

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dan analisis yang telah penulis uraikan pada bab IV serta pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis memberikan kesimpulan pada praktik *Endorsment* Produk *Slimming Beauty* Perspektif Hukum Ekonomi Syariah sebagai berikut:

1. Praktik sewa jasa *endorsment* pada produk *slimming beauty* ini bermula dari pihak *reseller* produk *slimming beauty* yang ingin *branding* sosial medianya dan juga ingin meningkatkan omset dari penjualan produknya dengan cara menyewa jasa *selebgram* dengan ketentuan skrip yang sudah ia sediakan yang mengandung kebohongan yang disepakati *reseller* dengan *selebgram*. *Selebgram* pun mau dengan tawaran *reseller* tetapi dengan upah yang ia patokkan yaitu 75.000 untuk posting video instagram story.
2. Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah praktik sewa jasa *endorsment* produk *slimming beauty* ini terdapat kerusakan pada syaratnya serta dalam kaidah fiqih melarang menyewa untuk suatu kemaksiatan namun dalam praktiknya sewa jasa ini disepakati untuk melakukan pembodohan publik maka hal ini juga dilarang oleh Islam, sedangkan dalam syarat akad *ijārah* harus terdapat manfaat yang diperbolehkan oleh syariat Islam namun dalam praktiknya sewa jasa *endorsment* produk *slimming beauty* ini tidak memenuhi syarat tersebut.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari uraian di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran:

1. Bagi *Reseller*

Seharusnya pihak *reseller* mengetahui bagaimana bertransaksi yang sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah dan juga harus memahami tata cara berniaga dengan baik dan tanpa merugikan orang lain, ketika ingin berjualan dengan omset yang banyak juga harus meningkatkan kualitas produk yang dijual dan dengan cara yang jujur agar tidak menimbulkan kedzaliman pada siapapun.

2. Bagi *Selebgram*

Selebgram seharusnya mengetahui tata cara promosi yang baik dan benar dengan kata-kata yang tidak mengandung pembodohan *publik* serta sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah dan juga harus selektif dalam menerima *customer* serta harus memahami kode etik selebgram agar bisa menjadi selebgram yang berkualitas dan hasil uang yang diterima bisa halal untuk dipergunaka.

3. Bagi Konsumen

Sudah seharusnya konsumen jeli dan lebih selektif dalam periklanan yang ada pada sosial media agar tidak terjadi kekecewaan setelah membeli barang/produk yang ingin digunakan.