

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan teori, penelitian, pengumpulan data dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti tentang sistem hukum perikatan jasa *endorsement*, penyelesaian sengketa wanprestasi *endorsement*, dan analisis hukum ekonomi Islam terhadap hukum perikatan jasa *endorsement* yang ada di Kota Parepare maka selanjutnya dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah tersebut diatas adalah sebagai berikut:

- 5.1.1 Perjanjian *endorsement* dibuat secara online melalui *Whatsapp* sehingga tidak berbentuk perjanjian hitam di atas putih. Perjanjian *endorsement* adalah perjanjian tidak tertulis atau disebut juga perjanjian lisan, oleh karena itu perjanjian *endorsement* dapat digolongkan sebagai perjanjian konsensual yang sah dan mengikat sebagai undang-undang bagi kedua pihak yang terikat karena memenuhi semua syarat sahnya perjanjian yang tercantum dalam Pasal 1320 KUHPerdara.
- 5.1.2 Dalam perjanjian *endorsement* dapat terjadi wanprestasi yang mungkin dilakukan oleh salah satu pihak yang dapat merugikan pihak lainnya. Wanprestasi tersebut dapat berupa memenuhi prestasi tapi keliru, memenuhi prestasi tapi tidak tepat waktu, dan/atau tidak memenuhi prestasi sama sekali. Sengketa wanprestasi yang terjadi dalam perjanjian *endorsement* dapat diselesaikan dengan beberapa cara yaitu perdamaian, membayar ganti rugi, pembatalan perjanjian, dan/atau menempuh jalur litigasi atau penyelesaian sengketa di pengadilan.

5.1.3 Perjanjian *endorsement* merupakan akad *ijarah 'amal* karena berupa sewa menyewa atas jasa atau pekerjaan seseroang. Dari segi *maṣlaḥah*, perjanjian *endorsement* dapat dikategorikan sebagai *maṣlaḥah al-ḥijiyah* karena merupakan bentuk penyempurnaan dari salah satu *maṣlaḥah al-dḥaruriyah* yaitu memelihara harta (*hifz al-mal*). Dalam praktiknya, strategi *endorsement* berupaya untuk memenuhi etika promosi yang sesuai dengan Al-Qur'an. Etika yang dimaksud adalah bersikap lemah lembut, tidak memuji produk secara berlebihan, dan transparan dalam mempromosikan dan menjual produk.

5.2 Saran

Berdasarkan data dan informasi yang peneliti dapat dari hasil penelitian, maka peneliti akan memberikan saran-saran kepada pihak-pihak terkait yaitu:

- 5.2.1 Para *endorsee* hendaknya memperhatikan produk yang akan dijual dan dipromosikan kepada pihak *endorser*. Keamanan serta kualitas produk yang dijual harus menjadi perhatian utama karena akan dikonsumsi oleh konsumen nantinya.
- 5.2.2 Para *endorser* yang mempromosikan produk hendaknya mereview dan menyampaikan sesuai kondisi produk yang sesungguhnya, tidak melebih-lebihkan produk yang dipromosi dan juga tidak menjatuhkan produk yang dipromosi karena sebagai seorang muslim kita mengetahui bahwa setiap perkataan dan perbuatan akan dipertanggungjawabkan di akhirat kelak. Dan seleksi produk yang akan dipromosikan sangat penting dilakukan sebelum menerima suatu produk untuk akhirnya dipromosikan, selain untuk menjaga dari tidak mempromosikan produk yang buruk, juga dapat menjaga nama baik sebagai orang yang dikenal banyak orang.

- 5.2.3 Para konsumen sebelum memutuskan untuk belanja secara online hendaknya melakukan *check* dan *recheck* seperti mencari informasi tambahan dari konsumen yang telah melakukan transaksi dengan pemilik *online shop* sangat perlu dilakukan agar mendapatkan pengetahuan mengenai kualitas barang yang ditawarkan oleh *endorser* dan *endorsee* sehingga produk yang dibeli dapat sesuai yang diharapkan.

