

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan paparan data diatas dari data dan informasi yang diperoleh kemudian dijabarkan, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme *endorsement* produk kosmetik pada dasarnya sama dengan mekanisme *endorsement* pada produk lain. Namun terdapat perbedaan yang mana apabila dalam mekanisme *endorsement* pada produk kosmetik membutuhkan waktu lebih lama. Hal ini dikarenakan *ajir/selebgram* harus mencoba produk tersebut dengan kurun waktu 3-7 hari sedangkan untuk *endorsement* pada produk lain misalnya seperti produk *fashion/pakaian* ataupun makanan, *ajir/selebgram* dapat langsung mencobanya dan melihat produknya saat praktek *endorsement* sedang berlangsung. Serta perjanjian dalam akad *endorsement* dilakukan dengan disepakati kedua belah pihak yang berakad. Pembayaran pada praktek *endorsement* dilakukan dengan pengupahan yang tidak menentu serta terdapat hal-hal yang menjadi pertimbangan harga seperti banyak sedikitnya *followers*, jenis *endorsement*, dan lain-lain. Pada akun Instagram @klenthiink yang menerima pembayaran *endorsement* apabila *visitstore* (mengunjungi toko pelaku usaha) dapat dilakukan dengan DP (*down payment*) terlebih dahulu, apabila dengan *brand* besar pembayaran dilakukan setelah melakukan pekerjaan dan jika pada akun *online shop* maka pembayaran dilakukan diawal perjanjian. Pada akun @sifaa.faaa yang menerima pembayaran *endorsement* dapat dilakukan secara lunas ataupun bisa di awal perjanjian maupun setelah akhir pekerjaan selesai, dan pada akun @_niilaams

yang menerima pembayaran di awal perjanjian dengan pelaku usaha memberikan DP (*down payment*) terlebih dahulu.

2. Sistem pengupahan pada praktek *endorsement* di wilayah Kediri berbeda-beda. Namun pada implementasi dan teori dalam akad ijarah, praktek *endorsement* telah sesuai syarat dan rukun *ijarah* sehingga sistem pengupahan pada praktek *endorsement* telah sesuai dengan konsep *ijarah*. Berdasarkan analisa yang dilakukan oleh peneliti, bahwa akad, *aqidain*/pihak yang berakad, objek perjanjian dan *ujrah*/upah dalam praktek *endorsement* telah sesuai dengan konsep teori *ijarah*. Akad dalam praktek *endorsement* telah sesuai berdasarkan *sighat* yang dilakukan secara tertulis meskipun dilakukan secara elektronik namun kesepakatannya telah dipahami dan disepakati kedua belah pihak yang berakad. *Aqidain*/pihak yang berakad dalam praktek *endorsement* adalah *musta'jir* yakni pelaku usaha/*online shop* dan *ajir/selebgram* yang mana bahwa kedua belah pihak telah memenuhi ketentuan syarat dalam melakukan akad *ijarah*. Objek perjanjian dalam praktek *endorsement* adalah mempromosikan suatu produk/barang selama produk/barang tersebut tidak dilarang oleh *syara'* dan peraturan perundang-undangan berlaku yang dalam hal ini produk/barang yang dipromosikan berupa produk kosmetik. *Ujrah*/upah yang diberikan dalam praktek *endorsement* telah memenuhi syarat dan ketentuan mengenai *ujrah*/upah berdasarkan pada fatwa DSN-MUI No.112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Ijarah* dan ketentuan *syara'* konsep akad *ijarah*.

B. SARAN

1. Diharapkan bagi *selebgram* ataupun pelaku usaha untuk membuat perjanjian secara tertulis mengenai kesepakatan waktu pembayaran *endorsement* yang telah disepakati guna untuk menghindari perselisihan.
2. Diharapkan kepada pelaku usaha dan *selebgram* untuk memahami konsep-konsep akad dalam agama Islam. Karena dalam bermuamalah harus dilakukan sesuai dengan syarat dan rukun serta aturan-aturan yang berlaku. Serta diharapkan kepada para pembaca dapat memperoleh pengetahuan baru mengenai konsep akad *ijarah* dalam praktek *endorsement* yang sesuai *syara'*.