

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti berdasarkan judul akses keadilan bagi konsumen pada jasa *endorsement* dan *paid promote* dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktek Pemasaran Produk Melalui Jasa *Endorsement* dan *Paid Promote* pada *Instagrammer* di Tulungagung

Pemasaran produk melalui jasa *endorsement* dan *paid promote* dilakukan pada media sosial *Instagram* secara *online*, antara para pihak melakukan perjanjian atau kontrak tidak ada tatap muka. Praktek pemasaran produk melalui jasa *endorsement* dan *paid promote* hampir sama yakni penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* meliputi *influencer* atau Seleb *Instagram* (Selebgram) memasarkan dengan cara *me-riview* atau merekomendasikan sebuah *brand* produk milik pelaku usaha (*online shop*) sesuai dengan materi yang sudah ditentukan, dalam bentuk foto atau video yang diposting pada *story* atau *feed Instagram* milik penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* sesuai dengan jadwal penayangan sesuai dengan kesepakatan bersama. Dengan membayar *fee* terlebih dahulu sebelum

foto atau video (*paid promote*). Produk (*endorsement*) dikirim atau diserahkan kepada penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* tersebut.

Adapun perbedaannya adalah penyedia jasa *endorsement* harus mengirim produk terlebih dahulu untuk di-*review* oleh *influencer* atau Seleb *Instagram* (Selebgram) sebagai penyedia jasa *endorsement*, secara otomatis produk tersebut sudah menjadi milik penyedia jasa *endorsement*. Penyedia jasa *endorsement* sebagai model saat me-*review* produk. Sedangkan pada penyedia jasa *paid promote* hanya menerima foto dan video dari pelaku usaha (*online shop*) sebagai pengguna jasa *paid promote* tersebut, lebih praktis dan *fee* lebih murah daripada jasa *endorsement*.

2. Akses Keadilan Bagi Konsumen Melalui Produk yang Dipasarkan pada Jasa *Endorsement* dan *Paid Promote* pada *Instagrammer* di Tulungagung

Banyak kerugian yang didapatkan oleh konsumen setelah membeli produk yang dipasarkan melalui jasa *endorsement* dan *paid promote* seperti produk tidak sesuai dengan kualitas seperti apa yang telah dijelaskan oleh *influencer* atau Seleb *Instagram* (Selebgram) melalui pemasaran *online endorsement* dan *paid promote*. Hal ini banyaknya konsumen yang melakukan kritik atau komplain baik terhadap pelaku usaha (*online shop*) maupun penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote*, namun mereka lepas tanggung jawab sehingga konsumen tidak mendapatkan keadilan baik dalam bentuk ganti rugi maupun kompensasi dari pemilik *brand* produk. Hanya sedikit dari pelaku usaha (*online shop*) yang memberikan ganti rugi atau kompensasi dalam

bentuk garansi, barang ditukar (*return*) atau *cash back*. Sedangkan bagi para penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* lebih kepada *screening* terhadap produk yang akan di-*review* ini layak atau tidak untuk dijual kepada konsumen.

Adapun konsep keadilan menurut Aristoteles meliputi pelaku usaha (*online shop*), konsumen dan penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* memiliki kesamaan yang sama di depan hukum, mereka memiliki hak ataupun prestasi sesuai dengan kebutuhannya masing-masing dan harus terpenuhi. Terdapat keadilan kumulatif di mana bertujuan untuk membangun kesetaraan jika terjadi ketidakadilan berupa pembenaran berupa ganti rugi ataupun kompensasi. Jika pelaku usaha (*online shop*) melakukan kesalahan yang dapat merugikan konsumen, maka seharusnya pelaku usaha (*online shop*) memberikan ganti rugi atau kompensasi terhadap konsumen. Sedangkan jika kesalahan tersebut dilakukan oleh penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote*, maka seharusnya bertanggungjawab atas kesalahannya dengan memperbaiki kesalahan yang diperbuat

Dalam program penegakan keadilan sosial menurut John Rawls, konsumen tidak akan mengalami kerugian karena prinsip yang digunakan adalah untuk mengatur kembali kesenjangan sosial ekonomi supaya dapat adanya timbal balik setiap orang. Untuk meminimalkan kesenjangan antara konsumen dengan pelaku usaha (*online shop*) dan penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* ini dibutuhkan hak dan kesempatan setiap pihak dengan porsi yang sama sesuai dengan kebutuhannya, dengan cara penyedia jasa

endorsement dan *paid promote* membantu pelaku usaha (*online shop*) untuk memasarkan *brand* produknya dengan baik dan jujur, sedangkan pelaku usaha (*online shop*) memberikan kualitas yang baik pada produknya.

3. Akses Keadilan Bagi Konsumen Melalui Produk yang Dipasarkan pada Jasa *Endorsement* dan *Paid Promote* pada *Instagrammer* di Tulungagung dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Jasa *endorsement* dan *paid promote* dalam Hukum Ekonomi Syariah merupakan bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam sepanjang segala sistem prakteknya sesuai dengan ketentuan syariah. Akad yang digunakan adalah akad *mu'awadhat* yakni transaksi yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan atau manfaat, terkhusus dalam kategori akad *ijarah 'ala asykhhas* atau *ijarah 'ala al-a'mal* di mana sewa atas jasa atau pekerjaan orang. Dalam praktek *endorsement* dan *paid promote*, pihak yang menyewa (*Mu'ajir*) adalah pelaku usaha (*online shop*) yang mengelola usahanya di Instagram, pihak yang penyewa (*Musta'jir*) adalah penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* meliputi *influencer* atau Seleb *Instagram* (Selebgram), benda yang disewakan (*Ma'jur*) dalam bentuk jasa *endorsement* dan *paid promote* meliputi *influencer* atau Seleb *Instagram* (Selebgram) di mana memanfaatkan akun *Instagram* yang dimilikinya yang mana akun *Instagram* tersebut memiliki banyak *followers*, akad atau *sighat* dilakukan secara *online* jarak jauh tanpa tatap muka karena pelaksanaan *endorsement* dan *paid promote* merupakan pemasaran

secara *online* (marketing *online*), uang *ijarah* dapat diartikan sebagai *fee* yang didapatkan oleh penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote*.

Pujian yang tidak tepat dalam promosi sama saja dengan perbuatan memberikan informasi yang salah. Jadi, hal itu terjadi termasuk ke dalam salah satu bentuk penipuan (*taghrir*) yaitu bisnis membawa dan menggiring seseorang dengan cara yang tidak pantas diterima sesuatu yang tidak menyenangkan disertai rayuan bahwa itu menguntungkannya. Hal ini tidak sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No. 24 Tahun 2007 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial. Hukum pemasaran tidak benar haram, karena di dalamnya ada kebohongan, tipu daya dan sembunyikan cacat produk. Perbuatan memberikan informasi itu tidak benar seperti pada jasa *endorsement* dan *paid promote* di mana memberikan informasi produk tidak tepat dan berefek merugikan *followers* sebagai konsumen adalah salah satu bentuk penipuan. Larangan terkait promosi untuk para pelaku usaha juga tercantum di dalam pasal 9, 10, 11, 12, 15, dan 16 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pemasaran *online* di Instagram melalui jasa *endorsement* dan *paid promote* jika dilaksanakan sesuai dengan tatanan sosial dengan sama-sama bertanggung jawab antara pelaku usaha (*online shop*), penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* dengan konsumen atas dasar *Lillahi Ta'ala* (karena Allah SWT), maka akan menciptakan keadilan Ilahi. Pada teori dasar *mu'tazilah*, Pelaku usaha (*online shop*) dan penyedia jasa *endorsement* dan

paid promote memiliki tanggung jawab penuh terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen. Karena faktor utama kerugian yang dialami oleh konsumen berasal dari Pelaku usaha (*online shop*) atas produk yang dipasarkan melalui jasa *endorsement* dan *paid promote*. Berbeda dengan teori *Asy'ariyah* keadilan bagi konsumen pada produk yang dipasarkan secara *online* di *Instagram* melalui jasa *endorsement* dan *paid promote*, ketika pelaku usaha (*online shop*) ataupun penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* tidak bertanggung jawab terhadap kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen dalam bentuk ganti rugi atau kompensasi, maka secara alamiah akan mendapatkan hukum alam tersendiri dalam bentuk produk akan surut tidak laku dan omset menurun atau bahkan dapat berdampak pada penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* juga akan menurunkan *followers* serta kualitas pengelolaan jasa.

B. Implikasi

Implikasi yang terjadi dengan adanya penelitian ini adalah memberikan keadilan terhadap konsumen dalam membeli produk milik pelaku usaha (*online shop*) hasil pemasaran *online* menggunakan jasa *endorsement* dan *paid promote* di *Instagram*.

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini diharapkan berdampak positif untuk kedepannya dengan banyaknya literatur-literatur yang dijadikan bahan wawasan

pengetahuan. Pemasaran *online* melalui jasa *endorsement* dan *paid promote* di *Instagram* akan menambah kajian teori bagi mahasiswa yang mempelajari sesuai dengan *khazanah* keilmuan, serta menambah sumber kajian dengan banyak muncul persepsi serta hukum baru.

2. Implikasi Praktis

Penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* wajib mendapatkan pengetahuan, tidak hanya teori saja namun juga implikasi dalam praktis. Dengan adanya penelitian ini diharapkan para penyedia jasa dapat memahami lebih baik terkait pemasaran *online* melalui jasa *endorsement* dan *paid promote* di *Instagram* secara menyeluruh. Sebagai penyedia jasa juga diharapkan untuk memberikan informasi secara jelas transparan dan jujur memberi kepercayaan kepada konsumen. Begitu juga dengan pelaku usaha (*online shop*) lebih memahami produk yang dimiliki dan bagaimana menggunakan jasa *endorsement* dan *paid promote* dengan baik, supaya konsumen mendapatkan pelayanan bagus serta menerapkan aturan yang sudah ada dengan seadil-adilnya. Konsumen juga lebih berhati-hati dalam membeli produk secara *online* untuk menghindari resiko yang merugikan.

C. Saran

1. Pelaku Usaha (*Online Shop*)

Supaya dapat menerapkan keadilan bagi konsumen, pelaku usaha (*online shop*) sebagai pengguna jasa *endorsement* dan *paid promote* memberi

produk yang bagus sesuai dengan kualitas dan kuantitasnya, serta melayani konsumen dengan baik dan memberikan beberapa rekomendasi ganti rugi atau kompensasi dalam bentuk *return* produk, garandi produk serta *cash back* jika konsumen mengalami kerugian terhadap produk yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Pelaku usaha (*online shop*) juga memberikan informasi yang transparan dan jujur kepada penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* disaat melakukan pemasaran *online* di *Instagram*.

2. Penyedia Jasa *Endorsement* dan *Paid Promote*

Supaya dapat menerapkan keadilan bagi konsumen, penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* memberikan informasi pada produk milik pelaku usaha (*online shop*) dengan transparan dan jujur dengan menjelaskan kelebihan dan kekurangan ketika *me-review* pada akun *Instagram*-nya dalam bentuk foto atau video. Penyedia jasa *endorsement* dan *paid promote* juga harus berhati-hati dan *meng-screening* produk yang akan *di-review* atau direkomendasikannya, hal ini meminimkan kerugian pada konsumen ketika membeli produk tersebut.

3. Konsumen

Sebagai konsumen disarankan untuk lebih berhati-hati dalam membeli produk *online*, serta tidak dirasakan untuk mudah terpengaruh oleh *endorse-an* atau *paid promote* yang menggiurkan dan keinginan untuk segera membeli produk tersebut jika tidak benar-benar sedang membutuhkannya. Disaat ingin membeli produk tersebut harus dipertimbangkan terlebih dahulu

dengan melihat gambar foto atau video yang terdapat pada akun *Instagram* pelaku usaha (*online shop*) terutama pada testimoni yang diberikan oleh para konsumen lainnya. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi dan meminimalkan permasalahan yang dapat merugikan pihak konsumen.

4. Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan saran bagi penyedia jasa, pengguna jasa untuk dapat memberikan keadilan bagi konsumen. *Endorsement* dan *paid promote* merupakan tema yang sudah tidak asing lagi untuk diteliti, namun masih banyak yang belum dikaji dalam berbagai perspektif, melihat sekarang marak sekali pemasaran *online* yang berkembang pada media sosial selain di *Instagram*. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.