sudah sesuai rukun dan syarat akad *ijarah*.

#### **b. Pembuatan Kontrak *E-commerce***

Praktik jasa *endorsement* pada akun *Instagram Ivikuu* yaitu dalam praktiknya terdapat pihak *selebgram* dengan pihak *online shop* yang melakukan kerjasama *endorsement* dan didasari oleh suatu perjanjian. Hal ini dilakukan ketika para pihak melakukan kesepakatan melalui dm atau via chat *whatsapp*. Kemudian, pihak *online shop* membayar *fee* dan mengirimkan produknya kepada *selebgram* untuk dipromosikan. Akan tetapi terdapat permasalahan pada praktik jasa *endorsement* berkaitan dengan pembuatan kontrak yang dilakukan oleh *selebgram Ivikuu* belum jelas karena produk tidak memuat keterangan secara detail.

*Selebgram endorsee* seharusnya teliti ketika menerima tawaran *endorsee*, mengetahui informasi lengkap terkait produk atau jasa yang akan di *endorsee* serta kecocokan *selebgram endorsee* dengan produk atau jasa yang akan dipromosikan, bukan semata-mata timbal balik atau bayarannya saja. Adapun ketika melakukan testimoni produk seharusnya berikan pengakuan yang apa adanya dan jujur agar calon konsumen tidak merasa kecewa dan tertipu, karena iklan atau promosi yang mengandung unsur penipuan merupakan praktik perdagangan yang tidak adil, dan sangat merugikan konsumen ketika produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang diiklankan.

### c. Proses *review* produk *endorsement*

Berfokus pada makna dalam *Review* barang *endorsee* yang dibuat oleh *online shop* menurut peneliti adanya maksud menutupi kekurangan dari barang *endorser*. Hukum Islam menyatakan bahwa hal tersebut termasuk dalam bentuk *tadlīs*.<sup>19</sup> Allah SWT berfirman dalam surat Al-A'raf Ayat 85 yang berbunyi:

وَإِلَىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ لَيَقَوْمٌ أَعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنِّ إِلَهٍ غَيْرُهُ ۖ قَدْ جَاءَتْكُم بَيِّنَةٌ  
مِّن رَّبِّكُمْ ۖ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ  
بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ۚ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ ٨٥

*Artinya : dan (kami telah mengutus) kepada penduduk Mad-yan saudara mereka, Syu'aib. ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman".*<sup>20</sup>

Penjelasan surat Al-A'raf ayat 85 di atas, yaitu maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangan, berorientasi pada bagaimana *review* barang memuat kebenaran informasi dari barang *endorsement*. Apabila adanya pihak yang tidak mengetahui sebagian informasi seperti yang dimiliki *online shop* dan *endorser*,

---

<sup>19</sup> Tadlis adalah salah satu bentuk penipuan dalam berdagang, merupakan bentuk ketidakjujuran seorang pedagang dalam menjalankan usahanya. Tadlis ini bisa terjadi dalam empat hal, yakni, kuantitas (jumlah), kualitas (mutu), harga, dan waktu penyerahan.

<sup>20</sup> Al-A'raf, 7: 58.

maka konsumen sebagai sasaran dari *endorsement* tersebut akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan. Adapun dalam hadist, Rasulullah SAW bersabda:

*Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa salam pernah melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukkan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka pun beliau bertanya, “apa ini wahai pemilik makanan?” sang pemilik menjawab, “makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah.” Beliau bersabda, “mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya? Ketahuilah, barangsiapa menipu maka dia bukan dari golongan kami.”<sup>21</sup>*

Jelas bahwa *tadlis* dilarang dikarenakan maknanya sendiri yaitu menutupi aib barang yang ada pada barang yang ingin ditransaksikan. *Tadlis* yang dimaksud yaitu dalam kategori kualitas. Secara singkat yaitu adanya ketidaksesuaian antara deskripsi dan keadaan barang yang sebenarnya. Dalam permasalahan *Review* barang pun demikian, terlihat bahwa tujuannya yaitu menutupi aib yang ada pada barang *endorsee* yang meliputi kualitas.

Terdapat dua kaidah hukum Islam pertama yaitu, “Penanda untuk sesuatu yang bersifat batin menggantikan suatu yang batin itu” (dalil *asy-syai’ fi al-umur al-bathinah yaqamu maqamhu*). Maksudnya yaitu keputusan mengenai hal-hal yang bersifat batin diambil berdasarkan penanda yang tampak dan nyata. Kedua, “Pegangan dalam perjanjian itu adalah maksud dan makna pernyataan, bukan bunyi dan hurufnya” (*al-‘ibratu fi al-‘uqud li al-maqashid wa alma’ani la li al-alfadz wa al-mabani*).<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> HR. Muslim No. 102

<sup>22</sup> Syamsul Anwar, Hukum Perjanjian Syariah (Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat), 303



*Review* barang dalam *endorsement* yang merupakan pernyataan kehendak dari *online shop* dan dengan persetujuan dari *endorser* membuat adanya perjanjian di antara keduanya. Dalam pernyataan kehendak dibagi menjadi dua yaitu kehendak nyata dan kehendak batin. Kehendak nyata dari kedua belah pihak jelas untuk melakukan perjanjian tersebut dengan syarat dan ketentuan yang telah disepakati. Akan tetapi menurut peneliti adanya perbedaan kehendak nyata dan kehendak batin yang dialami oleh *endorser*.

Berdasarkan pernyataan *endorser Ivikuu* akan tetap melakukan *endorsement* sesuai dengan kehendak dari *online shop*. Akan tetapi setelah itu *Ivikuu* memberi tahu apa saja kekurangan dari barang *endorsement* tersebut kepada pihak *online shop* agar dapat melakukan perbaikan terhadap produk yang di *endorsement*.<sup>23</sup>

Dijelaskan bahwa akad dalam hukum Islam adalah pertemuan ijab dan kabul yang merupakan pernyataan eksternal kehendak batin para pihak. Akan tetapi apabila berangkat dari dua kaidah Islam yang disebutkan sebelumnya berarti penafsiran perjanjian mengharuskan memegang rumusan dan ungkapan atau pernyataan akad itu sendiri serta menyimpulkan makna eksplisitnya, bukan mencari suatu makna lain dengan alasan mencari apa yang dianggap sebagai kehendak batin yang sesungguhnya dari para pihak.

Dijelaskan pula pada asas kebebasan berakad bahwa setiap orang dapat membuat akad jenis apapun dengan memasukkan kausa apa saja yang dibuat sesuai

---

<sup>23</sup> , Ivikuu, Wawancara (Banjarmasin, 20 Juli 2022).

dengan kepentingannya sejauh tidak berakibat makan harta sesama dengan jalan yang batil. Sesuai dengan firman Allah SWT

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

*Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Secara umum makna dari nas tersebut bahwa makan harta dengan jalan yang batil adalah perbuatan yang bertentangan dengan ketertiban umum dan kesusilaan. Kausa yang dimasukkan di dalam praktik *endorsement* salah satunya dapat memunculkan akibat yang ada pada makna nas di atas, yaitu dapat merugikan konsumen dari perbuatan *tadlīs* yang telah dijelaskan sebelumnya.

Tidak lepas dari rukun akad yang keempat yaitu tujuannya, berdasarkan pendapat sarjana hukum bahwa kausa dalam hukum perjanjian Islam adalah tujuan bersama para pihak. Dalam kaidah hukum Islam terdapat suatu asas yaitu “Segala sesuatu dipertimbangkan menurut tujuannya”. dari asas tersebut jelas bahwa akad sebagai tindakan hukum harus pula dilihat dari motif atau tujuannya dibuat akad tersebut. Menurut Anwar, apabila kausa tersebut sah, maka perjanjiannya menjadi perjanjian yang sah. Sebaliknya apabila kausa merupakan kausa yang tidak sah, maka perjanjiannya menjadi tidak sah pula.

Perjanjian *Review* barang yang dilakukan oleh *endorser* dan *online shop* tujuannya yaitu agar barang *endorsee* menarik perhatian konsumen. Akan tetapi

seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa motif dari perjanjian *Review* barang tersebut yaitu menutup-nutupi kekurangan yang ada pada barang, yang mana dapat mengakibatkan adanya kerugian dari konsumen. Dalam syarat akad yang kedelapan dijelaskan pula bahwa tujuan akad tidak boleh bertentangan dengan syarak. Dengan kata lain apabila tujuannya sudah tidak baik atau mengandung kausa yang tidak sah maka menjadi perjanjian yang tidak sah pula karena dari tujuannya saja sudah rusak.

Dalam buku Anwar, berdasarkan pandangan Ibn al-Qayyim dalil-dalil dan kaidah-kaidah syariah secara keseluruhan mendukung bahwa motif dalam akad diperhitungkan dan menentukan sah atau fasidnya serta halal dan haramnya akad. Jadi jelas bahwa pengaruh motif dalam menentukan sah atau batalnya suatu akad. Ibn al-Qayyim menegaskan bahwa bentuk akad itu tidak dipertimbangkan, yang dipertimbangkan adalah niat dan motifnya.

Akhirnya, berdasarkan penjelasan di atas bahwa perjanjian *Review* barang dalam *endorsement* dilihat dari penafsiran perjanjian dapat diterima karena berdasarkan dua kaidah hukum Islam yang telah disebutkan sebelumnya bahwa yang menjadi pegangan dalam perjanjian adalah pernyataan kehendak yang nyata yang disetujui para pihak yaitu *endorser* dan *online shop* . Akan tetapi apabila dilihat dari segi tujuan atau kausa yang bertentangan dengan syara' karena adanya perbutan yang dapat bertentangan dengan kepentingan umum. Sehingga menurut peneliti apabila dilihat lagi dari kesepakatan antara *endorser* dan *online shop* , seharusnya adanya penyesuaian lagi dari *endorser* mengenai perjanjian *Review* barang *endorsement* dengan kenyataan barang yang dikirimkan kepadanya. Jadi

berdasarkan pemaparan di atas perjanjian *Review* barang dalam *endorsement* dilihat dari kausanya maka akadnya menjadi fasid atau rusak.

### **Ditinjau dari Masalah**

Berdasarkan paparan data sebelumnya, pelaksanaan perjanjian *Review* barang dalam *endorsement* secara langsung memberikan dampak baik dalam pemasaran barang, dan peningkatan pembelian barang *endorsement*. Dengan kata lain pihak *online shop* merasakan *feedback* dari *Review* barang pada penjelasan sebelumnya oleh *endorser*. Akan tetapi, dalam praktiknya terdapat kerugian yang akan berdampak pada konsumen, yang mana barang yang diharapkan konsumen setelah melihat *Review* barang dari seorang *endorser* tidak sesuai dengan kenyataan. Selanjutnya berdampak pula kepada kredibilitas dari seorang *endorser*.

Berkurangnya *endorsement* karena menurunnya rasa kepercayaan dari konsumen yang membuat *feedback* dari *endorser* tersebut juga menurun juga menjadi dan berdampak pula pada penghasilannya dibidang *endorsement*. Allah SWT berfirman dalam surat Al-Anfal ayat 27:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ٢٧

*Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.*

Berdasarkan firman Allah di atas, menjelaskan bahwa tingkat kepercayaan atau amanah merupakan prioritas yang harus ditunaikan oleh setiap orang yang beriman. Menurut Ustadz Marwan dalam buku *hidayatul Insan bi tafsiril Qur‘an*, Allah SWT dalam ayat tersebut memerintahkan kepada kaum mukmin agar mereka menjalankan amanah Allah yang telah diamanahkan kepada mereka berupa

mengerjakan perintah dan menjauhi larangan, di mana amanah tersebut sebelumnya ditawarkan kepada langit, bumi, dan gunung namun mereka enggan menerimanya dan khawatir tidak mampu menjalankannya. Lalu manusia merasa mampu memikulnya, maka dipikullah amanah tersebut. Barangsiapa yang menjalankan amanah itu, maka ia berhak mendapatkan pahala yang dari Allah, sebaliknya barangsiapa yang tidak menjalankannya, maka ia berhak memperoleh azab yang keras dan menjadi orang yang mengkhianati Allah dan Rasulnya serta mengkhianati amanahnya.

Seperti pada amanah yang diberikan kepada *endorser* sebagai pekerjaan dalam mendukung sebuah produk yang mana berorientasi mendapatkan kepercayaan konsumen, menjadi tidak berarti apabila dalam postingan *endorsee* tersebut mengandung hal-hal yang dilarang. Seperti menutupi aib dari barang *endorsee* yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Jelas bahwa amanah merupakan suatu kewajiban yang harus ditunaikan.

Pekerjaan seorang *endorser* sebagai juru bicara sebuah barang, yang mana dalam Islam pun telah ditentukan aturan-aturan mengenai pekerjaan tersebut. Pada hakikatnya dukungan, promosi atau iklan yang ditampilkan seorang *endorser* memang merupakan tindakan memuji atas suatu barang yang di-*endorsee*-nya. Akan tetapi tetaplah hal yang dikemukakan adalah pujian yang benar atau yang tidak mengandung kebohongan di dalamnya, yang mana hal tersebut diperbolehkan.

Dengan demikian bila kita lihat *Review* barang dalam *endorsement* bagi para pihak banyak memberikan manfaat yaitu meningkatkan perekonomian para

pihak. Dimana *endorser* mendapatkan *fee* dari jasanya, dan pihak *online shop* mendapat *feedback* yakni meningkatnya penjualan. Akan tetapi menurut pandangan peneliti, yang tidak kalah penting yaitu dampak dari perbuatan tersebut, yaitu kerugian yang akan dirasakan oleh konsumen khususnya dan kredibilitas dari *endorser*.

Bila dilihat dari *Review* barang dalam *endorsement* berdasarkan pemaparan di atas, bahwa akad yang dilaksanakan oleh *endorser* dan *online shop* benarlah memuat adanya masalah di dalamnya. Akan tetapi akibat hukum dari pelaksanaan perjanjian yang demikian apabila dilihat dari sisi lain memiliki kepentingan yang lebih besar atau kemaslahatan yang lebih besar yang seharusnya diprioritaskan.

Seperti prinsip umum muamalah yaitu berta'awun, dalam Al-Qur'an dijelaskan, *ta'awanum 'alal birri wattaqwa* artinya, "Tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa" maksudnya adalah bekerja sama dalam rangka ketaqwaan dan kebajikan tanpa melanggar prinsip umum kemanusiaan dan nilai-nilai samawi. Apabila dalam menjalankan kegiatan bermuamalah hendaklah sesuai dengan aturan syara' yang mana tidak melanggar hak-hak orang lain, harus dengan itikad baik, dan tidak melanggar etika bermuamalah. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 2:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْلُوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ

*Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya,*

*dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.*

Semua bentuk kerjasama pada hakikatnya yaitu bersifat tolong menolong dalam hal kebaikan. Begitu pula dalam praktik *endorsement* yang mana awal dari bentuk kerjasama tersebut atas dasar saling tolong-menolong. Dilihat dari *feedback* yang diterima oleh *online shop*, *fee* yang didapatkan oleh *endorser*, dan termasuk informasi yang berkenaan tentang kebutuhan konsumen yang mana dipromosikan oleh seorang *endorser*.

Para ulama *fiqh* membagi masalah berdasarkan kandungannya menjadi dua yaitu masalah 'ammah dan masalah khashshah:

- 1) Masalah 'ammah adalah bentuk kemaslahatan umum yang menyangkut kepentingan orang banyak. Kaitannya dengan perjanjian *Review* barang *endorsee* dalam *endorsement* yang telah dipaparkan sebelumnya, kepentingan umum yang dimaksud ialah hak-hak konsumen dari postingan barang *endorsee*. Akan adanya kerugian yang dirasakan konsumen yaitu mengenai kebenaran informasi mengenai deskripsi barang *endorsee* yang ternyata tidak sesuai dengan aslinya.
- 2) Masalah khashshah adalah kemaslahatan yang berkaitan dengan kepentingan pribadi. Kepentingan kedua belah pihaklah yang menjadi

masalah khashshah. *Feedback* yang dirasakan oleh *online shop* dan fee yang diterima oleh *endorser*.

Apabila dilihat dari penjelasan di atas pada adanya kemafsadatan yang ditimbulkan oleh kepentingan pribadi dari perjanjian *Review* barang dalam *endorsement*. Karena adanya kepentingan-kepentingan lain yang merasa dirugikan, yaitu hak-hak konsumen dalam menerima formasi yang jujur dari *Review* barang *endorsee* oleh seorang *endorser*. Sebagaimana dijelaskan pada firman Allah SWT surat Al-Baqarah ayat 42:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ٤٢

*Artinya : Dan janganlah kamu campur adukkan yang hak dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu, sedang kamu mengetahui.*

Jelas bahwa informasi haruslah yang tidak menyembunyikan kebenaran yang perlu diketahui masyarakat dan tidak mencampur adukkan antara berita benar dengan berita yang salah.

Berdasarkan pandangan syara', masalah dibagi menjadi tiga, sebagai berikut:

- 1) Masalah mu'tabarah, yaitu masalah yang diperhitungkan oleh syāri', maksudnya ada petunjuk dari syāri' baik langsung maupun tidak langsung yang memberikan petunjuk adanya masalah yang menjadi alasan dalam menetapkan hukum.
- 2) Masalah mulgah yaitu masalah yang ditolak, maksudnya masalah yang dianggap baik oleh akal, tetapi tidak diperhatikan oleh syara' dan ada petunjuk syara' yang menolaknya.



- 3) Masalah mursalah yaitu apa yang dipandang baik oleh akal, sejalan dengan tujuan syara' dalam menetapkan hukum, akan tetapi tidak ada petunjuk syara' yang mendukungnya dan tidak ada pula petunjuk syara' yang menolaknya.

Jika dilihat dari praktik *endorsement* dengan kausa perjanjian *Review* barang dikaitkan dengan ketiga masalah diatas, maka perjanjian *Review* barang yang dilakukan oleh *online shop* dan *endorser* termasuk dalam masalah *mulgāh*. Alasan mengapa termasuk masalah *mulgāh* adalah dari akibat yang ditimbulkan dari *Review* barang *endorsee*. Akibatnya yaitu pada hak-hak konsumen yang tidak diindahkan, di mana konsumen merasa dirugikan atas *Review* yang dijelaskan oleh *endorser* yang ternyata tidak sesuai dengan keadaan barang yang sebenarnya. Apabila dilihat dari alasan yang dikemukakan oleh *online shop* dan *endorser* mengenai praktik *endorsement* yang kerap mereka lakukan sudah mencakup makna kemaslahatan. Akan tetapi dengan adanya perjanjian *Review* barang tersebut membuat praktik *endorsement* tersebut tidak sesuai dengan makna masalah yang sebenarnya dan termasuk ke dalam masalah *mulgāh*.

Mengkaji perjanjian *Review* barang dalam *endorsement* berdasarkan syarat-syarat masalah dengan tujuan melihat apakah kemaslahatan yang ada pada perjanjian tersebut diperbolehkan atau tidak. Berikut syarat-syarat masalah:

- 1) Masalah itu harus hakikat, bukan sekedar dugaan

Syarat berikut menunjukkan bahwa masalah haruslah benar-benar dapat membawa kemanfaatan untuk dapat menolak kemudaratan. Adapun dugaan

semata-mata dalam pembentukan hukum tersebut mendatangkan manfaat tanpa pertimbangan di antara kepentingan yang harus diprioritaskan.

Perjanjian *Review* barang dalam *endorsement* sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya mengandung manfaat yang jelas bagi kedua belah pihak. Yaitu adanya feedback yang dirasakan oleh *online shop* dengan meningkatnya penjualan, fee yang diterima oleh *endorser* sebagai tambahan penghasilan. Dari manfaat hal yang telah disebutkan pada intinya yaitu sebagai bentuk meningkatkan perekonomian. Akan tetapi, yang perlu diperhatikan menurut peneliti adalah aspek lain sebagai bahan pertimbangan apakah kemaslahatan yang disebutkan di atas dapat diterima.

## 2) Masalah itu harus bersifat umum dan menyeluruh

Masalah yang bersifat umum merupakan kemaslahatan yang bukan hanya dirasakan perorangan sehingga kemaslahatan tersebut memberikan manfaat. Dengan kata lain menghindari mudarat bagi semua orang dan bukan untuk kebaikan segelintir orang atau sekelompok kecil. Kerugian yang dirasakan oleh konsumen akibat dari *Review* barang *endorsee* yang tidak jujur, merupakan suatu bentuk hak yang seharusnya diterima adalah kebenaran dari *Review* barang dengan barang asli. Dan juga akibat dari hal tersebut menurunnya kredibilitas seorang *endorser*, serta pihak *online shop* juga mendapatkan akibatnya yaitu persepsi konsumen bahwa mereka menjual barang yang tidak sesuai dengan *Review*. Sehingga perjanjian *Review* barang dalam *endorsement* tersebut terlihat hanya memikirkan kemaslahatan bagi para pihak, tetapi tidak memikirkan akibatnya yang mana akan berdampak kepada konsumen dan para pihak secara tidak langsung.

### 3) Masalah harus sesuai dengan syara'

Di mana mewujudkan kemaslahatan bagi manusia dan tidak bertentangan dengan dalil syara' yang terdapat pada Al-Qur'an, sunnah maupun ijma. Dalam sistem *endorsement* yang memuat perjanjian *Review* dengan maksud menutupi kekurangan barang *endorsee* tersebut menggambarkan perilaku *tadlis* yang mana telah dipaparkan sebelumnya. Di mana *tadlis* merupakan perbuatan yang dilarang dalam kegiatan bermuamalah, sehingga akad *endorsement* ini jelas tidak sesuai dengan syara'.

Akhirnya berdasarkan penjelasan di atas mengenai kemaslahatan dari perjanjian *Review* barang dalam *endorsement* pada tujuan awalnya memenuhi makna dari kemaslahatan. Karena saling menguntungkan baik untuk pihak *endorser* juga *online shop* dan konsumen dengan adanya tambahan informasi yang disampaikan *endorser*. Akan tetapi, karena adanya tindakan sengaja menyembunyikan sisi negatif dari barang *endorsee* dengan tujuan agar barang *endorsee* menarik perhatian konsumen, tidak memenuhi syarat-syarat masalah. Kepentingan umum juga dipandang sebagai dasar hukum dalam syariah. Kepentingan konsumen merupakan kepentingan umum yang tidak dapat diacuhkan, sehingga dari sisi masalah perjanjian tersebut tidak sah.