

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Praktik Profesi Endorsement di Toko Cantik Kosmetik Pasar Baru Bekasi dilakukan oleh individu atau pihak tertentu untuk mempromosikan produk kecantikan melalui media sosial, khususnya Instagram. Praktik ini bertujuan meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan popularitas endorser. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan sejumlah permasalahan, seperti kurangnya transparansi dalam informasi produk serta promosi yang tidak selalu didasarkan pada kualitas atau keamanan produk. Endorser cenderung fokus pada aspek komersial tanpa memperhatikan etika promosi atau kejelasan isi kandungan produk kepada konsumen.
2. Perlindungan Konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 memberikan perlindungan hukum kepada konsumen terhadap praktik perdagangan yang merugikan. Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur berbagai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, termasuk terkait kualitas produk.. Dalam pasal 4 Undang-Undang Perlindungan

Konsumen mengatur hak konsumen, yang meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Adapun dalam pasal 9 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai larangan pelaku usaha untuk menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan barang/jasa secara tidak benar. Pelanggaran pasal ini dapat dikenakan pidana penjara maksimal 5 tahun atau denda maksimal Rp. 2 miliar. Jika konsumen merasa dirugikan akibat informasi yang menyesatkan dari hasil endorsement, mereka berhak untuk mengajukan keberatan melalui mekanisme hukum seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau pengadilan.

3. Praktik Jasa Endorsement di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah: Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, praktik jasa endorsement harus memenuhi prinsip kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*'adalah*), dan tidak menipu (*gharar*). Endorsement produk kecantikan di media sosial seperti Instagram seharusnya memperhatikan kehalalan produk, kejelasan manfaat, serta tidak membesar-besarkan kelebihan produk yang bisa menyesatkan konsumen. Hukum Ekonomi Syariah menekankan pentingnya etika dalam muamalah,

termasuk dalam aktivitas promosi dan pemasaran. Jika suatu produk yang diendorse mengandung unsur haram atau membahayakan, maka praktik endorsement tersebut bertentangan dengan prinsip syariah dan tidak dapat dibenarkan.

B. Saran

1. Penguatan Etika Endorsement Berbasis Syariah: Pemerintah daerah, pelaku usaha, dan pengelola Toko Cantik Kosmetik Pasar Baru Bekasi perlu menyusun dan menerapkan pedoman etika endorsement yang berbasis syariah. Pedoman ini harus menekankan pentingnya kejujuran, transparansi, serta larangan mempromosikan produk yang tidak jelas kehalalannya atau yang dapat merugikan konsumen. Hal ini dapat menjadi acuan dalam memastikan endorsement dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
2. Peningkatan Edukasi Konsumen dan Endorser tentang Hak dan Kewajiban: Perlu dilakukan edukasi hukum kepada konsumen dan para endorser terkait hak-hak konsumen berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta prinsip syariah. Kegiatan seperti seminar, penyuluhan, atau pelatihan dapat membantu meningkatkan kesadaran hukum dan tanggung jawab

sosial dalam praktik endorsement.

3. Sinergi antara Hukum Positif dan Hukum Islam dalam Perlindungan Konsumen: Diperlukan sinergi antara hukum positif (Undang-Undang No. 8 Tahun 1999) dan Hukum Ekonomi Syariah dalam merancang kebijakan perlindungan konsumen yang lebih komprehensif. Hal ini dapat dilakukan melalui kolaborasi antara lembaga legislatif, akademisi, tokoh agama, dan pelaku usaha dalam menyusun regulasi atau kebijakan baru yang mampu mengakomodasi nilai-nilai syariah dalam konteks perdagangan modern, khususnya praktik endorsement.