

ABSTRAK

Devi Tamiasari NIM 1820710059, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap *Endorsement* Sebagai Alat Pemasaran Masa Kini Pada Glids Clothing Company di Desa Lau Kudus”

Penggunaan internet telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal komunikasi, informasi, dan pemasaran. Dalam hal ini internet bisa dijadikan alat bagi pembisnis untuk memasarkan produk yang dijualnya ke khalayak dengan cara online. Salah satu upaya dalam memasarkan produk adalah dengan melalui *endorsement* yang mana dari kebanyakan dari para *influencer* memberikan keterangan yang palsu untuk membujuk customer. Tidak dapat dipungkiri hal tersebut bertentangan dengan ajaran hukum islam. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik *endorsement* sebagai sarana pemasaran media masa kini pada Glids Clothing serta bertujuan untuk mengetahui pandangan hukum Islam terhadap *endorsement* sebagai alat pemasaran masa kini.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan metode yang melibatkan observasi langsung, wawancara, pengamatan partisipatif, atau pengumpulan data primer lainnya dari informan yang telah ditentukan. Penelitian dilakukan secara langsung dilokasi penelitian yang telah ditetapkan dengan mengamati suatu gejala objektif yang terjadi. Adapun lokasi penelitian ini adalah di Glids Clothing Company.

Praktik *endorsement* yang dilakukan oleh Glids Clothing Company telah berdasarkan prinsip-prinsip bisnis yang sesuai dengan ketentuan hukum ekonomi syariah seperti kejujuran dan tanggung jawab yang besar. Selain itu juga, diungkapkan bahwa dari pihak *influencer* juga melakukan kegiatan *endorsement* dengan mengutamakan nilai-nilai Islam. Berdasarkan ketentuan diatas, maka *endorsement* yang dilakukan oleh Glids Clothing Company termasuk *ijarah* yang bersifat pekerjaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa dari pihak Glids Clothing dan *influencer* akan selalu mempertimbangkan nilai-nilai Islam dalam mengimplementasikan jenis promosi *endorse*. Hak ini mencerminkan komitmen mereka untuk menjalankan praktik bisnis yang yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah dan ajaran Islam.

Kata Kunci: Endorsement, media pemasaran, Ijarah, Hukum Islam