

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Obyek Penelitian

#### 1. Profil @zeevascarf

@zeevascarf merupakan akun tiktok yang menjual hijab online di kudas. Sejak tahun 2021 toko online zeevascarf sudah mulai beroperasi hingga saat ini, dengan didirikan satu orang pendiri yaitu winda astutik. Toko online zeevascarf terletak di Jl. Hm. Mashuri No. 29 Ngetuk RT/08 RW/01 Ngembalrejo kecamatan Bae Kabupaten Kudus. Awal mula winda astutik mendirikan online store ini karena ia yang sangat gemar mengoleksi berbagai macam model hijab. Kemudian dari kebiasaan tersebut ia termotivasi untuk mendirikan online store hijab. Online store @zeevascarf memiliki slogan “your satisfaction is our priority” maksud dari slogan ialah supaya orang-orang yang membeli produk @zeevascarf ini merasa puas dengan kualitas barang, bisa tampil modis dan tidak ketinggalan zaman untuk tetap mengikuti tren. Produk yang dipasarkan online store ini berupa konsep daily wear atau produk yang bisa digunakan sehari-hari. Produk-produk yang disediakan seperti hijab, ciput, dan mukena. Dalam pemasarannya akun tiktok @zeevascarf menjual beberapa produk dalam satu model hijab.<sup>1</sup>

Ia mengatakan sejak kecil sudah diperkenalkan dengan dunia bisnis karena orang tuanya yang bekerja sebagai wirausahawan. Faktor tersebut membawa pengaruh besar untuk mencoba merintis bisnisnya sendiri. Walaupun belum terlalu lama merintis bisnis online store zeevascarf, ia mengaku sudah mendapat banyak trouble dalam bisnisnya seperti yang berkaitan dengan customer seperti customer yang tiba-tiba return barang padahal dalam pemesanan tidak terdapat kekurangan. Nama zeevascarf sendiri diambil dari nama dua keponakannya digabungkan (zea dan zeeva),

---

<sup>1</sup> Winda Astutik (Owner @zeevascarf), wawancara oleh peneliti, 11 Februari 2024, wawancara 1, transkrip.

sedangkan scarf berasal dari bahasa Inggris yang artinya syal, hijab atau selendang. Ia cukup serius di Bisnis *Online store* zeevascarf ini, terbukti ketika ditanya akan memasarkan barang kejangkauan yang lebih luas, dia mengaku sedang belajar dalam mengelola bisnis ini agar menjadi bisnis yang berkembang, dan di tahun 2022 ia telah menjual produk hijab fashion sebanyak ratusan pcs. Awalnya bisnis ini hanya menjual beberapa produk saja seperti hijab daily, kemudian karena peminat online store zeevascarf semakin banyak owner mengembangkan banyak model hijab yang ia jual seperti hijab pashmina, hijab voal dan hijab instan.<sup>2</sup>

Dalam perkembangannya sebelum dan sesudah berpromosi menggunakan jasa endorsement online store @zeevascarf sangat berbeda, sebelum menggunakan jasa endorsement online store @zeevascarf masih sepi pembeli dan banyak yang belum tahu online store ini, tetapi setelah menggunakan jasa endorsement online store @zeevascarf sangat ramai, banyak yang sudah mengenal dan mengikuti online store @zeevascarf. Pada tahun pertama menggunakan jasa endorsement yaitu 2023 penjualan mencapai puluhan pcs dalam seminggu, kemudian pada tahun kedua yaitu 2024 penjualan sudah mencapai ratusan pcs dalam seminggu. Pesatnya penjualan ini juga tidak hanya dikarenakan oleh produk yang kualitasnya baik tetapi juga dipengaruhi oleh pemasaran menggunakan jasa endorsement. Dalam pemilihan selebriti endorse untuk mempromosikan produk hijab owner online store @zeevascarf sangat berhati-hati, owner memilih selebriti endorse yang memang benar-benar faham dalam permasalahan hijab seperti kain, kerapuhan jahitan dan lain sebagainya.<sup>3</sup>

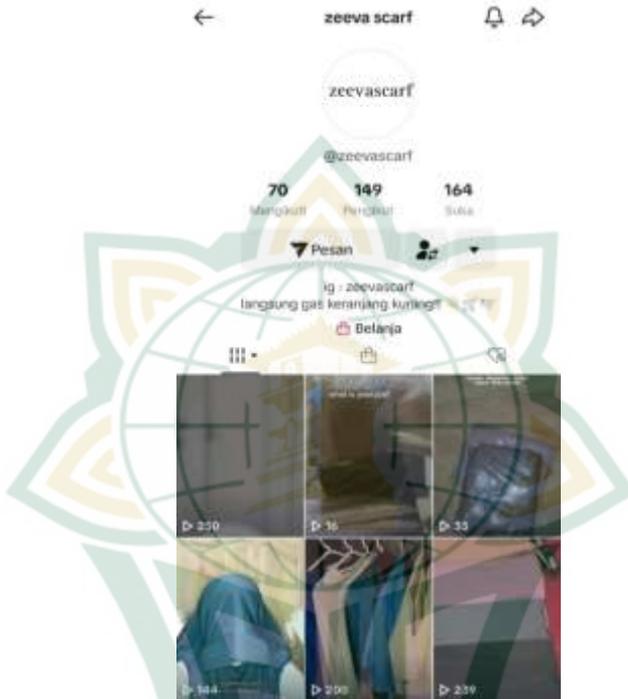
Profil tiktok akun @zeevascarf sendiri sudah ada sejak awal berdirinya yaitu pada maret 2021.

---

<sup>2</sup> Winda Astutik (Owner @zeevascarf), wawancara oleh peneliti, 11 Februari 2024, wawancara 1, transkrip.

<sup>3</sup> Winda Astutik (Owner @zeevascarf), wawancara oleh peneliti, 19 Mei 2024, wawancara 1, transkrip.

**Gambar 4.1**  
**Profil Tiktok @zeevascarf**

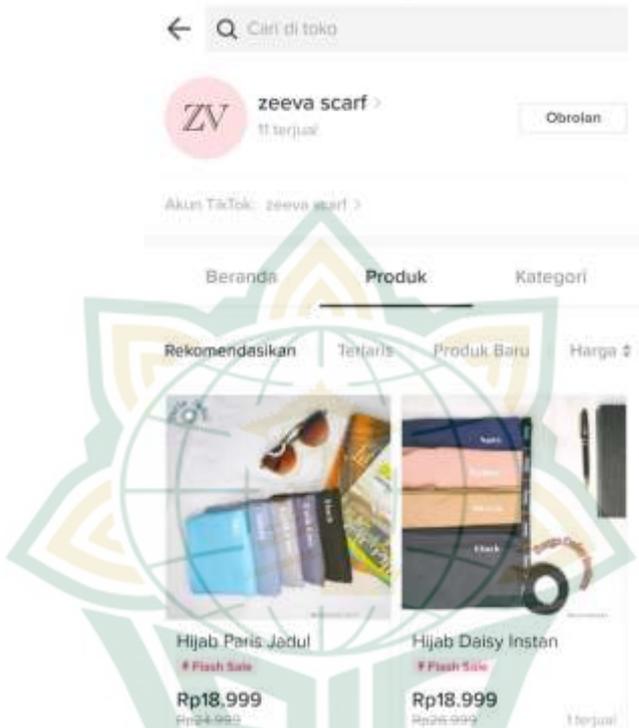


Sumber : screenshot tiktok @zeevascarf<sup>4</sup>

Dalam akun tiktok zeevascarf terdapat postingan atau unggahan video promosi barang yang dijual. Yang mana dalam setiap postingan dicantumkan ikon keranjang kuning, supaya pembeli bisa lebih mudah untuk berbelanja diakun tiktok zeevascarf.

<sup>4</sup> Screenshot dari aplikasi Tiktok, <https://tiktok.com/zeevascarf>

**Gambar 4.2**  
**Ikon tiktokshop @zeevascarf**

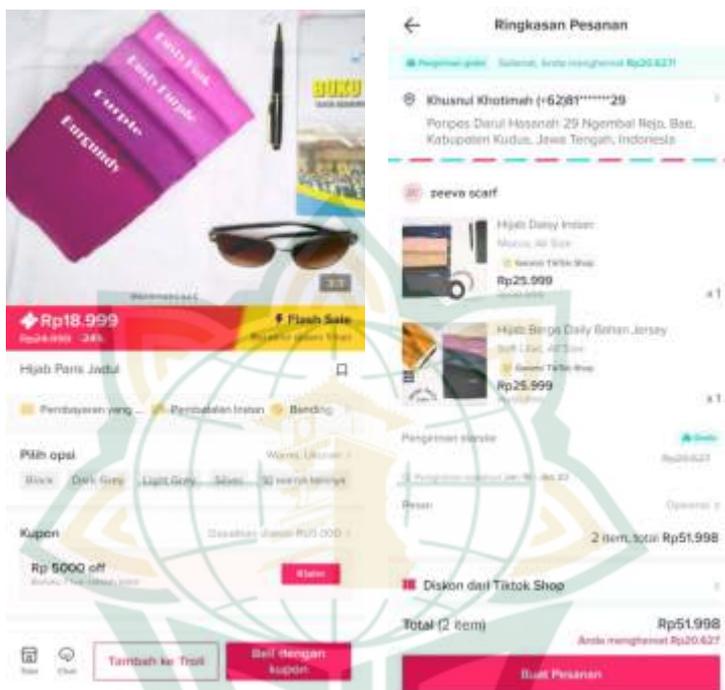


**Sumber : Screenshot Tiktok @zeevascarf<sup>5</sup>**

Adapun mekanisme yang digunakan online store @zeevascarf untuk melakukan pemasaran yaitu melalui ikon keranjang kuning yang sudah tersedia diplatform tiktok. Dengan mengunjungi profil tiktok @zeevascarf lalu mengeklik ikon keranjang kuning maka akan muncul berbagai produk yang dipasarkan.

<sup>5</sup> Screenshot dari aplikasi Tiktok, <https://tiktok.com/zeevascarf>

**Gambar 4.3**  
**Ikon Tiktok @zeevascarf**



**Sumber : Screenshot Tiktok @zeevascarf<sup>6</sup>**

Kemudian, jika akan membeli produk zeevascarf tinggal mengeklik ikon keranjang kuning lalu pilih produk mana yang akan dibeli, selanjutnya produk akan muncul lengkap dengan foto gambar produk, harga produk, deskripsi produk dan lain lain. Kemudian tinggal dipilih ikon *beli sekarang* maka secara otomatis akan diarahkan pada slide pemesanan dan metode pembayaran. Pilih metode pembayaran, Terakhir tinggal klik *buat pesanan* kemudian pesanan siap untuk diproses penjual.

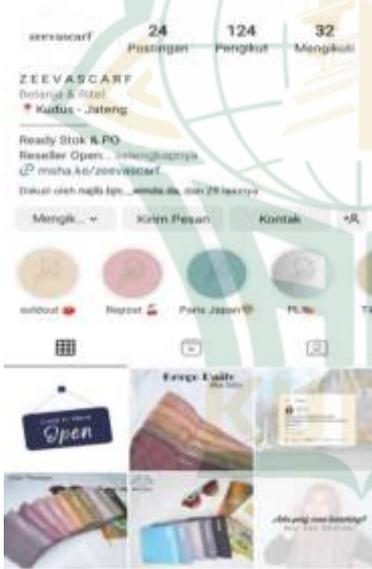
Toko zeevascarf hanya ada secara online, karena menurut owner berjualan secara online lebih praktis dan lebih menghemat waktu, biaya dan juga tenaga, cukup

<sup>6</sup> Screenshot dari aplikasi Tiktok, <https://tiktok.com/zeevascarf>

dengan membuat akun toko online dimedia sosial ataupun pada marketplace kemudian barang sudah siap diperjual belikan. Semua mekanisme penjualan melalui online, mulai dari pemasaran atau promosi, proses pembayaran sampai pengiriman barang.

Zaman sekarang ini sudah banyak jasa pengiriman yang tersedia, jadi penjual lebih mudah dalam mengirimkan barang orderan. Profil toko online di akun tiktok @zeevascarf tergolong masih sepi pembeli, pada gambar 2.1 tertera hanya ada 11 barang terjual. Tetapi owner online store zeevascarf tidak pantang menyerah ia terus berusaha agar tokonya semakin ramai dan banyak peminat.<sup>7</sup>

**Gambar 4.4**  
**Akun Instagram Zeevascarf**



**Gambar 4.5**  
**Akun Shopee Zeevascarf**



**Sumber : Screenshot Akun instagram<sup>8</sup> dan shopee @zeevascarf<sup>9</sup>**

<sup>7</sup> Winda Astutik (Owner @zeevascarf), wawancara oleh peneliti, 11 Februari 2024, wawancara 1, transkrip.

<sup>8</sup> Screenshot dari aplikasi Instagram, <https://instagram.com/zeevascarf>

<sup>9</sup> Screenshot dari aplikasi Shopee, <https://shopee.com/zeevascarf>

Toko online zeevascarf tidak hanya dipromosikan melalui tiktok saja, namun juga melalui media sosial whatsapp, instagram dan shopee. akun instagram @zeevascarf dibuat sejak November 2022 yang mana setiap ada produk baru pasti katalog diupload difeed instagram. Sedangkan, akun shopee @zeevascarf dibuat sejak februari 2023. Jumlah followers di akun @zeevascarf belum begitu banyak karena bisnis hijab ini tergolong masih pemula.

Selanjutnya jika ingin memesan melewati platform selain yang ada dalam marketplace tiktok, maka menggunakan by request (sesuai permintaan pelanggan). Kemudian apabila kita ingin membeli melalui platform shopee maka terlebih dahulu meminta kepada penjual dengan memberikan pesan di tiktok lalu meminta dibuatkan link shopee untuk barang yang sudah dipilih dan melakukan pemesanan dan pembayaran melewati platform tersebut. Dengan mengisi format pemesanan yaitu, nama, alamat, dan nomor telepon kemudian memilih ekspedisi serta metode pembayaran. Jika sudah benar terisi semua maka produk dapat di check out, kemudian tinggal menunggu barang sampai di alamat tujuan. Sejauh ini pengiriman pesanan online store zeevascarf paling jauh sampai kota pasuruan, salatiga, dan semarang.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Winda Astutik (Owner @zeevascarf), wawancara oleh peneliti, 11 Februari 2024, wawancara 1, transkrip.

**Gambar 4.6**  
**Akun Whatsapp Zeevascarf**



**Gambar 4.7**  
**Resi Pengiriman Zeevascarf**



**Sumber : Screenshot Akun Whatsapp<sup>11</sup> dan tiktok shop @zeevascarf<sup>12</sup>**

Dari keempat platform cara untuk pemesanan produk @zeevascarf hampir sama yaitu cukup dengan memilih produk, menuliskan format pemesanan seperti nama, alamat, nomor hp, ekspedisi dan metode pembayaran. Kemudian mengirimkan format sesuai platform yang dipilih maupun dari link by request yang diberikan penjual.

Online store @zeevascarf dalam teknik marketingnya hampir menggunakan semua platform untuk mempromosikan produknya dan menjual barang yang sekarang banyak diminati masyarakat atau tren fashion kekinian. Manfaat yang didapatkan akun @zeevascarf dari penggunaan hampir setiap platform adalah produk yang dijual tersebar hampir ke penjuru Indonesia. Adapun pembeli yang pernah membeli produk dari @zeevascarf mulai dari Jawa Tengah khususnya Kudus dan sekitarnya,

<sup>11</sup> Screenshot dari aplikasi Whatsapp, <https://whatsapp.com/zeevascarf>

<sup>12</sup> Screenshot dari aplikasi Tiktok, <https://tiktok.com/zeevascarf>

Jawa Timur, Jawa Barat bahkan ada yang dari luar pulau Jawa, seperti Kalimantan, Sumatera dan Medan. Dengan begitu akhirnya banyak yang mengikuti akun sosial media @zeevascarf untuk melihat barang-barang yang akan diunggah. Selanjutnya juga akun @zeevascarf mendapatkan kepercayaan pembeli dan berhasil mendapatkan pesanan dari berbagai masyarakat Indonesia.

## **B. Deskripsi Data Penelitian**

Sudah dijelaskan dalam fiqih muamalah bahwa dalam melakukan transaksi jual beli terdapat beberapa rukun dan syarat sah yang harus terpenuhi salah satunya yaitu jual beli yang terhindar dari unsur adanya cacat pada barang seperti tidak diketahui sifat barang yang diperjualbelikan, baik dari segi jenis, kualitas maupun kuantitasnya. Meskipun jual beli dilakukan secara online tetap harus memenuhi syarat dan rukun yang telah ditentukan, jika ada salah satu syarat yang tidak terpenuhi atau termasuk pada jual beli yang terlarang seperti adanya unsur paksaan, penipuan, kerugian maka jual beli tersebut fasad atau tidak sah.

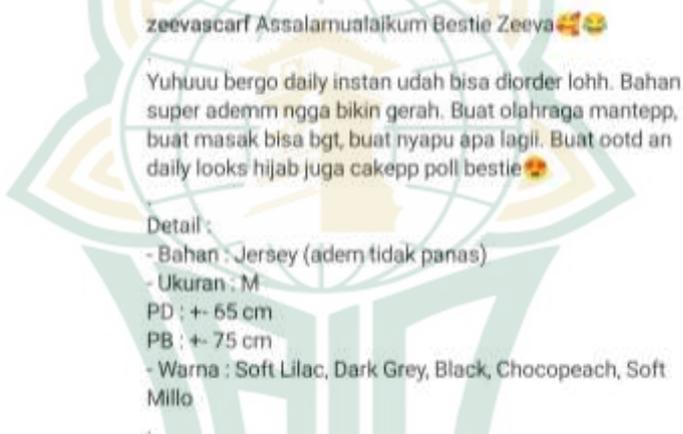
### **1. Mekanisme Praktik Pemasaran Produk Hijab Zeevascarf Pada Jasa Endorsement**

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan pemilik online store zeevascarf, yaitu toko online yang menjual berbagai jenis hijab. Mekanisme praktik pemasaran produk dengan menggunakan jasa endorsement dilaksanakan melalui akun tiktok dan melalui tahapan sebagai berikut :

- a. Owner zeevascarf mencari endorser yang menurutnya memenuhi kriteria model hijab zeevascarf
- b. Owner menghubungi endorser terkait kesediaan endorser
- c. Owner menjelaskan kepada endorser mengenai tata cara dan beberapa tahapan pelaksanaan endorse barang miliknya
- d. Kemudian setelah endorser menyetujui syarat dan beberapa ketentuan endorse, owner mengirimkan barang endorse kepada endorser
- e. Endorser melaksanakan endorse barang hijab zeevascarf yang diupload di akun tiktoknya
- f. Yang terakhir upah diberikan kepada endorser

Dalam praktik pemasaran barang yang diunggah oleh endorser di akun tiktoknya menunjukkan detail dan kualitas barang seperti bahan hijab bagus tidak kasar, halus serta mudah dibentuk untuk daily hangout ataupun daily work, kemudian detailnya seperti ukuran hijab 110x110 cm ukuran standart dan selebrity endorse yang dipilih juga faham dalam permasalahan hijab mulai dari bahan, kerapihan jahitan dan semisal ada cacat pada barang endorser menunjukkan bagian-bagian yang terdapat cacat.<sup>13</sup>

**Gambar 4.8**  
**Keterangan detail produk @zeevascarf**



**Sumber : Screenshot Akun tiktok @zeevascarf<sup>14</sup>**

Selain itu keterangan produk yang telah diunggah juga sangat detail mengenai keadaan produk dan deskripsi produk. Di dalamnya juga terdapat keterangan tentang metode pembayaran yang bisa dilakukan melalui beberapa platform pembayaran dan terdapat catatan yang berisi “Teliti barang sedetail mungkin sebelum membeli, karena tidak menerima

<sup>13</sup> Winda Astutik (Owner @zeevascarf), wawancara oleh peneliti, 19 Mei 2024, wawancara I, transkrip.

<sup>14</sup> Screenshot dari aplikasi Tiktok, <https://tiktok.com/zeevascarf>

refund” agar para pembeli lebih teliti dalam memilih produk sebelum terjadi transaksi.

**Gambar 4.9**  
**Akun tiktok endorser**



**Sumber : Screenshot akun tiktok @hnikpaka2<sup>15</sup>**

Kemudian mekanisme praktik endorser dalam mempromosikan hijab zeevascarf yaitu :

- a. Endorser menerima penawaran dari owner toko zeevascarf
- b. Setelah Endorser menyetujui syarat dan tata cara endorsement, kemudian endorser menerima barang yang akan dipromosikan
- c. Kemudian, endorser mempromosikan hijab zeevascarf melalui akun tiktoknya, endorser mengupload video promosi dengan menjelaskan detail barang yang dipromosikan.
- d. Setelah endorser mempromosikan barang, yang terakhir owner memberikan jasa kepada endorser.<sup>16</sup>

Di bawah ini merupakan salah satu praktek jual beli yang dilakukan dengan pembeli yang pernah

<sup>15</sup> Screenshot dari aplikasi Tiktok, <https://tiktok.com/zeevascarf>

<sup>16</sup> Haniifa Misbahul Khoirunimah (celebrity endorse), wawancara oleh peneliti, 21 Februari 2024, wawancara 4, transkrip.

membeli produk pada akun @zeevascarf. yang pertama kali dilakukan adalah bertanya bagaimana tata cara order dan menanyakan ketersediaan barangnya.

**Gambar 4.10**  
**DM tiktok pembeli dan endorser**

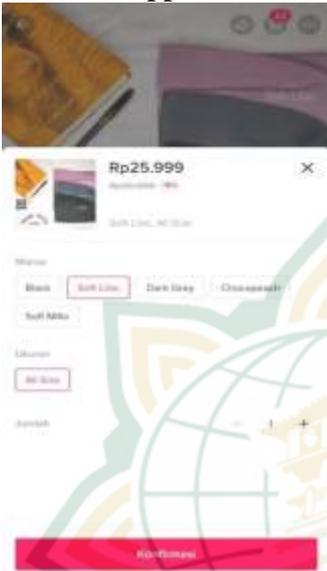


**Sumber : Screenshot akun tiktok @hnipakaa2<sup>17</sup>**

Selanjutnya setelah mengunjungi profil akun tiktok @zeevascarf atas ketersediaan barangnya, maka penjual mengajukan pemesanan tinggal memilih produk mana yang akan dibeli, pilih jumlah yang akan dibeli, kemudian akan diarahkan pada slide pembayaran dan jenis pembayaran sesuai keinginan pembeli. Setelah pembeli mengajukan pemesanan, selanjutnya penjual akan segera mengemas barang yang sudah dipesan oleh pembeli melalui aplikasi tiktok. Kemudian, dilakukannya pencetakan nomor resi sesuai dengan resi yang disediakan oleh aplikasi tiktok. maka, pada tahap ini pembeli dan penjual sudah melakukan kontrak online sesuai dengan keterangan penjual mengenai deskripsi barang dan jika terdapat cacat maka penjual menerima refund (pengembalian dana).

<sup>17</sup> Screenshot dari aplikasi Tiktok, <https://tiktok.com/zeevascarf>

**Gambar 4.11**  
**Akun Whatsapp Zeevascarf**



**Gambar 4.12**  
**Resi Pengiriman Zeevascarf**



**Sumber : Screenshot akun tiktok pembeli dan penjual @zeevascarf<sup>18</sup>**

Pemilik akun @zeevascarf memberikan penjelasan tentang kendala-kendala yang dialami dan kelebihan dalam melaksanakan pemasaran dengan jasa endorsement. Banyak kendala yang dialami selama melakukan jual beli dengan pemasaran menggunakan jasa endorsement, tapi belum sampai yang fatal. Sampai saat ini, kendala-kendala yang dialami seperti kurang telitinya endorser saat mempromosikan barang yang mana terdapat cacat dan harus menurunkan harga barang agar terjual. Kemudian, pembeli yang melakukan penawaran harga sangat rendah hingga pada akhirnya tidak jadi membeli. Selain mengalami berbagai kendala, banyak juga kelebihan melakukan jual beli melalui platform tiktok untuk sejauh ini yang dirasakan oleh akun @zeevascarf adalah diberikan kemudahan dalam memasarkan produknya dimana hanya memposting foto

<sup>18</sup> Screenshot dari aplikasi Tiktok, <https://tiktok.com/ zeevascarf>

atau video pada platform yang sudah disediakan tiktok dan semua akan bisa melihat produk yang dijual. Jangkauan dalam pemasaran melalui tiktok juga luas, dan mekanisme dalam penjualannya mudah, praktis serta efisien waktu.<sup>19</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti memilih beberapa pembeli dari akun tiktok @zeevascarf yang terbagi berdasarkan domisili, dari Jepara, Tuban, Tegal, Demak dan Purwodadi. Para pembeli sudah menggunakan media sosial sebagai tempat untuk melakukan transaksi dalam kurun waktu cukup lama, mereka juga sudah beberapa kali melakukan pembelian pada akun @zeevascarf sehingga telah memahami mekanisme pada online store tersebut.

Terdapat pendapat dari beberapa pembeli terhadap akun @zeevascarf. Mereka mulai mengenal akun @zeevascarf, dari informasi teman mereka dan melalui pencarian di tiktok mengenai hijab trend kekinian. Dari sebelas pembeli ini ada yang sudah melakukan transaksi sebanyak berkali-kali dan ada yang baru melakukan transaksi pertama kali pada akun @zeevascarf. Alasan yang berbeda-beda dinyatakan dari ke sebelas pembeli ini terkait ketertarikan membeli produk pada akun @zeevascarf, dari pembeli Jepara seperti ; azzuba, arin, ririn dan olif memiliki alasan karena barang-barang yang dijual sesuai dengan jenis hijab yang mereka suka, tetapi terdapat beberapa kendala dari mereka seperti yang dialami oleh azzuba bahwa hijab yang dikirimkan terdapat bercak kuning di tepi hijab yang tidak ditampilkan pada foto yang diunggah, atau dari Ririn yang merasa pelayanan dari penjual kurang ramah.<sup>20</sup> Sedangkan menurut pembeli dari Tuban seperti fitria, sella, hayati dan icha tertarik membeli produk akun @zeevascarf menurutnya barang yang dijual adalah tren hijab sekarang, barang yang

---

<sup>19</sup> Winda Astutik (Owner @zeevascarf), wawancara oleh peneliti, 11 Februari 2024, wawancara 1, transkrip.

<sup>20</sup> Ririn Isna Maghfiroh (Pembeli), wawancara oleh peneliti, 16 Februari 2024, wawancara 2, transkrip.

diunggah juga diperlihatkan bagian-bagian yang cacat dan deskripsi barangnya jelas, jadi memudahkan mereka mengetahuinya. Pembayarannya sangat mudah dengan melalui platform yang sesuai permintaan pembeli.<sup>21</sup> Sedangkan menurut pembeli dari Demak seperti wulan pengikut pada akun @zeevascarf sudah banyak yang membuat mereka yakin membeli produk pada akun tersebut. Selain itu harganya yang cukup terjangkau dari akun lainnya, hijab yang dijual juga sudah disetrika yang menurut mereka memudahkan pembeli untuk langsung memakainya dan tidak perlu mencuci kembali.<sup>22</sup> Kemudian menurut pembeli dari Tegal seperti saffana bahwa barang yang dikirim sesuai dan pilihan pembayarannya juga banyak, tetapi pada pengiriman barangnya waktunya terlalu lama, dan pelayanannya kurang ramah. Sedangkan menurut pembeli dari Purwodadi seperti uun, menurut dia barangnya rapi dan pilihan pembayarannya banyak jadi mudah bagi mereka membayar dengan platform yang biasa mereka gunakan namun terdapat masalah pada ukuran hijab yang disertakan pada keterangan foto kurang sesuai.

Akun @zeevascarf banyak diikuti dan diminati oleh kalangan anak muda terutama mahasiswa, karena produk yang dijual adalah tren hijab zaman sekarang dan tidak hanya itu gambar yang diunggah juga jelas serta menampilkan bagian-bagian yang cacat pada produk yang disertai deskripsi produk yang detail sehingga meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan pembeli seperti penipuan dan lain sebagainya. Dalam penjualan pada akun @zeevascarf terdapat berbagai macam platform yang digunakan dalam metode pembayaran. Pembeli dapat memilih platform yang disukai dan mengkonfirmasi pada penjual terkait

---

<sup>21</sup> Ana Fitria (Pembeli), wawancara oleh peneliti, 18 Februari 2024, wawancara 3, transkrip.

<sup>22</sup> Wulan Novi Fitriyani (Pembeli), wawancara oleh peneliti, 19 Februari 2024, wawancara 4, transkrip.

pembayaran yang akan dilakukan pada platform tersebut.

Mengenai tingkat kepuasan para pembeli mengenai layanan yang dilakukan oleh akun @zevascarf merasa puas dan juga terdapat pembeli yang kurang puas dengan layanannya karena sesuai dari apa yang ditampilkan di media dan kenyataannya, tidak menyembunyikan bagian bagian cacat produknya yang mana tidak bisa dipungkiri hijab lokal tidak jarang dari sifat cacat dan deskripsi barang yang sangat jelas juga penjual yang ramah serta pengiriman barang yang cepat.

## **2. Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Praktik Pemasaran Produk Hijab Zeevascarf Pada Jasa Endorsement**

Adapun dalam jual beli apabila tidak ada unsur riba dan penipuan maka diperbolehkan dalam islam. Adanya kesepakatan dan kejelasan antara kedua belah pihak dalam akad karena untuk menghindari *gharar*.<sup>23</sup>

Jual beli melalui jasa endorsement apabila memenuhi ketentuan syariat Islam yaitu terpenuhinya rukun dan syarat jual beli, maka jual beli tersebut sah. Rukun jual beli dalam Islam adalah adanya penjual, pembeli, barang yang dijual dan terjadinya akad. Penjual dan pembeli dalam mencari titik temu atau tercapainya kesepakatan dalam suatu transaksi membutuhkan ruang untuk melakukan tawar-menawar. Selain itu, spesifikasi produk dan bentuk produk melalui foto yang diunggah oleh penjual atau pihak ketiga yaitu endorser, harus diketahui oleh pembeli, jika terdapat ketidakpastian mengenai produk maka pembeli dapat melakukan konfirmasi dengan penjual melalui pesan untuk konfirmasi tentang produk tersebut agar tidak terjadi *gharar*. Penjual dan pembeli harus jelas dalam melakukan tawar menawar, misalnya spesifikasi produk tidak sesuai dengan barang yang diterima, maka barang tersebut dapat diajukan untuk dikembalikan. Dalam jual

---

<sup>23</sup> Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. (Yogyakarta: Laskar Press. 2008), h. 190.

beli harus mengandung unsur saling ikhlas dan pasrah dari kesepakatan awal mengenai kejelasan barang dari kedua belah pihak.<sup>24</sup>

Ditinjau dari hukum fikih yang mengatur muamalah, jual beli harus memenuhi syarat dan rukun jual beli yang salah satunya adalah ijab qabul, dimana kedua belah pihak harus berada di tempat yang sama adalah halal dan mubah. Dalam ijab qabul, meskipun tidak hadirnya kedua belah pihak di tempat yang sama, antara penjual dan pembeli harus memiliki kesinambungan untuk saling mengetahui. Oleh karena itu, dalam rangka pertemuan namun menggunakan media secara online diperbolehkan karena satu tempat tidak hanya bertemu secara fisik, tetapi diperbolehkan secara online karena akan tercapai suatu kesepakatan dalam jual beli dengan memiliki satu ruang untuk komunikasi antara penjual dan pembeli yang melakukan transaksi.<sup>25</sup> Dalam praktiknya di akun @zeevascarf terkait ijab dan qabul yaitu penjual menawarkan barang di akun @zeevascarf dan akun endorser, kemudian qabulnya dengan cara pembeli menyetujui dengan melakukan pemesanan untuk melakukan transaksi.

Setiap orang harus mengetahui dan memahami syarat dan rukun jual beli sebelum melakukan transaksi, agar menjadi sah dan bermanfaat transaksi jual beli bagi penjual dan pembeli. Dalam fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang fatwa hukum dan muamalah melalui media sosial menjelaskan bahwa muamalah harus dilakukan dengan tidak melanggar ketentuan agama dan ketentuan perundang-undangan melalui media sosial.<sup>26</sup> Menurut Oni Syahroni anggota DSN MUI, diperbolehkan jual beli online dengan syarat

---

<sup>24</sup> M. Agus Yusrun Nafi' (Tokoh Agama), wawancara oleh peneliti, 24 Februari 2024, wawancara 6, transkrip.

<sup>25</sup> Munir Salim, "Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam," *Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan* 6, no. 2 (December 25, 2017), h. 372.

<sup>26</sup> Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial" (Jakarta, 2017)

barang yang dibeli merupakan barang halal dan spesifikasinya jelas, barang tersebut adalah barang yang dibutuhkan, pembeli berhak melanjutkan atau membatalkan akad jual beli apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan, dan jual beli online sesuai dengan skema jual beli.<sup>27</sup>

Menurut Wahbah Zuhaili, prinsip dasar dalam transaksi muamalah dan syarat-syarat yang terkait dengannya adalah diperbolehkan selama tidak dilarang oleh syari'ah atau bertentangan dengan dalil atau nash qath'i. Oleh karena itu, berdasarkan prinsip mashlahah hukum transaksi dengan cara online atau e-commerce diperbolehkan, karena meningkatnya kebutuhan manusia seiring dengan kemajuan teknologi yang seharusnya dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan taraf hidup melalui usaha jual beli online.<sup>28</sup> Sedangkan jual beli online menurut Syekh Muhammad Bakhit al-Muthi'i dibenarkan karena alasan-alasan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan pendapat banyak ulama terdahulu adalah sah transaksi yang dilakukan melalui online dan jika persetujuan (pernyataan pihak pertama) berlaku setelah surat sampai di tangan pihak kedua.
- b. Dalam fikih Syafi'i menurutnya disyaratkan adanya suatu waktu dimana dua orang yang bertransaksi melakukan transaksi yang nyata dan tidak terputus. Jadi, bagi dua orang untuk bertransaksi di satu tempat bukan suatu keharusan.<sup>29</sup>

Jual beli online menurut fatwa Nahdlatul Ulama, misalnya telepon, surat elektronik (email), media sosial Facebook, Instagram, SMS, atau aplikasi jual beli online, secara hukum diperbolehkan dan akadnya sah.

---

<sup>27</sup> “Konsultasi Syariah Fikih Belanja Online,” *Republika.Co.Id*, October 18, 2008, <http://m.republika.co.id/berita/ekonomi/syariahekonomi/18/10/08/pg8ieo370-konsultasi-syariah-fikih-belanja-online>.

<sup>28</sup> Wahbah Zuhaili, *Fiqh al-Islam qa Adillatuh*, jilid 4, (Beirut: Dar alFikr, 1985), h. 343-348.

<sup>29</sup> Imam Mustofa, *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*, (Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2016), h. 104.

Jual beli dianggap fi hukm ittihad al-majlis (dalam kedudukan satu majelis) karena terpenuhinya rukun dan syarat jual beli, yaitu adanya muta'qidani (kedua belah pihak dalam transaksi, penjual dan pembeli) yang saling mengenal, objeknya diketahui diketahui sehingga tidak ada unsur gharar, dan ada ijab qabul yang berdasarkan kesepakatan (taradhin).<sup>30</sup>

Berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist bahwa sah melakukan transaksi jual beli secara online. Landasan hukum yang terkandung dalam Al-Qur'an antara lain QS. an-Nisa': 29 yaitu "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." (Q.S an-Nisa : 29)<sup>31</sup>

Rukun jual beli dalam Mazhab Syafi'i meliputi tiga hal, yaitu; orang yang mengadakan akad, shigat (ijab qabul) dan barang yang menjadi objek akad. Sebagian ahli fikih mazhab memperbolehkan jual beli tanpa kata shigat jika barang yang dijual tidak mahal dan tidak ada nilainya. Menurut para ulama dari kalangan para sahabat dan tabi'in haram suatu jual beli jika tidak dapat disaksikan dan dilakukan secara langsung karena mengandung unsur penipuan yang membahayakan salah satu pihak. Akan tetapi dalam mazhab asy-Syafi'i diperbolehkan jual beli dengan syarat barang tersebut telah disaksikan sebelumnya atau hanya memperjualbelikan barang yang ciri-cirinya diketahui dan barang tersebut dijamin oleh penjual. Diperbolehkan jual beli sepanjang barang yang diperjualbelikan sesuai dengan ciri-ciri yang ditentukan dan dapat diketahui baik jenis dan sifat barang yang akan dibeli. Dengan kemajuan teknologi informasi, spesifikasi produk dapat dibuat terlebih dahulu, baik

---

<sup>30</sup> Ahkamul Fuqaha, Solusi Problematika Aktual Hukum Islam Keutusan Mukhtar, Munas, Konbes Nahdlatu Ulama 1926-2010 M (Surabaya: Lajnah Ta'lif Wan Nasyr (LTN) Pengurus Besar Nahdlatul Ulama dan Khalista, 2011), h. 890.

<sup>31</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahnya, h. 107.

berupa gambar maupun video. Pembeli boleh membuat khiyar, jika barang tidak sesuai dengan sifat yang disebutkan sebelumnya.<sup>32</sup>

Dalam transaksi jual beli online, barang dari penjual tidak langsung diserahkan kepada pembeli. Adanya pihak ketiga yaitu kurir atau jasa pengiriman yang mewakili penjual untuk mengantarkan barang kepada pembeli. Dalam mazhab asy-Syafi'i, jual beli dapat diwakili oleh orang lain untuk menjual atau membeli barang. Setiap usaha dapat dilakukan secara mandiri, seseorang dapat mewakilinya kepada orang lain dan dapat menerima perwakilan dari orang lain. Maka dari itu secara hukum diperbolehkan transaksi melalui kurir atau jasa pengiriman, namun dengan catatan kurir atau jasa pengiriman tersebut memiliki surat tugas atau kuasa dalam melakukan penjualan karena batal hukumnya jual beli yang bersifat fudhuli (menjual barang orang lain tanpa kuasa atau perwakilan).<sup>33</sup>

Dalam kongresnya Majma' Fiqhi Islami yang keenam di Jeddah menetapkan bahwa melakukan transaksi dengan menggunakan sarana komunikasi modern atau online diperbolehkan. Syarat-syarat yang harus dipenuhi agar jual beli online menjadi sah sesuai ketetapan Majma' Fiqhi adalah sebagai berikut :

- a. Terdapat kejelasan tentang pihak yang melakukan transaksi merupakan unsur yang penting, hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kesalahpahaman, kerancuan dan pemalsuan dari salah satu pihak atau mungkin juga dari pihak ketiga.
- b. Dapat dipastikan alat yang digunakan memang digunakan untuk orang yang dituju. Sehingga semua pernyataan dan perkataan benar-benar berasal dari orang yang diinginkan.
- c. Persetujuan yang diucapkan pihak pertama, oleh penjual atau sejenisnya, tidak membatalkan transaksi sebelum diterimanya pihak kedua. Berlakunya ketentuan ini untuk alat-alat yang menurut penundaan tiba di qabul.

---

<sup>32</sup> Wahbah Az- Zuhaili, Fiqih Imam Syafi'i. Jakarta, Al-mahira, juz 1

<sup>33</sup> Muhammad Rizki Romdhon, Jual Beli Online Menurut Mazhab AsySyafi'i. (Pustaka Cipasung, Tasikmalaya, 2015), h. 143.

- d. Transaksi online tidak menyebabkan keterlambatan penyerahan salah satu dari dua mata uang yang dipertukarkan karena dalam transaksi pertukaran mata uang yang dipertukarkan keduanya telah diserahkan sebelum pertemuan transaksi berakhir.

Dalam hukum Islam, ketika melakukan transaksi jual beli harus memenuhi rukun dan syaratnya, dengan tidak menyembunyikan cacat pada barang yang dijual dengan pembeli yang mau menerima cacat dan resiko pada barang tersebut maka jual beli tersebut sah.

Dalam mekanisme praktik pemasaran jual beli dengan menggunakan jasa endorsement dapat menggunakan akad khiyar. Penjual dan pembeli memiliki hak sebelum bertransaksi, memilih untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang disebut dengan akad khiyar. Karena dalam mekanismenya jual beli yang dilakukan akun @zeevascarf menunjukkan bagian barang dan deskripsi yang jelas dengan tetap diberikan hak kepada pembeli untuk membatalkan atau tetap melanjutkan transaksi dan penjual juga mendapatkan haknya secara pasti dari pembeli.<sup>34</sup> Namun, dalam hal ini peneliti tidak menerapkan konsep khiyar tetapi sebelum persetujuan barang sudah dijelaskan mengenai kecacatan atau kekurangan dari barang sehingga pembeli sudah mengetahui dan tetap ingin melanjutkan transaksi yang menandakan pembeli sudah setuju untuk membeli barang tersebut.

## C. Analisis Data Penelitian

### 1. Mekanisme Pemasaran Menggunakan Jasa Endorsement

Praktik jual beli masih dilakukan dalam kehidupan masyarakat di berbagai daerah dan terus berkembang. Pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini tidak lagi membatasi proses bisnis dalam hal jual beli produk dan jasa. Mekanisme jual beli saat ini dilakukan dengan

---

<sup>34</sup> M. Agus Yusrun Nafi' (Tokoh Agama), wawancara oleh peneliti, 24 Februari 2024, wawancara 6, transkrip.

berbagai cara, antara lain dengan menggunakan cara pembayaran tunai, transfer bank, mobile banking dan lain sebagainya.<sup>35</sup>

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, peneliti dapat menganalisis praktik pemasaran menggunakan jasa endorsement, merupakan suatu jual beli yang dalam praktik pemasarannya menggunakan jasa orang ketiga atau biasa disebut endorser yang artinya pembeli tertarik dan membeli barang yang dipasarkan melalui orang ketiga tersebut. Praktik pemasaran yang dilakukan online store @zeevascarf adalah dengan memilih orang ketiga sebagai endorser, kemudian endorser mempromosikan produk hijab yang telah disepakati bersama dengan tujuan supaya banyak pembeli yang tertarik membeli produk hijab melalui jasa endorsement tersebut.

Adapun mekanisme praktik pemasaran menggunakan jasa endorsement pada online store @zeevascarf dilakukan sejak 2023 melalui platform tiktok, semua orang bisa mengakses untuk melihat produk yang dipromosikan dan melakukan pembelian. Dalam praktiknya, online store @zeevascarf menjual hijab dengan berbagai macam jenis pemasaran. Salah satunya dalam pemasaran, barang yang akan dijual diunggah ke dalam feed Tiktok atau menggunakan jasa endorsement yaitu endorser yang mempromosikan barang melalui akun tiktok pribadi dengan mengupload video promosi barang dan memperlihatkan bagian-bagian yang cacat pada barang serta menuliskan keterangan dan deskripsi barang dengan jelas. Setiap penjualan barang yang tersedia dalam satu model terdapat puluhan stok. Sebelum dipasarkan hijab yang akan dijual harus dipastikan kualitasnya dari mulai jahitan rapi, logo brand sudah terpasang sampai tidak ada cacat atau kekurangan satupun saat diterima oleh customer. Ada beberapa platform yang digunakan online store @zeevascarf dalam melakukan pembayaran yaitu, transfer

---

<sup>35</sup> Desy Safira, "Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam", h. 58.

bank, mobile banking, gopay, COD (bayar ditempat) dan DANA yang akan memudahkan pembeli melakukan pembayaran.<sup>36</sup>

Menurut salah satu pembeli menyampaikan bahwa menurutnya dengan banyak pilihan platform yang tersedia akan memudahkan untuk melakukan pembayaran. Banyaknya platform yang disediakan akan memberikan pilihan pada pembeli dalam melakukan pembayaran dengan platform yang mereka punya atau yang biasa mereka pakai untuk bertransaksi.

Sistem jual beli menurut Islam, praktik jual beli hijab menggunakan jasa endorsement secara online, rukun jual beli telah terpenuhi menurut Islam yaitu :

- a. Adanya pihak yang mengadakan akad yaitu penjual dan pembeli. Dalam suatu transaksi jual beli tentunya terdapat subjek yang melakukan jual beli, atau disebut ba'i (penjual) dan mustari (pembeli). Kemudian akan dilakukan akad ijab qabul oleh kedua belah pihak. Dalam praktik jual beli hijab di akun tiktok @zeevascarf, artinya penjual adalah pemilik akun toko online @zeevascarf sedangkan pengguna platform tiktok adalah sebagai pembeli.
- b. Shigat (ucapan ijab dan qabul). Perkataan antara ijab dan qabul yang menentukan kedua belah pihak tanpa paksaan dengan cara yang dibenarkan oleh syara'. Dalam mekanisme jual beli hijab pada akun tiktok @zeevascarf akad atau kesepakatan dilakukan secara tertulis, karena aplikasi tiktok sendiri memiliki fitur jual beli yang artinya ketika pembeli mengeklik ikon "buat pesanan" ijab qabul sudah dilaksanakan.
- c. Adanya barang yang dijual. Terdapat objek yang diperjualbelikan agar jual beli tersebut sah. Banyak barang yang dijual di aplikasi tiktok, namun barang sudah tersedia di gudang penjual dan penjual setuju

---

<sup>36</sup> Winda Astutik (Owner @zeevascarf), wawancara oleh peneliti, 11 Februari 2024, wawancara 1, transkrip.

barang akan tersedia saat pembeli setuju, maka rukun ketiga ini terpenuhi. Dalam mekanisme jual beli di akun tiktok @zeevascarf, objek yang diperjualbelikan adalah hijab dengan berbagai jenis model, dari hijab pashmina, paris premium, sampai hijab daily.

- d. Adanya nilai tukar barang, artinya sesuatu yang dapat dijadikan alat tukar pada saat membeli barang. Dalam transaksi jual beli di akun @zeevascarf, metode pembayaran yang digunakan menggunakan beberapa platform pembayaran online seperti transfer bank, mobile banking, gopay, COD (bayar ditempat) dan DANA yang akan memudahkan pembeli melakukan pembayaran.<sup>37</sup>

Selanjutnya jual beli online pakaian bekas impor apabila ditinjau melalui syarat jual beli dalam Islam adalah sebagai berikut :

- a. Harus dewasa dan berakal sehat orang yang melakukan akad, dengan kehendaknya sendiri, terdapat hak milik penuh dari penjual dan pembeli.<sup>38</sup> Dalam praktek jual beli di akun tiktok @zeevascarf, penjual dan pembeli yang sudah baligh dan berakal sehat merupakan pihak yang melakukan akad, dengan tidak melakukan tekanan atau paksaan kepada salah satu pihak, sehingga transaksi jual beli yang dilakukan atas kehendaknya sendiri.
- b. Dalam suatu transaksi yang mengikat kedua belah pihak ijab dan qabul perlu diungkapkan secara jelas.<sup>39</sup> Dalam praktik jual beli di akun tiktok @zeevascarf, ijab dan qabul telah dinyatakan dengan jelas dalam bentuk tertulis termasuk harga barang dan tercapai kesepakatan yang pada akhirnya menimbulkan kerelaan kedua belah pihak.
- c. Barang yang diperjualbelikan harus suci dan bersih, dapat dipakai, dapat diserahkan, dapat diidentifikasi

---

<sup>37</sup> Nasrun Haroen, Fikih muamalah, h. 112-113.

<sup>38</sup> Saleh al-Fauzan, Fiqih Sehari-hari, h. 367.

<sup>39</sup> Nasrun Haroen, Fikih Muamalah, h. 97.

dan barang yang diperjanjikan sudah ada di tangan.<sup>40</sup> Dalam praktik jual beli di akun tiktok @zeevascarf, barang yang diperjualbelikan adalah hijab baru yang tidak najis, dapat dimanfaatkan sebagai penutup tubuh manusia dan untuk memenuhi kebutuhan pakaian. Dalam praktiknya, bentuk dan jumlah barang yang dijadikan objek jual beli sesuai dengan yang diperjanjikan pada saat penyerahan. Dalam praktik jual beli pada akun @zeevascarf produk hijab dijadikan sebagai objek yang dapat diketahui dari segi kualitas maupun kuantitasnya, tanpa menyembunyikan sifat barang tersebut.

- d. Nilai tukar (harga barang) harus jelas jumlahnya dan dapat diajukan pada saat akad (transaksi) yang disepakati oleh kedua belah pihak.<sup>41</sup> Dalam praktek jual beli di akun tiktok @zeevascarf terkait harga barang sudah sangat jelas tertera pada keterangan di deskripsi produk, kemudian pembayaran yang dilakukan di toko online @zeevascarf juga dilakukan pada saat telah tercapainya kesepakatan atau pada saat terjadinya akad antara penjual dan pembeli.
- e. Dalam melakukan jual beli harus terhindar dari aib, yaitu ketidakjelasan (al-jahalah), paksaan (al-ikrah), pembatasan waktu (at-tauqif), penipuan (al-gharar) dan mudharat (adhdhahar). Dalam praktik jual beli di akun tiktok @zeevascarf terhindar dari aib dengan kondisi dan deskripsi barang yang diperjualbelikan serta harga yang tercantum sudah jelas. Dalam penjualan pada akun @zeevascarf yaitu mengutamakan pelayanan dan hak pembeli untuk membeli atau membatalkan, dimana tidak ada unsur paksaan dalam jual beli tersebut. Dalam pelaksanaannya barang yang diperjualbelikan sudah jelas, tidak menyembunyikan bagian yang cacat dan mengirimkan barang sesuai

---

<sup>40</sup> Nasrun Haroen, Fikih Muamalah, h. 119.

<sup>41</sup> Muhammad Ali Hasan, Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqih Muamalat), h. 125.

dengan syarat dan deskripsi produk sehingga dalam jual beli di akun @zeevascarf tidak terdapat unsur gharar atau penipuan

Berdasarkan pemaparan di atas, apabila dilihat melalui rukun dan syarat jual beli islam maka rukun dan syarat tersebut telah terpenuhi dalam praktik jual beli online pada akun tiktok @zeevascarf.

## **2. Tinjauan Fiqih Muamalah terhadap Strategi Pemasaran pada Pelaksanaan Jasa Endorsement**

Bermuamalah secara online merupakan bukti perkembangan teknologi di Indonesia. Transaksi jual beli secara online (tanpa harus bertemu langsung) saat ini dapat dilakukan dengan mudah dan praktis. Dengan adanya jual beli online masyarakat sebagai pengguna media sosial akan terbantu dalam bertransaksi dengan mudah dan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.<sup>42</sup>

Jual beli online dalam hukum Islam diperbolehkan, namun antara penjual dan pembeli harus terdapat kejelasan dan pengertian apabila terjadi akad baik mengenai barang yang dijual, kemudian harga barang tersebut dan cara pembayarannya dengan cara transfer. Dalam praktik jual beli online, produk akan diunggah atau dipasarkan oleh penjual atau pihak ketiga yaitu endorser di platform media sosial, dengan informasi barang dan harga barang tercantum dengan jelas, di mana tidak ada unsur penipuan atau menyembunyikan cacat pada barang yang dijual, dalam hal ini menurut hukum Islam boleh dan jual beli tersebut sah.

Jual beli online dengan menggunakan jasa endorsement ketika terpenuhinya rukun dan syarat jual beli, maka sah jual beli tersebut. Dalam islam rukun jual beli yaitu adanya penjual, pembeli, barang yang dijual dan terjadinya akad. Adanya ruang komunikasi antara penjual dan pembeli untuk mencapai kesepakatan dalam suatu transaksi. Selain

---

<sup>42</sup> Desy Safira, "Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam", h. 59.

itu, spesifikasi produk dan bentuk produk melalui foto yang diunggah oleh penjual maupun endorser, pembeli harus mengetahui, jika terdapat ketidakpastian mengenai produk maka pembeli dapat melakukan chat dengan penjual untuk konfirmasi tentang produk tersebut agar gharar tidak terjadi. Penjual dan pembeli harus jelas dalam melakukan tawar menawar, misalnya spesifikasi produk tidak sesuai dengan barang yang diterima, maka barang tersebut dapat diajukan untuk dikembalikan. Dalam jual beli harus mengandung unsur saling ikhlas dan pasrah dari kesepakatan awal mengenai kejelasan barang dari kedua belah pihak.<sup>43</sup>

Jual beli yang baik menurut hukum Islam adalah jual beli yang memenuhi sesuai dengan rukun dan syaratnya. Terdapat unsur-unsur yang jelas dalam melakukan suatu transaksi, sesuai dengan khiyar, yaitu memilih sesuatu yang baik di antara dua hal dengan memutuskan untuk melanjutkan atau membatalkannya.<sup>44</sup> Dalam jual beli, antara jual beli yang dilakukan itu baik atau tidak bagi kita harus bisa membedakan serta dapat menjauhkan diri dari perbuatan jual beli yang dilarang seperti riba, gharar, maysir, jual beli batil, fasid, dll. Sedangkan dalam jual beli online menggunakan jasa endorsement, banyak yang tanpa memperhatikan barang yang dijualnya, misalnya dalam mempromosikan barang endorser mendefinisikan barang tersebut dengan kualitas yang bagus padahal dalam kenyataannya barang tersebut terdapat unsur jelek yang tidak diketahui oleh pembeli. Tidak diperbolehkan jual beli demikian karena pembeli dari objek yang diperjualbelikan tidak jelas dan tidak diketahui. Dalam praktik jual beli pada akun @zeevascarf yaitu menjual produk hijab dengan satuan yang dijual jelas bentuk, kualitas dan kuantitasnya diketahui pembeli, dan barang yang akan dibeli telah

---

<sup>43</sup> M. Agus Yusrun Nafi' (Tokoh Agama), wawancara oleh peneliti, 24 Februari 2023, wawancara 6, transkrip.

<sup>44</sup> Nasrun Haroen, Fikih Muamalah, h. 112.

disetujui oleh pembeli, maka jual beli di akun @zeevascarf diperbolehkan.

Dalam praktik jual beli online dengan menggunakan jasa endorsement apabila ditinjau dari ketentuan hukum dalam fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang fatwa hukum dan bermuamalah melalui media sosial yaitu<sup>45</sup>.

- a. Dalam bermuamalah dengan sesama, baik dalam kehidupan nyata maupun di media sosial, setiap muslim harus dilandasi oleh keimanan dan ketakwaan, kebajikan (mu'asyarah bil ma'ruf), persaudaraan (ukhuwwah), saling menghendaki kebenaran (al-haqq) dan mengajak kebaikan (al-amr bi al-ma'ruf) dan mencegah kemungkaran (alnahyu' an al-munkar). Dalam praktik jual beli online dengan menggunakan jasa endorsement pada akun tiktok @zeevascarf, beberapa hal yang diterapkan dalam muamalah yaitu tidak menyebarkan keburukan, menjalin ukhuwah dan mencegah kejahatan dengan tidak mengkhianati pembeli dan tidak melanggar janji atas perjanjian yang telah dibuat sebelumnya. dengan pembeli.
- b. Memproduksi, mendistribusikan dan/atau membuat konten/informasi yang tidak benar dapat diakses oleh publik adalah haram. Dalam praktek jual beli online dengan menggunakan jasa endorsement pada akun tiktok penjual @zeevascarf dan akun tiktok endorser @hnipakaa2 menyebarluaskan konten tentang informasi yang benar yaitu tentang produk hijab dengan mengunggah konten foto atau video pada akun @zeevascarf.
- c. Memproduksi, mendistribusikan dan/atau membuat konten/informasi tentang hoax (berita tidak benar), fitnah, namimah, aib, perundungan, ujaran kebencian, dan hal-hal serupa lainnya yang berkaitan dengan pribadi orang lain dan/atau khalayak hukumnya haram.

---

<sup>45</sup> Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial"

Dalam mekanisme jual beli online dengan menggunakan jasa endorsement pada akun tiktok @zeevascarf konten/informasi hanya terkait produk yang dijualnya yaitu berbagai macam model hijab, tanpa menyebarkan hoax, melakukan fitnah dan menebar kebencian kepada orang lain atau pembeli.

- d. Mencari informasi tentang aib, gosip, kejelekan orang atau golongan lain hukumnya haram kecuali untuk kepentingan yang dibenarkan syar'i. Dalam rangka jual beli online dengan menggunakan jasa endorsement di akun tiktok @zeevascarf tidak melakukan atau menyebarkan informasi tentang gosip dan kejelekan orang lain, hanya fokus pada pemasaran dengan menggunakan jasa orang ketiga yaitu endorser, informasi stok produk, cara pembayaran yang mudah diakses, mengenai sebuah produk yang dijual, dll.
- e. Memproduksi dan/atau menyebarkan konten/informasi yang bertujuan untuk membenarkan yang salah atau menyalahkan yang benar, membangun opini yang terkesan berhasil dan sukses, dengan tujuan menyembunyikan kebenaran dan menipu publik adalah ilegal. Dalam praktiknya jual beli online dengan menggunakan jasa endorsement di akun tiktok @zeevascarf mengunggah atau menyebarkan foto dan video sesuai dengan kenyataan, begitupun pada akun tiktok endorser @hnipakaa2 yang sudah sepakat untuk mempromosikan produk tersebut tidak menyembunyikan cacat atau kekurangan pada produk yang dijual. Setiap foto dan video yang diunggah selalu disertai dengan deskripsi sesuai kondisi barang dan tidak ada unsur penipuan di dalamnya.
- f. Menyebarkan konten yang bersifat pribadi ke publik, konten yang diketahui tidak pantas untuk disebarluaskan ke publik, seperti pose yang memperlihatkan ketelanjangan, adalah haram. Akun tiktok @zeevascarf selalu memberikan informasi terkait produk yang dijual, pemilik atau pemilik akun

tidak pernah menggunakan akun tiktok @zeevascarf untuk membagikan informasi pribadi penjual dengan konten yang tidak pantas. Kemudian pada akun tiktok endorser @hnipakaa2 dalam mempromosikan produk hijab tersebut tidak pernah mencampuradukkan konten pribadi atau informasi pribadi dengan konten endorse, endorser juga tidak pernah membagikan konten endorse yang tidak layak dan selalu sopan.

- g. Kegiatan di media sosial yang menjadikan pemberian informasi yang mengandung hoax, fitnah, namimah, bullying, aib, gosip, dan hal sejenis lainnya sebagai profesi untuk mendapatkan keuntungan, baik ekonomi maupun non ekonomi, hukumnya haram. Demikian pula orang yang memesan, mendukung, membantu, memanfaatkan jasa dan orang yang memfasilitasinya. Dalam praktiknya, akun tiktok @zeevascarf merupakan akun asli yang dibuat untuk jual beli produk hijab, bukan akun buzzer yang menyebarkan informasi hoax, gosip atau berita tidak benar. Begitupula akun tiktok endorser @hnipakaa2 merupakan akun tiktok asli dan masih aktif.

Dalam penelitian ini, peneliti akan memaparkan mengenai jual beli online dengan menggunakan jasa endorsement di akun @zeevascarf jika ditinjau melalui Fatwa DSN-MUI No.110/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad jual beli sebagai berikut :

- a. Shigat Al Aqd

Penjual maupun pembeli harus menyatakan secara jelas akad jual beli agar dapat dipahami dengan baik Dapat dilakukan secara tertulis, lisan, isyarat, dan perbuatan, serta secara elektronik suatu akad jual beli sesuai dengan syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam praktek jual beli di akun @zeevascarf sangat jelas mengenai hal untuk mencapai kesepakatan antara penjual dan pembeli, terkait harga barang yang diberikan dan dilakukan secara online.

b. Mutsman Mabi'

Mutsman/Mabi'i dapat berupa barang dan/atau berupa hak dan seluruhnya dimiliki oleh penjual, Mutsman/Mabi'i harus berupa barang/hak yang menurut syariah dan peraturan perundang-undangan dapat dimanfaatkan dan diperjualbelikan. Mutsman/Mabi'i harus memiliki bentuk yang pasti atau tertentu yang dapat diserahkan pada saat akad jual beli dibuat atau waktu yang disepakati jika akad tersebut dibuat dengan akad jual beli salam atau akad jual beli istishma. Dalam praktik yang dilakukan @zeevascarf adalah menjual produk berupa barang dan merupakan barang yang dibutuhkan oleh masyarakat doses penerimaan barang setelah akad dengan waktu minimal 1-2 hari dan bisa lebih tergantung jarang penerima barang.

c. Tsaman

Pada saat akad jual beli harga harus dinyatakan dengan jelas, baik ditentukan dengan penawaran, pelelangan, atau tender. Dalam jual beli dapat dilakukan pembayaran secara tunai, tangguh dan dicicil, harga jual beli kredit tidak boleh sama dengan harga tunai. Dalam prakteknya yang dilakukan @zeevascarf, harga tertera pada saat akad berlangsung, dalam jual beli online produk hijab dengan menggunakan jasa endorsement untuk pembayaran dapat dilakukan secara tunai.<sup>46</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut akad jual beli menurut Fatwa DSN-MUI No.110/DSNMUI/IX/2017 bahwa kejelasan dalam akad menjadi unsur utama sehingga penjual dan pembeli dapat mengerti dan memahami, dan barang yang dijual dapat dimanfaatkan, kemudian pembayarannya juga bisa dilakukan secara tunai. Sedangkan dalam praktek jual beli produk hijab menggunakan jasa endorsement di @zeevascarf sendiri,

---

<sup>46</sup> Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Jual Beli

pada dasarnya sudah sangat jelas barang yang dijual karena sudah tersedia di postingan tiktok serta terdapat deskripsi produk yang lengkap. Kemudian pembayaran dilakukan secara tunai, sedangkan jika pembayaran dengan cicilan lebih tinggi dari tunai Fatwa DSN-MUI memperbolehkan mengenai pembayaran dengan cicilan yang harganya lebih mahal dari pembayaran secara tunai.

Praktik jual beli online menggunakan jasa endorsement oleh akun @zeevascarf sah dan diperbolehkan untuk dilakukan karena sudah terpenuhinya rukun dan syarat jual beli, terdapat proses sortir barang mulai dari proses penjahitan hingga pengemasan dan tidak terdapat keluhan dari pembeli mengenai hijab yang telah diterima atau selama digunakan. Jual beli online menggunakan jasa endorsement di akun @zeevascarf meskipun tidak menerapkan konsep khiyar, sebelum persetujuan barang sudah dijelaskan oleh endorser mengenai cacat atau kekurangan barang sehingga pembeli sudah mengetahui dan pembeli telah setuju untuk tetap melanjutkan transaksi yang menandakan membeli barang tersebut.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Nasrun Haroen, Fikih Muamalah, h. 112.