

**JASA *REVIEW* BARANG DALAM *ENDORSEMENT* DI MEDIA
SOSIAL PERSPEKTIF FIKIH MUAMALAH**
(Studi Butik Raffa Di Desa Ceringin Asri
Kecamatan Way Ratai)

SKRIPSI

Oleh :

**MAFUR MAULANA
1921030376**



Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

**FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H/2024 M**

**JASA REVIEW BARANG DALAM ENDORSEMENT DI MEDIA
SOSIAL PERSPEKTIF FIKIH MUAMALAH**
(Studi Butik Raffa Di Desa Ceringin Asri
Kecamatan Way Ratai)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1
dalam Ilmu Syariah

Oleh :

Mafur Maulana
1921030376

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Pembimbing I : Dr. H. Muhammad Zaki, M.Ag.
Pembimbing II : Arif Fikri, S.H.I., M.Ag.

FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H/2024 M

PEDOMAN TRANSLITERASI

Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	-	16	ط	ṭ
2	ب	b	17	ظ	ẓ
3	ت	t	18	ع	‘
4	ث	ṣ	19	غ	g
5	ج	j	20	ف	f
6	ح	ḥ	21	ق	q
7	خ	kh	22	ك	k
8	د	d	23	ل	l
9	ذ	ẓ	24	م	m
10	ر	r	25	ن	n
11	ز	z	26	و	w
12	س	s	27	هـ	h
13	ش	sy	28	ء	‘
14	ص	ṣ	29	ي	y
15	ض	ḍ			

Vokal Pendek	Vokal Panjang	Diftong
كَتَبَ = kataba سُئِلَ = su'ila يَذْهَبُ = yaẓhabu	قَالَ = qāla قِيلَ = qīla يَقُولُ = yaqūlu	كَيْفَ = kaifa حَوْلَ = ḥaula

ABSTRAK

Endorsement merupakan salah satu jenis promosi pengiklanan yang menggunakan pihak lain untuk mendukung dan memasarkan sebuah produk. Sewa jasa *endorsement* cukup praktis dan efektif. Praktik sewa jasa *endorsement* dilakukan sesuai kesepakatan antara pemilik produk dan *selebgram* yang memasarkan produk tersebut. Namun di dalam kesepakatan tersebut terdapat ketidakjelasan seperti kepastian yang didapat karena meningkatnya penjualan produk yang diiklankan. Hal ini bisa merugikan pihak online shop karena tidak mendapatkan manfaat dari sewa jasa tersebut dan tidak menaikkan angka penjualan pada sebuah produk, sebagaimana yang terjadi pada toko Butik Raffa.

Permasalahan yang menjadi kajian penelitian ini adalah bagaimana praktik sewa jasa *endorsement* pada Butik Raffa di Desa Ceringin Asri Kecamatan Way Ratai dan bagaimana perspektif fikih muamalah terhadap praktik sewa jasa *endorsement* pada Butik Raffa. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana praktik sewa jasa *endorsement* pada Butik Raffa di Desa Ceringin Asri Kecamatan Way Ratai dan bagaimana perspektif fikih muamalah terhadap sewa jasa *endorsement* pada Butik Raffa tersebut.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Sedangkan sifat penelitian bersifat deskriptif analisis. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah primer dan sekunder. Setelah data-data terkumpul selanjutnya penulis menganalisis data dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Praktik sewa jasa *endorsement* pada online shop Butik Raffa merupakan strategi pemasaran dalam memasarkan produk di media sosial dengan bantuan *celebrity endorser*. Pihak Butik Raffa menghubungi *selebgram* yang akan menjadi *endorser* untuk memasarkan produk nya setelah itu pihak Butik Raffa membayar *fee* yang telah ditentukan oleh *selebgram* tersebut. Tetapi yang peneliti temukan dalam sewa jasa *endorsement* terkadang pihak Butik Raffa tidak mendapatkan keuntungan setelah menggunakan jasa tersebut. Ditinjau dari fikih muamalah praktik sewa jasa *endorsement* sudah sesuai dan diperbolehkan karena pihak Butik

Raffa dan *selebgram* telah melakukan kewajibannya sesuai dengan perjanjian diawal dan sesuai dengan syarat dan rukun *ijarah*.

Kata kunci :*Ijarah,Akad,Endorsement.*



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Mafur Maulana
NPM : 1921030376
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Fakultas : Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Jasa Review Barang Dalam *Endorsement* Di Media Sosial Perspektif Fikih Muamalah (Studi Butik Raffa Di Desa Ceringin Asri Kecamatan Way Ratai**” adalah benar-benar hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, Maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 30 November 2023

Penulis



Mafur Maulana

NPM :1921030376



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul : Jasa Review Barang Dalam Endorsement Di Media Sosial Perspektif Fikih Muamalah (Studi Butik Raffa Desa Ceringin Asri Kec. Way Ratai)
Nama : Mafur Maulana
NPM : 1921030376
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Fakultas : Syariah

MENYETUJUI

Telah dimunaqsyahkan dan dapat dipertahankan dalam sidang Munaqsyah Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Muhammad Zaki, M.Ag.

Arif Fikri, S.H.I., M.Ag

NIP. 197012282000031002

NIP. -

Mengetahui,

Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah

Khoiruddin, M.S.I.

NIP. 19780725200912002



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Jasa Review Barang Dalam *Endorsement* Di Media Sosial Perspektif Fikih Muamalah (Studi Butik Raffa Desa Ceringin Asri Kec. Way Ratai)” disusun oleh Mafur Maulana NPM 1921030376 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah di Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung. Pada Hari/Tanggal : Selasa, 02 April 2024.

TIM MUNAQOSYAH

Ketua : Khoiruddin, M.S.I.

(.....)

Sekretaris : Alan Yati, S.H.,M.H.

(.....)

Penguji I : Dr. H. Jayusman, M.Ag.

(.....)

Penguji II : Dr. H. Muhammad Zaki, M.Ag.

(.....)

Penguji III : Arif Fikri, S.H., M.Ag.

(.....)

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Syariah**



Dr. Eta Rodiah Nur, M.H.
NIP. 196908081993032002

MOTTO

قَالَتْ إِحَدُنُهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَعِجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنْ

اسْتَعَجَرْتُ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ﴿٢٦﴾

“Salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, “Wahai ayahku,pekerjakanlah dia.Sesungguhnya sebaik-baik orang yang engkau pekerjakan adalah orang yang kuat lagi dapat dipercaya.”
(Q.S. Al-Qashash [28]: 26)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin. Dengan rasa syukur kepada Allah SWT, semoga kita senantiasa mendapatkan rahmat dan hidayahnya. Skripsi ini ku persembahkan kepada orang-orang yang selalu menyayangi dan mendukung saya, dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini. Yakni diantaranya kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Lijan dan Ibu Tasiyati yang telah mendidik dan membesarkanku. Terimakasih atas do'a yang selalu dipanjatkan setiap waktu untuk kelancaran dan kesuksesanku. Selalu memberikan semangat, bimbingan, perhatian serta dukungan. Semoga kelak anakmu ini dapat membanggakan keluarga, agama, bangsa dan negara. Semoga Allah SWT memberikan kebahagiaan kepada Bapak dan Ibu di dunia dan di akhirat.
2. Keluargaku tercinta, yang selalu memberikan nasehat, semangat dan dukungan sehingga selesainya tugas akhir ini. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan bagi kita semua, sehingga dapat berkumpul dalam keadaan tenang dan bahagia.
3. Seluruh teman seperjuangan. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan bagi kita semua, sehingga dapat berkumpul pada titik sukses kita semua.

RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Mafur Maulana. Lahir di Desa Ceringin Asri Kecamatan Way Ratai Kabupaten Pesawaran pada tanggal 10 Desember 2000. Peneliti merupakan anak dari pasangan Bapak Lijan dan Ibu Tasiyati. Riwayat pendidikan Sekolah Dasar (SD) Negeri 4 Wates Kecamatan Way Ratai Kabupaten Pesawaran 2007-2013. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 2 Padang Cermin Kabupaten Pesawaran 2013-2016. Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 2 Padang Cermin Kabupaten Pesawaran, selesai pada tahun 2016-2019. Pada tahun 2019 peneliti melanjutkan studi ke Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung Fakultas Syariah prodi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah). Selama menjadi mahasiswa peneliti juga mengikuti organisasi. Diantaranya yaitu: UKM Taekwondo UIN RIL dan UKM Resimen Mahasiswa.



Bandar Lampung, 30
November 2023
Penulis

Mafur Maulana
NPM : 1921030376

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa Ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini dengan judul **“Jasa Review Barang Dalam Endorsement Di Media Sosial Perspektif Fikih Muamalah (Studi Butik Raffa Di Desa Ceringin Asri Kecamatan Way Ratai ”**. Shalawat beserta salam semoga Allah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan para pengikut-pengikutnya.

Dalam pembuatan skripsi ini peneliti banyak sekali menerima bantuan dari semua pihak, oleh karena itu melalui tulisan ini peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. H. Wan Jamaluddin Z, M.Ag., Ph.D, selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menimba ilmu di kampus tercinta ini.
2. Ibu Dr. Efa Rodiah Nur, M.H., selaku dekan Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa memfasilitasi kemudahan bagi mahasiswa -mahasiswanya.
3. Bapak Khoiruddin, M.S.I., selaku ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah yang senantiasa tanggap terhadap permasalahan mahasiswanya.
4. Bapak Dr. H. Muhammad Zaki, M.Ag. Selaku Pembimbing I dan Bapak Arif Fikri, S.H.I., M.Ag. Selaku Pembimbing II yang selalu memberikan masukan dan bimbingan terhadap penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen dan seluruh staff karyawan Fakultas Syariah yang telah membantu selama perkuliahan.
6. Kepala serta karyawan perpustakaan pusat dan pengelola perpustakaan Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung, yang telah membantu memberikan informasi, data, referensi dan lain-lain.

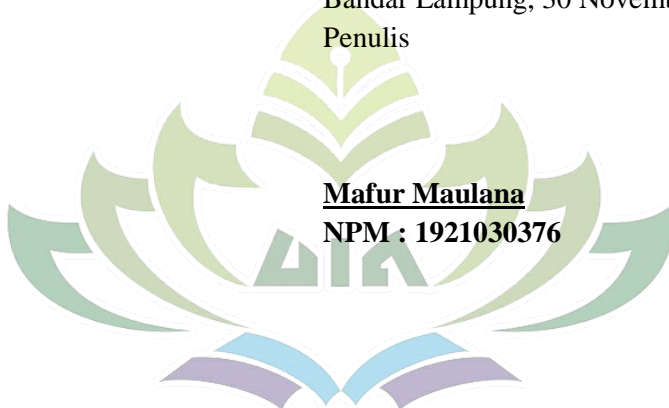
7. Pemilik Butik Raffa yang telah membantu dan memberikan izin penelitian skripsi ini.
8. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Yang telah memberiku pengalaman dan pengetahuan yang selalu terkenang hingga akhir masa. Semoga ilmu dan gelar yang saya dapatkan di kampus ini kelak menjadikan saya manusia yang bermanfaat dan ilmu yang diberkahi oleh Allah SWT. *Amiin*.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada kita semua. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi peneliti tetapi juga bagi pembacanya. Amin.

Waasalamu 'alaikum Wr. Wb.

Bandar Lampung, 30 November 2023

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PEDOMAN TRANSLITERASI	ii
ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	v
PERSETUJUAN	vi
PENGESAHAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	5
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	6
H. Metode Penelitian	9
I. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Upah (Ijarah).....	15
1. Pengertian Ijarah.....	15
2. Dasar Hukum Ijarah.....	17
3. Rukun dan Syarat Ijarah	20
4. Macam-Macam Ijarah.....	24
5. Hukum Ijarah Atas Pekerjaan	25
6. Hak dan Kewajiban Ijarah	25
B. Akad.....	26

1. Pengertian Akad.....	26
2. Rukun dan Syarat Akad	28
3. Macam-Macam Akad	30
4. Berakhirnya Akad Ijarah.....	32
C. Endorsement	33
1. Pengertian Endorsement	33
2. Macam – Macam Endorser	38
3. Manfaat dan Peran Endorser.....	39
4. Influencer Endorsement Sebagai Daya Tarik	40
5. Kriteria Influencer Endorser	40
6. Tata Cara Endorsement.....	42
BAB III DEKSRIPSI OBJEK PENELITIAN	45
A. Profil Butik Raffa.....	45
B. Produk Yang Dijual Pada Butik Raffa.....	47
C. Praktik Jasa Endorsement Pada Butik Raffa.....	47
BAB IV ANALISIS PENELITIAN.....	55
A. Praktik Jasa Review Barang Dalam Endorsement di Media Sosial Pada Butik Raffa.....	55
B. Praktik Jasa Review Barang Dalam Endorsement di Media Sosial Pada Butik Raffa Perspektif Fikih Muamalah	57
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Rekomendasi.....	61
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dan kekeliruan dalam memahami judul skripsi ini, maka diperlukan penjelasan beberapa istilah yang terkandung di dalam judul. Judul skripsi ini adalah “Jasa Review Barang Dalam *Endorsement* Di Media Sosial Perspektif Fikih Muamalah (Studi Butik Raffa Di Desa Ceringin Asri Kecamatan Way Ratai)”. Adapun beberapa istilah yang perlu untuk di jelaskan adalah sebagai berikut:

1. Jasa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mempunyai arti sebagai aktivitas, kemudahan, manfaat, dan sebagainya. yang dapat dijual kepada orang lain (konsumen) yg menggunakan atau menikmatinya.¹
2. *Review* barang yang berarti memberikan ulasan suatu barang atau jasa dari segi kualitasnya yang berdasarkan opini atau pengalaman faktual dari pengguna. Banyak produsen yang mengandalkan jasa *selebgram* untuk mempromosikan produknya dengan cara memberikan *review*. Memberikan sebuah *review* kepada suatu barang tentunya harus menjaga nama baik produk tersebut. Untuk membuat sebuah ulasan atau *review* suatu barang yang akan diunggah ke media sosial dengan sistem *endorsement* maka harus dengan persetujuan yang dibuat terlebih dahulu antara *selebgram* dan produsen yang akan menyewa jasa *selebgram*.²
3. *Endorsement* merupakan salah satu bentuk pemasaran suatu produk di sosial media yang mulai dikenal pada tahun 2009.
4. Media Sosial adalah sebuah media online membantu individu dalam mendapatkan dan menyampaikan informasi. Melalui media sosial dapat dimanfaatkan untuk sarana berbisnis dan dapat membentuk komunitas.³

¹ Tim Redaksi KBBI PB, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Keen (Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008), 620.

² Surudin, *Aturan Dalam Melakukan Review Produk* (Din Law Group, 2021).123

³ Muhammad Yusi Kamhar and Erma Lestari, “Pemanfaat Sosial Media

5. Fikih Mua'malah adalah fikih muamalah adalah hukum-hukum syara' yang bersifat praktis (Amaliah) yang diperoleh dari dalil-dalil yang terperinci yang mengatur keperdataan seseorang dengan orang lain dalam hal persoalan ekonomi, di antaranya; dagang, pinjam-meminjam, sewa menyewa, kerja sama dagang, simpanan barang atau uang, penemuan, pengupahan, rampasan perang, hutang piutang, pungutan, warisan, wasiat, nafkah, barang titipan dan pesanan.⁴

Berdasarkan penjelasan istilah diatas yang dimaksud dengan judul penelitian ini adalah Jasa Review Barang Dalam *Endorsement* Di Media Sosial Perspektif Fikih Muamalah (Studi Butik Raffa Di Desa Ceringin Asri Kecamatan Way Ratai)".

B. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi sekarang ini, sudah tidak dapat dipungkiri lagi bagaimana pengaruhnya bagi masyarakat. Khususnya pengaruhnya dalam bidang ekonomi. Hal tersebut salah satunya ditandai dengan berkembangnya bisnis-bisnis yang berbasis online dengan memanfaatkan internet sebagai jalan dalam mempermudah untuk mengembangkan potensi bisnis itu sendiri. Selain didukung dengan perkembangan teknologi. Ada hal yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan bisnis. Salah satunya yaitu strategi marketing atau sistem pemasaran produk kepada masyarakat serta cara memberikan kepuasan kepada konsumen. Sehingga dapat menunjang penjualan dan mendapatkan keuntungan atau profit yang diinginkan.

Endorsement sendiri secara harfiah diartikan sebagai suatu dukungan atau saran. Endorse yang lazim dipraktekkan adalah meminta dukungan dari para artis untuk mempromosikan sebuah produk. Produk itu biasa diberikan secara gratis kepada artis yang bersedia meng-endorse. Timbal baliknya, sang artis mengunggah foto atau video mereka memakai produk tersebut di sosial media.

Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia DI Perguruan Tinggi," *Inteligensi: Jurnal Ilmu Pendidikan* 1, no. 2 (2019): 1-7, <https://doi.org/10.33366/ilg.v1i2.1356>.

⁴ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: kencana pranada media grup, 2013).

Dalam era digital dan perkembangan media sosial yang pesat, penggunaan jasa review barang dalam konteks *endorsement* telah menjadi fenomena yang umum. *Endorsement* di media sosial melibatkan penggunaan *selebgram* untuk mempromosikan produk atau layanan tertentu dengan tujuan meningkatkan penjualan. Dalam konteks fikih muamalah, praktik ini dapat menimbulkan beberapa isu dan pertanyaan mengenai keabsahan dan kepatuhan syariah. Kepuasan konsumen merupakan instrumen penting untuk meraih kesuksesan dalam persaingan.⁵ Produsen dituntut melaksanakan kegiatan pemasaran yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini sangat penting bagi produsen untuk memahami dan mengerti mengapa dan bagaimana konsumen itu memilih dan pada akhirnya membeli suatu produk. Pengetahuan dasar yang baik mengenai perilaku konsumen akan dapat memberi masukan yang berarti dalam perencanaan strategi pemasaran.

Pada praktik *endorsement* terdapat kekurangan dalam pelaksanaannya, yaitu terkadang para endorser hanya mengungkapkan pujian terhadap barang tersebut, tanpa adanya penjelasan secara mendetail mengenai barang *endorse* tersebut. Terkhusus dalam produk kosmetik yang mana sangat diperlukan penjelasan-penjelasan mengenai barang. Baik dari segi bahan yang digunakan maupun efek samping yang ditimbulkan apabila produk tersebut tidak cocok dipakai oleh konsumen.

Sehubungan dengan informasi produk endorse serta minat beli konsumen, perlu dilakukan komunikasi yang baik agar informasi mengenai produk yang ditawarkan dapat meningkatkan minat beli konsumen. Bentuk komunikasi pemasaran atau promosi haruslah memberikan rangsangan kepada konsumen, sehingga berpengaruh kepada minat beli konsumen.⁶ Akan tetapi, dalam penyampaian informasi barang endorse harus dengan

⁵ Freddy Rangkuti, *Swot Balanced Scorecard* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 233.

⁶ Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan, *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Brand Image Pada Konsumen Remaja Di Bandar Lampung Dan Implikasinya Terhadap Harga*, <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/7707>, (10 Desember 2018).

itikad baik. Informasi tersebut haruslah yang sebenar-benarnya. Tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan minat beli konsumen. Hal tersebut berkaitan dengan hak-hak konsumen.

Praktik dari sistem *endorsement* ini ternyata tidak semuanya berjalan dengan baik, di beberapa kasus yang penulis amati ada hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam. *Endorsement* termasuk akad *ijarah* karena terdapat kesepakatan antar kedua belah pihak, kesepakatan tersebut berupa adanya kontrak penyewaan jasa iklan atas produk yang diiklankan lewat akun milik dari *selebgram*. Di dalam kesepakatan tersebut terdapat ketidakjelasan terhadap dampak yang didapat dari online shop, seperti kepastian keuntungan yang didapat dalam meningkatnya penjualan produk yang diiklankan. Ini bisa merugikan pihak online shop karena tidak mendapatkan manfaat dari sewa jasa tersebut dan tidak menaikkan angka penjualan pada sebuah produk. Seperti yang terjadi salah satu pemilik online shop yang bernama Butik Raffa yang pernah menggunakan jasa *endorsement*. Pemilik toko merasa tidak mendapatkan dampak manfaat apa-apa setelah menggunakan jasa tersebut, padahal manfaat harus bisa dinilai dan pemenuhan manfaat harus nyata dan dijelaskan sedemikian rupa.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam mengenai praktik *endorsement* yang terjadi di masyarakat, apakah sudah sesuai menurut pandangan fikih muamalah. Pembahasan ini peneliti tuangkan dalam sebuah skripsi dengan judul “Jasa Review Barang Dalam *Endorsement* Di Media Sosial Perspektif Fikih Muamalah (Studi Butik Raffa Di Desa Ceringin Asri Kecamatan Way Ratai)”.

C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka fokus penelitian dalam penulisan ini adalah jasa review barang menggunakan sistem *endorsement*. Adapun sub fokus penelitian ini adalah : pada jasa review barang dalam *endorsement* di media sosial

perspektif fikih muamalah di Desa Ceringin Asri Kecamatan Way Ratai adalah:

1. Jasa review barang menggunakan jasa *endorsement* di media sosial.
2. Praktik jasa review barang dalam *endorsement* di media sosial perspektif fikih muamalah.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana praktik jasa review barang dalam *endorsement* di media sosial pada Butik Raffa?
2. Bagaimana praktik jasa review barang dalam *endorsement* di media sosial pada Butik Raffa perspektif fikih muamalah?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui praktik jasa review barang dalam *endorsement* di media sosial pada Butik Raffa.
2. Untuk mengetahui praktik jasa review barang dalam *endorsement* di media sosial pada Butik Raffa perspektif fikih muamalah.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak lain, adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperluas khazanah keilmuan hukum ekonomi syariah, khususnya tentang Praktik Jasa Review Barang Dalam Endorsment Di Media Sosial. Serta dapat menyempurnakan teori yang sudah ada dan bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan acuan, khususnya terhadap pelaku jasa review barang dalam endorsment media sosial.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat. Serta dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai

suatu syarat memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH). pada Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sesuai dengan pokok permasalahan penelitian proposal ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu untuk dijadikan acuan dasar dari proposal ini diantaranya :

1. Skripsi atas nama Lisma Fitri berjudul, “Hukum *endorsement* Produk yang dilarang secara Syar’i pada instagram menurut Fatwa MUI No.24 Tahun 2017 (Studi Kasus di Desa Marindal 1 Kabupaten Deli Serdang)”. UIN Sumatra Utara Medan, Dengan kesimpulan hukum *endorsement* produk yang dilarang secara syar’i menurut fatwa MUI No.24 tahun 2017 ialah tidak boleh atau haram. Dalam penelitian ini fokus pada bagaimana produk-produk yang di *endorse* sesuai dengan syariat Islam pada plattform instagram. yang membedakan antara penelitian Lisma Fitri dengan penelitian penulis yaitu objek penelitian, lisma meneliti tentang Hukum *endorsement* produk yang dilarang secara syari’ pada intagram menurut fatwa mui no 24 tahun 2017 dengan studi kasus di Desa Marindal Kabupaten Deli Serdang sedangkan penulis meneliti tinjaun fikih muamalah terhadap jasa review barang dalam *endorsement* pada butik raffa.⁷
2. Skripsi Mahmud bin Syamsul Arifin yang berjudul, “*Endorsement* dalam Perspektif Islam”, yang diterbitkan oleh Universitas Islam Negeri Sunan Ampel di Surabaya pada tahun 2018.⁸ Dalam skripsinya tersebut menjelaskan bagaimana sistem *endorsement* yang diperbolehkan dan dianjurkan dalam syariat kemudian juga di jelaskan bagaimana konsep objek yang dapat dipraktikkan dalam

⁷ Lisma Fitri, “Huku m *Endorsement* Produk Yng Dilarang Secara Syari Pada Instagram Menurut Faatwa MUI No 24 Tahun 2017 (Studi Kasus Di Desa Marindal Kabupaten Deli Serdang),” *Skripsi Medan:UIN Sumatera Utara*, no. 2 (2019): 1–13.

⁸ Mahmudi Bin Syamsul Arifin, “*Endorsement* Dalam Perspektif Islam,” *Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, 2018, 1–83.

sistem *endorsement* yang sesuai dengan syariat yang dimana pada intinya sistem *endorsement* ini harus terhindar dari maysir, gharar, dan riba, yang membedakan antara penelitian Mahmud bin Syamsul Arifin dengan penelitian penulis yaitu tinjauan hukum yang diteliti mengenai endorsemen tmenurut perpektif islam dengan kajian khusus mengenai *endorsement* itu sendiri. sedangkan penulis meneliti mengenai *endorsement* dengan tinjauan fikih muamalah. Adapun objek yang penulis teliti mengenai jasa review barang dengan suatu kajian keberadaan unsur gharar Butik Raffa.

3. Skripsi yang ditulis Nurul Safitri, UIN Ar-Raniry pada tahun 2020 skripsi berjudul “Endorsment Sebagai Media Pemasaran Perspektif Ekonomi Islam” (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh Sebagai Pengguna Produk Wardah Kosmetik)” Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam.⁹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perspektif masyarakat kota Banda Aceh terhadap penggunaan *endorsement* dalam produk wardah dan bagaimana *endorsement* ditinjau dalam perspektif Islam. Hasil riset membuktikan bahwa *endorsement* yang diterapkan dalam perusahaan wardah sudah baik dan sesuai dengan ketentuan syariah baik dari segi mempromosikan barang maupun etika seorang endorser/brand ambassador pihak wardah. Yang membedakan antara penelitian Nurul Safitri dengan penelitian penulis yaitu perspektif ekonomi Islam, penulis menggunakan tinjauan hukum fikih muamalah dan objek penelitian yang penulis kaji mengenai jasa review barang dalam *endorsement*.
4. Skripsi yang ditulis oleh Farah Mumtaz Selian mahasiswi prodi ilmu hukum universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah yang berjudul, “Perjanjian Baku Dalam *Endorsement* di Media Sosial Instagram”. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa hukum dari

⁹ Shofia Nurul Husna, “*Endorsement* Skincare Di Banda Aceh (Kajian Terhadap Keberadaan Unsur Gharar),” *Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*, 2021.

pencantuman klausula baku dalam perjanjian *endorsement* oleh pihak Endorser terhadap Endorse dinyatakan sah dan mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak sepanjang memenuhi syarat sahnya perjanjian yang terdapat dalam pasal 1320 KUHPerdota. Hal ini sejalan dengan syarat sah perjanjian elektronik pada pasal 47 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE), sah apabila tidak termasuk dalam ketentuan-ketentuan klausula baku yang dilarang berdasarkan Undang-undang Nomor Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), serta tidak terjadi perbuatan melawan hukum yang mana tidak dibenarkan menurut undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum.¹⁰ Yang membedakan antara penelitian Farah Mumtaz Selian dengan penelitian penulis yaitu objek penelitian. Farah meneliti tentang perjanjian baku dalam endorsment di media sosial instagram, sedangkan penulis meneliti tentang perspektif fikih muamalah terhadap praktik jasa review barang dalam *endorsement*.

5. Novy Adityasari dalam karya ilmiahnya yang berjudul, “*Endorsement* Sebagai Trend Media Pemasaran dalam Perspetif Islam” yang diterbitkan oleh Universitas Airlangga Surabaya pada tahun 2015. Dalam karya ilmiah ini di dalamnya memuat mengenai pemasaran dalam perspektif Islam, konsep strategi pemasaran menggunakan sistem *endorsement* yang sesuai dengan syariat Islam.¹¹ Karya ilmiah yang ditulis oleh Novy Adityasari membahas tentang *endorsement* trend media sosial sebagai pemasaran suatu produk, sedangkan penulis meneliti tentang bagaimana praktik endrosement di sosial media yang sesuai dengan fikih muamalah.

¹⁰ Farah Mumtaz Selian, “Perjanjian Buku Dalam Endorsment Di Media Sosial Instagram,” *Skripsi Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2018.

¹¹ Novy Adityasari, “Endorsment Sebagai Trend Media Pemasaran Dalam Prespektif Islam,” *Skripsi Universitas Airlangga Surabaya* 1, no. 2 (2015): 33.

H. Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah sekumpulan kegiatan, peraturan serta prosedur yang dipakai peneliti suatu disiplin ilmu.¹² Metodologi merupakan suatu analisis teoritis tentang sebuah metode atau cara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Karena metode ini dapat mendeskripsikan realitas dan kompleksitas sosial.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dengan melakukan pengamatan mengenai suatu fenomena dalam keadaan alamiah.¹³ Penelitian ini bertujuan untuk mencari informasi seputar permasalahan yang dikaji. Penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik Butik Raffa dan *selebgram* di Desa Ceringin Asri Kecamatan Way Ratai.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif. Yang dimaksud dengan metode deskriptif dalam penelitian ini yaitu bahwa peneliti mendeskripsikan suatu objek, fenomena, atau *setting* sosial yang akan ditulis dalam karangan naratif. Makna yang tertulis adalah data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar berisi kutipan data (fakta) yang diungkap di lapangan untuk mendukung apa yang disajikan. analisis, yaitu bertujuan untuk menyajikan gambaran yang sedang berlaku saat ini mengenai realita sifat-sifat serta hubungan anatar fenomena-fenomena yang sedang diteliti. Dalam hal ini penulis menggambarkan secara utuh praktik review barang menggunakan jasa endorsement pada Butik Raffa.

¹² Muslim, *Metode Penelitian Hukum Islam* (Lampung: lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat UIN Raden Intan Lampung, 2022).

¹³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017).

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.¹⁴Data yang diperoleh merupakan data hasil penelitian lapangan yaitu hasil wawancara langsung antara peneliti dengan pihak narasumber. Yakni para pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder diperoleh dari beberapa literatur seperti dokumen, jurnal, buku-buku yang kajiannya mengandung pembahasan berkaitan dengan judul penulis.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi (pengamatan) adalah metode pengumpulan data yang dimaksudkan untuk melakukan pengamatan dari berbagai fenomena, situasi, kondisi yang terjadi. Jika sumber data berupa orang, maka observasi yang dibutuhkan untuk dapat memahami proses terjadinya wawancara: perilaku objek dalam wawancara, interaksi subjek kepada penelitian dan hal-hal yang dianggap relevan sehingga dapat memberikan data tambahan terhadap hasil wawancara¹⁵.

b. Wawancara (*Interview*)

Merupakan proses mendapatkan informasi dengan cara tanya jawab langsung dengan responden dan mendengar langsung masalah yang sedang diteiliti. Maka untuk mendapat informasi terkait penelitian ini, penulis melakukan tanya jawab dengan *selebgram* yang terlibat dalam jasa review barang dapat memberikan wawasan langsung tentang praktik,

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003).

¹⁵ Domunikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta, 2019).

motivasi, dan pandangan mereka terkait dengan endorsement di media sosial.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data atau informasi yang berupa benda- benda tertulis, seperti buku, dokumen peraturan-peraturan dan catatan harian lainnya. Metode ini digunakan untuk memperoleh data berupa arsip-arsip dokumentasi yaitu gambar, tulisan dan lain- lain. Yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam judul skripsi ini adalah semua pihak yang terlibat dalam jasa review barang melalui *endorsement*. Karena penelitian ini menggunakan metode lapangan, maka yang dijadikan populasi adalah berjumlah 4 orang yang terdiri atas 1 pemilik toko Butik Raffa, 2 orang *selebgram* dan 1 karyawan.

b. Sampel

Sampel adalah representasi populasi yang diteliti, jadi sampel itu harus bersifat *representative*, artinya harus mewakili populasi¹⁶. Sampel yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah semua populasi yaitu terdiri dari 1 pemilik toko Butik Raffa, 2 orang *selebgram* dan 1 karyawan Butik Raffa. Karena sampel ini diambil dari semua populasi maka penelitian ini dinamakan dengan penelitian populasi.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian adalah:

a. *Editing*

Editing adalah suatu proses memeriksa dan memperbaiki kesalahan yang terdapat dalam penelitian agar data yang diperoleh jelas dan relevansi dengan

¹⁶ Antomi Siregar Yuberti, *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan Matematika Dan Sains* (Bandar Lampung, 2020).

penelitian. Teknik ini digunakan penulis untuk memeriksa kelengkapan data-data yang sudah terkumpul sebagai sumber studi dokumentasi.

b. *Organizing*

Organizing adalah menyusun kembali data dalam penelitian yang diperlukan dan dokumen pendukung yang sudah disiapkan dalam rumusan permasalahan penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari data secara deduktif dan untuk meningkatkan pemahaman penelitian tentang kasus yang diteliti dan menyajikan sebagai tujuan bagi orang lain.¹⁷ Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis ini dilakukan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena tentang jasa review barang dalam endorsement menurut perspektif Fikih muamalah.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan disusun secara sistematis agar pembaca mudah memahami karya ilmiah ini, oleh karena itu perlu ditunjukkan sistematika dalam memahami karya ilmiah ini. Sistematika penulisan dibagi dalam bab per bab yaitu :

Bab I adalah pendahuluan yang berisi penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub fokus, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II adalah landasan teori, bab ini berisi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan dalam melakukan penelitian, berisi tentang *Ijarah* (Upah), Akad dan *Endorsement*

Bab III dalam skripsi ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian yaitu Profil Butik Raffa, Produk Apa Saja Yang Dijual Pada Butik Raffa dan Praktik *Endorsement* pada Butik Raffa

¹⁷ Lexi J Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revi (Bandung: Rosdakarya, 2018).

Bab IV ini merupakan inti pembahasan dalam penelitian ini yang terdiri dari bagaimana praktik jasa review barang dalam endorsement di media sosial pada Butik Raffa dan bagaimana praktik jasa review barang dalam endorsement di media sosial perspektif fikih muamalah pada Butik Raffa.

Bab V yang berisi tentang penutup yang berisi kesimpulan dan rekomendasi. Bab ini akan menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang merupakan jawaban singkat atas rumusan masalah yang telah diterapkan dan berisi tentang anjuran yang diberikan penulis untuk penelitian ini.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab terdahulu mengenai permasalahan pada penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Praktik sewa jasa *endorsement* pada *online shop* Butik Raffa merupakan strategi pemasaran dalam memasarkan produk di media sosial dengan bantuan *celebrity endorser*. Praktek jasa review barang dalam *endorsement* melibatkan proses promosi dan pemasaran suatu produk atau jasa melalui review yang diberikan oleh pihak endorser. Praktek ini memerlukan kejujuran dalam mereview barang endorse dan memperhatikan syarat-syarat yang berlaku dalam jual-beli. Pihak Butik Raffa menghubungi *selebgram* yang akan mengendros produknya untuk dipromosikan. Selanjutnya *selebgram* mengunggah produknya pada akun media sosialnya setelah itu pihak Butik Raffa membayar fee yang telah ditentukan *selebgram* tersebut. Setelah menggunakan jasa tersebut ternyata pihak Butik Raffa tidak mendapatkan keuntungan.
2. Adapun praktik *sewa jasa endorsement* dalam fikih muamalah termasuk dalam akad *ijarah*. Akad *ijarah* termasuk bentuk *muamalah*, dan *muamalah* hukumnya di perbolehkan jika sesuai dengan rukun dan syarat yang sudah ditetapkan, dan dalam akad sewa jasa atau upah-mengupah harus tidak ada pihak yang dirugikan. Setelah meneliti lebih jauh terhadap penelitian ini penulis menyimpulkan penelitian ini sah menurut fikih muamalah, karena sudah sesuai dengan kesepakatan di awal dan juga sudah sesuai syarat akad *ijarah*.

B. Rekomendasi

1. Peneliti menghimbau untuk para pelaku usaha berlaku bijak dalam strategi *endorsement* untuk memperkenalkan produknya. Teruntuk penerima jasa *endorsement* yaitu para *selebgram* diharapkan dapat mempertimbangan berbagai

produk barang atau jasa yang mereka endorskan dengan baik sehingga tidak merugikan bagi konsumen selaku para pengikut atau follower mereka, serta melakukan transaksi yang sesuai dengan syariat Islam. Peneliti himbau supaya melakukan transaksi muamalah sesuai dengan yang dianjurkan syariat hukum islam dan di ridhoi oleh Allah SWT.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Ghazaly. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Abdullah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim bin al-Mughirah alJa'fai. *Shahih Bukhori, Juz VIII, Maktabah Syamilah Isdaar*, . Beirut, 2004.
- Adityasari, Novy. "Endorsment Sebagai Trend Media Pemasaran Dalam Prespektif Islam." *Skripsi Universitas Airlangga Surabaya* 1, no. 2 (2015): 33.
- Ahmad Azhar Basyir. *Asas-Asas Hukum Muamalat*. Yogyakarta: UII Pres, 1982.
- Ahmad Wardi Muslich. *Fiqh Muamalat*. jakarta: amzah, 2015.
- Al-Hafid Ibnu Hajar. *Terjemah Bulughul Maram (Ibnu Hajar Al-Asqalani)*. Jakarta: Pustaka Amani, 1995.
- Amir Syarifuddin. *Garis-Garis Besar Fiqih*. Jakarta: Prenda Media, 2003.
- Antomi Siregar Yuberti. *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan Matematika Dan Sains*. Bandar Lampung, 2020.
- Arifin, Mahmudi Bin Syamsul. "Endorsement Dalam Perspektif Islam." *Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, 2018, 1–83.
- Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet, 2013.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Semarang: PT Karya Toha Putra, 2002.
- . *Al-Qur'an Terjemahannya*. Surabaya: Halim Publishing, 2014.
- Desminar. "Akad Wadiah Dalam Perspektif Fiqih Muamalah." *Menara Ilmu XIII*, no. 3 (2019): 25–35.
- Dimyauddin Djuwaini. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- . *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Kencana, 2010.
- Domunikus Dolet Unaradjan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta, 2019.

- Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan. *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Brand Image Pada Konsumen Remaja Di Bandar Lampung Dan Implikasinya Terhadap Harga*, 2018. <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/7707>.
- Emie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saeullah. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Farah Mumtaz Selian. “Perjanjian Buku Dalam Endorsment Di Media Sosial Instagram.” *Skripsi Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2018.
- Faturrahman Djamil. *Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Fitria, Ufi. “Jasa Review Barang Dalam Endorsement Di Sosial Media Perspektif Fiqh Muamalah.” Wawancara, n.d.
- Frans M. Royan. *Marketing Selebriti: Selebriti Dalam Iklan Dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri*. Jakarta: Alex Media Komputindo, 2004.
- Freddy Rangkuti. *Swot Balanced Scorecard*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Ghofur, Ruslan Abd. “Akibat Hukum Dan Terminasi Akad Dalam Fiqh Muamalah.” *Jurnal Asas* 2, no. 2 (2010): 1–14.
- Gumbira Said, Madev. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Khairul Bayaa, 2002.
- handayani, lia. *Jasa Review Barang Dalam Endorsement Di Sosial Media Perspektif Fiqh Muamalah*. Wawancara, n.d.
- Hasby Ash-Shiddieqy. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Jakarta: Bulan Bintang, 1997.
- Hauriyah, Ida Khoridah, Nabilah Febriana, and Ambar Sulistyani. “Praktek Perubahan Akad Musyarakah Di BSI KC Bandar Jaya Perspektif Hukum Islam.” *Asas* 15, no. 01 (2023): 92–105. <https://doi.org/10.24042/asas.v15i01.15799>.
- Hayati, Mardhiyah. “Pembiayaan Ijarah Multijasa Sebagai Alternatif Sumber Pembiayaan Pendidikan.” *Hukum Dan Pembangunan* 6, no. 44 (2017): 78.
- Imam Mustofa. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Lampung: STAIN Jurai Siwo Metro, 2014.
- Khoir, Fatihul. “Konsep Endorsement Dalam Perspektif Islam.” *Ulil*

Albab 2, no. 7 (2023): 3026–27.

- Kurniati, Herlina, Marnita Marnita, and Aida Apriliany. “Upah Jasa Sterilisasi Pada Kucing Dalam Rangka Menekan Jumlah Populasi Kucing Prespektif Hukum Islam (Studi Pada Klinik Hewan GRANDIA Pet Care Kota Bandar Lampung).” *Asas Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 12, no. 1 (2020): 261–62.
- Lexy J. Moleong. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Lisma Fitri. “Huku m Endorsement Produk Yng Dilarang Secara Syari Pada Instagram Menurut Faatwa MUI No 24 Tahun 2017 (Studi Kasus Di Desa Marindal Kabupaten Deli Serdang).” *Skripsi Medan:UIN Sumatera Utara*, no. 2 (2019): 1–13.
- M. Ali Hasan. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- . *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004.
- M Suyanto. *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: kencana pranada media gorup, 2013.
- Minuguna Astuti, Nurhafifah. *Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Moeleong, Lexi J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revi. Bandung: Rosdakarya, 2018.
- Moh. Rifa’i. *Fiqh Islam Lengkap*. Semarang: Karya Toha Putra, 2010.
- Muhammad bin Yazid Abu Abdullah al-Qazwiniy. *Sunan Ibnu Majah Jilid II*. Beirut: Dar al- Fikr, 2004.
- Muhammad Yusi Kamhar, and Erma Lestari. “Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia DI Perguruan Tinggi.” *Inteligensi : Jurnal Ilmu Pendidikan* 1, no. 2 (2019): 1–7. <https://doi.org/10.33366/ilg.v1i2.1356>.
- Muslim. *Metode Penelitian Hukum Islam*. Lampung: lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat UIN Raden Intan Lampung, 2022.

- Patonah. *“Jasa Review Barang Dalam Endorsement Di Sosial Media Perspektif Fikih Muamalah.”* Wawancara, n.d.
- . *“Jasa Review Barang Dalam Endorsement Di Sosial Media Perspektif Fiqh Muamalah.”* Wawancara, n.d.
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Indeks, 2009.
- Rachmat Syafe’i. *Fiqih Muamalah.* Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Rama Kertamukti. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan.* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.
- Samrotul Fuadah. *“Jasa Review Barang Dalam Endorsement Perspektif Fikih Muamalah.”* Wawancara, n.d.
- Sandra Moriatty, Nancy Mitchell dan William Well. *Advertising.* Jakarta: Kencana, 2011.
- Shofia Nurul Husna. *“ENDORSEMENT SKINCARE DI BANDA ACEH (Kajian Terhadap Keberadaan Unsur Gharar).” Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2021.*
- Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Grafindo Persada, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D.* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Surudin. *Aturan Dalam Melakukan Review Produk.* Din Law Group, 2021.
- Tim Redaksi KBBI PB. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Edisi Keen. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008.
- Ujang Sumarwan. *“Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran.”* bogor: Ghalia Indonesia, 2011.