

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrohmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “*Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap endorsement sebagai media pemasaran melalui instagram.*”

Solawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman hidup bagi kita semua dalam menjalankan ibadah khususnya dalam mencari ilmu sehingga saat ini penulis dapat menyelesaikan salah satu jenjang pembelajaran di Perguruan Tinggi. Semoga kita tetap dalam syafa'atnya kelak di *yaumil akhiroh*.

Penulis menyadari betul bahwa kesempurnaan hanya milik Allah SWT dan selaku manusia penullis mengakui bahwa skripsi ini belumlah baik dan jauh untuk dikatakan sempurna. Karenanya penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan karya-karya selanjutnya.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin menghaturkan terimakasih banyak kepada :

1. Kepada orang tua yang sangat saya hormati dan saya cintai, Ibunda Eem maryati dan Ayahanda Enjang Komarudin yang terus memberikan dorongan moril, materil dan spiritual. Sehingga sampai saat ini beliauulah sosok manusia yang mengasihi penulis tanpa ada pamrih.
2. Kepada Bapak Prof. Dr. H. Mahmud., M. Si, selaku Rektor UIN sunan Gunung Djati Bandung.

3. Bapak Dr. Fauzan Ali Rasyid, M.Si. sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
4. Kepada Bapak Dr. Jaenudin, M.Ag selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Ibu Dr. Hj. Neni Nuraeni, M.Ag. selaku Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah.
5. Kepada Bapak Drs. Aliyudin, M. Ag. dan Bapak Asep Mustopa K, M.Ag selaku pembimbing I dan II yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penulisan skripsi ini agar dapat selesai dengan hasil yang optimal. Penulis haturkan terimakasih banyak, tanpa beliau skripsi ini hanya akan menjadi lembaran yang bermakna.
6. Teman-teman seperjuangan Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), khususnya Muamalah A tentu pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada seluruh teman-teman KKN yang senantiasa memberikan rasa kekeluargaan yang utuh dan senantiasa menemani sampai selesainya penulisan skripsi ini.
8. Kepada sahabat Eva Nurazizah, Dinda Larasati Mauby, Dea Oktaviani Selvira yang senantiasa memberikan rasa kekeluargaan yang utuh dan senantiasa menemani sampai selesainya penulisan skripsi ini.
9. Fauzan hilmi yang senantiasa memberikan motivasi, dukungan, dan semangat sehingga penulis mampu berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini.

10. Kepada semua pihak yang turut serta membantu dan mendo'akan, yang tidak dapat tertulis satu per satu, penulis ucapkan banyak-banyak terimakasih.

Semoga skripsi ini dapat dipahami oleh siapapun yang membacanya. Sekiranya skripsi yang telah disusun ini dapat berguna bagi saya sendiri maupun oleh orang lain maka sebarkanlah lagi nilai-nilai yang ada dalam skripsi ini. Sebelumnya penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata yang kurang berkenan dan penulis memohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa depan.

Wa'alaikumsalam Warohmatullahi Wabarakatu.



Bandung, April 2020

Penulis

Erna Solehah

Nim 1163020043

DAFTAR ISI

ABSTRAK

LEMBAR PERSETUJUAN

RIWAYAT HIDUP

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan penelitian	6
E. Studi Terdahulu	7
F. Kerangka Pemikiran	9
G. Langkah-Langkah Penelitian	13

BAB II LANDASAN TEORI TERHADAP PRAKTIK *ENDORSEMENT*

A. AKAD <i>JUALAH</i>	17
1. Pengertian <i>Jualah</i>	17
2. Dasar Hukum <i>Jualah</i>	21
3. Rukun Dan Syarat <i>Jualah</i>	22

4. Pembatalan <i>Jualah</i>	25
5. Prinsip – prinsip dalam muamalah	27
B. <i>ENDORSEMENT</i>	33
1. Pengertian <i>Endorsement</i>	33
2. Macam – Macam <i>Endorsement</i>	36
3. Fungsi <i>Endorsement</i>	38

BAB III

A. Mekanisme endorserment sebagai media pemasaran melalui instagram.....	43
B. Pandangan masyarakat terhadap praktek endorsement sebagai media pemasaran melalui instagram	53
C. Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap <i>endorsement</i> sebagai media pemasaran melalui instagram.....	54

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	59
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN