

Akibat Hukum *Endorsement* yang Dilakukan oleh Anak di Bawah Umur Perspektif Hukum Islam

Moh. Anis, Rudi Hermawan

Universitas Trunojoyo Madura Bangkalan, Indonesia

Abstrak:

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah mengubah strategi pemasaran dari metode tradisional menjadi pemasaran online (*endorsement*). *Endorsement* yang berkembang belakangan ini telah banyak yang melibatkan anak di bawah umur yang dijadikan alat untuk mempromosikan produk tertentu. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui aspek hukum *endorsement* yang melibatkan anak dibawah umur sebagai modelnya yang dilibatkan oleh selebriti atau *public figure*. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan konseptual dan pendekatan perundang-undangan. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yaitu pengadil data pada akun-akun Instagram para artis yang melibatkan anaknya dalam kegiatan *endorsement* dan peraturan perundang-undangan sebagai bahan hukum primer. Adapun bahan hukum sekundernya adalah buku-buku dan jurnal hasil penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan teknik analisis regulasi. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui aspek hukum *endorsement* yang melibatkan anak dibawah umur sebagai modelnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akibat hukum terhadap *endorsement* yang dilakukan oleh anak dibawah umur dalam perspektif hukum islam adalah tidak sah, namun apabila mengajukan permohonan kepada pengadilan atas persetujuan pengampunya untuk melakukan perbuatan hukum dengan adanya putusan hakim yang menyatakan perjanjian kontrak anak dibawah umur dengan syarat subjek hukum terpenuhi maka perjanjian tersebut sah demi hukum. (The development of information technology today has changed marketing strategies from traditional methods to online marketing (*endorsement*). Many endorsements that have developed recently have involved minors who are used as tools to promote certain products. This paper aims to find out the legal



email correspondence: anieskertas@gmail.com

Available online at: <http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/alhuquq>

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

Copyright (c) 2023 by Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law

aspects of endorsements involving minors as models who are involved by celebrities or public figures. This research is a normative legal research with conceptual approach and statutory approach. The type of data used is secondary data, namely data mining on Instagram accounts of artists who involve their children in endorsement activities and legislation as primary legal material. The secondary legal materials are books and journals of research results that have relevance to this research. The data collected is then analysed using regulatory analysis techniques. The purpose of this research is to find out the legal aspects of endorsements involving minors as models. The results of this study indicate that the legal consequences of endorsements carried out by minors in the perspective of Islamic law are invalid, but if submitting an application to the court with the consent of the guardian to carry out legal acts with a judge's decision stating the contract agreement of minors with the condition that the contract is valid.)

Kata Kunci:

Akibat Hukum, *Endorsement*, Anak di Bawah Umur, Hukum Islam

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman, berkembang pula teknologi informasi yang berpartisipasi dalam dunia pemasaran. Biasanya pemasaran hanya dilakukan secara *door-to-door* atau *face-to-face* oleh produsen dengan konsumen. Namun pada zaman teknologi modern saat ini, pemasaran dapat dilakukan dengan cara daring atau online. Tentunya, pemasaran bagi perusahaan di era teknologi modern semakin ketat dalam strategi persaingan usahanya. Salah satu strategi yang digunakan yaitu dengan strategi periklanan atau promosi, dimana dari kegiatan tersebut memberikan peluang untuk memperkenalkan suatu produk dengan cepat dan akurat. Paparan iklan atau promosi di era teknologi semakin menarik perhatian masyarakat, salah satu paparan iklan dilakukan dengan strategi *endorsement*. *Endorsement* merupakan suatu kegiatan promosi yang dilakukan oleh orang-orang selebriti instagram atau media sosial lainnya yang telah diminta oleh seorang penjual atau *owner* dari suatu

produk dengan mendapatkan penghasilan sesuai tarif masing-masing atau sesuai dengan kesepakatan kontrak yang telah disetujui.¹

Para penjual atau *owner* menggunakan strategi *endorsement* karena banyak manfaatnya, Manfaat dari *endorsement* bagi penjual atau *owner* dapat meningkatkan penjualannya sesuai target pasaran, sebab produknya dipromosikan oleh selebgram, artis, dan orang-orang yang menjadi tokoh yang dikenal oleh orang banyak (*public figure*) dengan cara-cara yang menarik. Para penggemar selebgram atau artis akan berbondong-bondong untuk membelinya dan rasa ingin memiliki, sehingga sangat membantu para penjual atau *owner* dalam meningkatkan pencapaian target penjualan.

Selebgram, artis dan *public figure* yang mengiklankan suatu produk secara online disebut *Endorser*, menurut Terence A. Shimp *Endorser* yaitu pendukung iklan atau yang dikenal juga sebagai bintang iklan dalam mempromosikan produknya. *Endorser* terbagi dalam dua jenis yaitu jenis *Typical-Person Endorser* adalah dimana suatu produk yang diiklankan oleh orang yang tidak terkenal, biasanya dilakukan oleh *affiliate* dalam mengiklankan atau memasarkan produk yang nantinya *affiliate* mendapatkan komisi dari produk yang terjual. Yang kedua, jenis *Celebrity Endorser* adalah menggunakan orang yang terpandang atau tokoh publik dalam mengiklankan suatu produk, artinya untuk mendukung dan memperkuat citra suatu produk perlu diiklankan oleh orang terpandang atau tokoh publik supaya produk tersebut mendapatkan perhatian dari customer dan konsumen.²

Sedangkan di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Endorsement* memiliki arti sebagai pendukung atau penunjang. *Endors* atau *endorsement* dalam strategi pemasaran online merupakan bantuan dukungan dan saran yang diberikan untuk sebuah perusahaan produk atau jasa yang dilakukan langsung oleh seorang

¹ Gayatri Hutami Putri and Bhina Patria, "Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram Terhadap Minat Beli Remaja Putri," *Gajah Mada Journal of Professional Psychology (GamaJPP)* 4, no. 1 (2018): 33–41, <https://doi.org/10.22146/gamajpp.45347>.

² Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Erlangga, 2007).

public figure yang mempunyai pengaruh besar pada masyarakat, seperti artis atau selebriti.³

Menggunakan artis atau selebriti sebagai *endorsement* banyak keuntungannya, sebagaimana disampaikan oleh Agrawal dan Kamakura dalam jurnalnya bahwa keuntungan *endorsement* dengan menggunakan selebriti untuk *endors* dapat didokumentasikan dengan baik di berbagai literatur pemasaran.⁴ Oleh karena itu, dengan menggunakan artis atau selebritas yang bekerjasama dengan perusahaan dapat menciptakan citra yang seimbang antara perusahaan dengan artis atau selebritas tersebut.⁵ Keuntungan selanjutnya, menggunakan nama artis atau selebriti dalam hal *endorsement* sangat berpengaruh dalam dunia periklanan atau pemasaran. *Owner* atau para pengusaha tentunya akan mencari orang-orang terpandang yang memiliki ketenaran di dalam dunia media sosial, yang mampu memberikan nilai tambah pada produk dan pengaruh ketertarikan pada konsumen, sehingga masyarakat sangat memiliki kepercayaan penuh terhadap produk yang dipakai atau yang dipasarkan. Artinya, dalam hal *endorsement* perusahaan mencari sosok yang memiliki banyak penggemar atau *fans* supaya produk tersebut dapat mencapai atau menembus target pasar di dalam negeri atau luar negeri.

Perkembangan strategi *endorsement* yang semakin ketat dan pesat maka juga akan berbagai macam cara yang dilakukan. Salah satu cara tersebut dengan menjadikan anak dibawah umur sebagai pelaku *endors*. Hal tersebut patut menjadi perhatian khusus, sebab seorang anak dibawah umur sejatinya belum waktunya untuk terlibat dalam praktek kerja. Anak dibawah umur yang sudah terlibat dalam praktek kerja dengan menggunakan media atau alat kontrak kerja maka sangat terikat dengan Pasal 1329 BW KUH Perdata, menurut Pasal 1329 BW KUH Perdata menyatakan bahwa setiap orang berhak mengadakan perjanjian kecuali bila dinyatakan tidak cukup untuk itu. Selain itu juga terikat dengan Pasal 1330 BW yang mengatur bahwa orang yang tidak cakap meliputi anak yang masih di bawah umur dan orang yang masih dalam perwalian.

³ C I Aletheia, "Endorsement Dalam Mempengaruhi Citra Produk," " *Jurnal Manajemen: Untuk Ilmu Ekonomi Dan Perpustakaan* 4 no 2 (2020): 1-7, https://eprints.unmer.ac.id/id/eprint/1888/1/CMI_IDDO.pdf.

⁴ Aletheia.

⁵ Aletheia.

Selanjutnya, hal yang menjadi pertanyaan adalah apakah seorang anak dibawah umur dapat diakui sebagai seseorang yang sah melakukan transaksi, hal ini menjadi pro dan kontra karena anak dibawah umur masih dalam pangkuan ibu atau pengasuhnya, namun fakta di media sosial ada beberapa anak artis yang statusnya dibawah umur melakukan transaksi. Sebut saja dari pasangan terkenal Raffi Ahmad dan Nagita Slavina yang mempunyai anak bernama Rafathar. Selebritis Raffi Ahmad dan Nagita Slavina mempunyai akun @raffinagita1717 dengan jumlah pengikut 75,1 juta melibatkan peran anaknya dalam bidang promosi iklan di instagram milik pribadinya. Postingan dalam instagram tidak hanya membagikan momen bersama keluarga, akan tetapi mempromosikan barang-barang yang bermerek dengan *brand* ternama bersama anaknya. Hal serupa juga dilakukan oleh Zaskia Adya Mecca yang melibatkan lima orang anaknya untuk mempromosikan barang bermerek dengan *brand* yang terkenal di akun istagramnya yang bernama @zaskiaadyamecca. Hal ini dipandang sebagai tindak komodifikasi anak, yaitu Zaskia sebagai ibu menjadikan anak-anaknya sebagai komoditas dan objek promosi.

Selain menjadi perhatian dalam keabsahan anak dibawah umur dalam melakukan transaksi sebagai *endorsement*, juga menjadi perhatian dalam syariat islam, apakah islam membolehkan atau tidak, atau bahkan mengharamkan. Sebab *endorsement* dalam syariat islam adalah hal yang baru yang tentu hukumnya masih dipertanyakan, apalagi terkait dengan anak dibawah umur yang menjadi *endorsement*.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif (*normative legal research*), yaitu penelitian yang didasarkan pada analisis dokumen hukum berupa asas dan teori hukum serta peraturan perundang-undangan yang sejalan dengan penelitian.⁶ Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum

⁶ Ansori, "Implementasi Pengaturan Fasilitasi Pesantren Dalam Pengembangan Koperasi Pondok Pesantren Abstrak: Kata Kunci: Pendahuluan Pesantren Adalah Lembaga Pendidikan Islam Yang Dilaksanakan Oleh Komunitas Ummat Islam Di Indonesia , Pendidikan Pesantren Keagama," *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law* 4, no. 1 (2022): 109-22.

yang dihadapinya.⁷ Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder. Penggalian terhadap akun Instagram artis Indonesia yang melibatkan anak-anaknya dalam kegiatan *endorsement*, akan dikaitkan dengan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan Undang-undang nomor 23 Tahun 1947 tentang burgerlijk wetboek voor Indonesie atau biasa disingkat sebagai BW/KUHPerdata sebagai bahan hukum primer dalam penelitian ini, juga terdapat bahan hukum sekunder yang berupa buku-buku yang ditulis oleh ahli hukum, journal-journal, dan penelitian hukum yang mutakhir. Serta terakhir menggunakan bahan hukum tersier yang berupa kamus, ensiklopedia atau bahan lain yang dapat menunjang penelitian ini. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*).⁸ Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regulasi yaitu teknik pengaturan analisis yang dilakukan dengan menelaah dan menyimpulkan, mempelajari dan menganalisis tujuan hukum, nilai-nilai keadilan, berlakunya aturan hukum, konsep hukum dan norma hukum yang terdapat dalam bahan hukum primer, sekunder serta tersier.

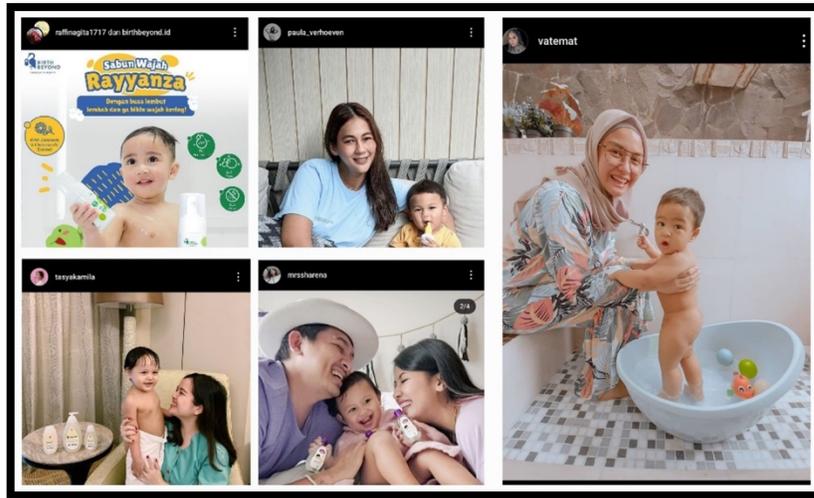
Endorsement yang dilakukan oleh Anak di Bawah Umur

Dalam penelitian ini menganalisis praktek *endorsement* yang dilakukan oleh para artis dan selebriti di media sosial Instagram nya. Semua artis sangatlah aktif memposting kegiatannya secara online, terlihat dari akun-akun Instagram resminya terlihat postingan-postingannya berisikan kegiatan sehari-hari, apabila ditelusuri lebih mendalam sebetulnya banyak artis atau selebriti yang menggunakan istagram dalam memposting kegiatannya sehari-hari, namun jika dicermati lebih detail terdapat beberapa postingan artis atau selebriti yang melibatkan anak-anak mereka dalam proses *endorsement*. yang dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini.

⁷ Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, Penelitian Hukum Normatif: *suatu tinjauan singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013, hal 13

⁸ Ansori, "Implementasi Pengaturan Fasilitas Pesantren Dalam Pengembangan Koperasi Pondok Pesantren Abstrak: Kata Kunci: Pendahuluan Pesantren Adalah Lembaga Pendidikan Islam Yang Dilaksanakan Oleh Komunitas Ummat Islam Di Indonesia , Pendidikan Pesantren Keagama."

Gambar 1: foto anak dari selebriti yang terlibat dalam endorsement.



Sumber; instagram

Maksud gambar di atas bermaksud untuk menampilkan nama-nama artis atau selebriti yang melibatkan anaknya menjadi *endorsement*. Masing-masing artis atau selebriti mempunyai cara masing-masing untuk mengambil sebuah brand yang ingin di endorsnya. Dari gambar atas sebelah kiri adalah anak dari raffi ahmad yang sedang memegang sabun wajah untuk anak-anak dari brand *birth beyond*. Gambar atas ditengah adalah anak dari paula yang sedang memegang baby mild shampo produk dari brand Ms Glow Kids. Gambar tengah bawah adalah anak dari sharena yang sedang memegang telon oil produk dari sleek baby. Gambar kiri bawah adalah anak dari artis tasya kamila yang anaknya sedang memegang produk dari johnson's, sedangkan yang terahir gambar paling kanan adalah anak dari revalina yang sedang memandikan anaknya sekaligus mengendors barang yang dipakainya, kalau di tulusuri dia sedang mengendors produk dari brand *ottersgoods* yang bergerak dibidang peralatan bayi atau peralatan anak.. *Endorsement* anak tersebut dapat diklasifikasikan pengiklanan produk kesehatan dan kecantikan bayi dan anak. Sedangkan di media sosial artis lainnya ada yang mengiklankan peralatan bayi, peralatan anak dan fasyen (*fashion*), sebagaimana dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini.

Gambar 2: foto anak dari ratna galih, ryna dea, revalina dan irish bella.



Sumber: Instagram

Gambar kiri atas adalah anak dari ratna galih yang sedang mengendors sebuah mainan anak-anak produk dari brand micro scooters Indonesia, sebuah brand yang menyediakan alat-alat main untuk anak-anak. Gambar tengah atas adalah anak dari Donita selebriti ternama di Indonesia yang juga sering menerima endors, gambar di atas tampak seorang anak buah hatinya Bersama Donita yang memakai baju foto tentunya mengendors dari sebuah produk minitoday yang bergerak dibidang pakaian bayi dan anak-anak. Gambar kiri bawah adalah anak dari Irish Bella dilihat dari postingannya dia sedang mengendors tempat tidur dari sebuah produk dari brand premium brand for baby products, Dimana brand yang menyediakan peralatan bayi dan peralatan anak-anak. Gambar tengah bawah adalah anak dari Ryana Dea selebriti ternama yang sering melibatkan anaknya menjadi model dan endorser, gambar diatas tampak anaknya bersantai di atas stroller, barang yang di pakai atau di endors adalah produk dari brand yang bernama Nuna Indonesia diaman brand yang bergerak di bidang peralatan bayi atau paralatan anak. Selanjutnya gambar kanan atas adalah anak dari sandra dewi yang sedang foto bersama dengan anaknya dan didepannya ada cemilan untuk anak-anak, dimana cemilan tersebut di produksi oleh yummy bites yaitu bergerak dibidang makanan dan

cemilan untuk anak-anak atau bayi. Sedangkan gambar kanan bawah adalah anak dari zaskiya dimana anak nya sedang tanpak memakai baju, celana dan tas dari mooii heartmade brand besar yang bergak dibidang fashion untuk anak-anak dan bayi.

Berdasarkan hasil data tersebut, *endorsement* yang dilakukan oleh anak untuk mengenalkan sebuah produk dari salah satu *brand* internal dan eksternal, sehingga Raffi Ahmad, Sahrena Delon, Sandra Dewi, Paula, Revalina, Temat, Ryana Dea, Tasya Kamila, Donita Nugroho, Irish Bella, Ratna Galih, Dan Zaskiya Adya Mecca harus melakukan kontrak perjanjian kerja pada sebuah *brand* tersebut. Berfariasi yang diendors oleh artis Kebanyakan yang di endors oleh anak-anak artis adalah produk Kesehatan, peralatan anak dan bayi, fasyen anak, dan kecantikan.

Merujuk pada kajian keabsahan perjanjian yang dilakukan oleh anak dibawah umur dan menurut hukum islam di Indonesia mengahsilkan akibat hukum bahwa anak dari Raffi Ahmad, Sahrena Delon, Sandra Dewi, Paula, Revalina, Temat, Ryana Dea, Tasya Kamila, Donita Nugroho, Irish Bella, Ratna Galih, dan Zaskiya Adya Mecca yang status umurnya dibawah umur dapat melakukan kegiatan *endorsement* dengan adanya kontrak perjanjian melalui pengawasan dan persetujuan wali atau orang tuanya, dan apabila tetap dilakukan perjanjian oleh anak dibawah umur tanpa adanya persetujuan dari orang tua atau walinya menurut peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2008 menyatakan bahwa anak yang belum berusia 18 tahun disebut sebagai anak yang masih belum cakap hukum, artinya anak tidak dapat melakukan semua kontrak atau perjanjian, sehingga anak dibawah umur yang melakukan kontrak *endorsement* tidak sah.

Namun apabila syarat subjek hukum terpenuhi dalam melakukan perjanjian kontrak dengan adanya putusan hakim yang menyatakan perjanjian kontrak anak dibawah umur atas persetujuan pengampunya maka perjanjian tersebut sah demi hukum dan sesuai dengan ketentuan undang-undang. Maka dari itu anak dari Raffi Ahmad, Sahrena Delon, Sandra Dewi, Paula, Revalina, Temat, Ryana Dea, Tasya Kamila, Donita Nugroho, Irish Bella, Ratna Galih, dan Zaskiya Adya Mecca dalam melakukan transaksi perjanjian harus ada persetujuan dari pengampu atau walinya sebagai syarat subjektif yang dikeluarkan oleh hakim pengadilan.

Keabsahan Kontrak Endorsement bagi Anak di Bawah Umur

Kontrak dalam Bahasa Belanda (*Overeen-komst*) adalah kasus di mana dua orang atau lebih bersama-sama melakukan tindakan tertentu yang tercantum didalam dokumen. Sedangkan kontrak secara istilah adalah (*al-aqdu*) yaitu, perjanjian, kesepakatan, dan perikatan. *Ijab* (pernyataan melakukan suatu ikatan) dan *qabul* (pernyataan kesanggupan melakukan suatu ikatan, sesuai atas kehendak syariat yang mempengaruhi pada objek perikatan.⁹ Secara etimologis perjanjian atau kontrak dapat diartikan sebagai: "perjanjian atau persetujuan adalah suatu perbuatan dimana seseorang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu pihak atau lebih.¹⁰ Begitu pula dalam kamus Black's Law Dictionary disebutkan bahwa, "contract; An agreement between two or more person which creates an obligation to do or not to do a peculiar thing. Its essential are competent parties, subject matter, a legal consideration, mutuality of agreement, and mutuality of obligation." Kontrak di sini diartikan sebagai persetujuan antara dua orang atau lebih yang menimbulkan kewajiban untuk melakukan atau tidak melakukan suatu hal tertentu.

Definisi kontrak juga disampaikan oleh Van Dunne, bahwa kontrak adalah hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kesepakatan untuk menciptakan hukum. Sedangkan menurut Charies L. Knapp & Nathan M. Crystal; "contract is an between two or more personot merrly a share belief, but common understanding as to something that is to be done in the future by one or both of them."¹¹ Charies L. Knapp & Nathan M. Crystal menyebutkan ada beberapa bentuk kontrak di dalam hukum perdata, yaitu Kontrak lisan yang merupakan suatu kontrak yang dilakukan oleh para pihak secara lisan (*oral control*), yang tidak tertulis dalam akta dibawah tangan maupun akta otentik. Di dalam kontrak lisan terkandung suatu janji yang mengungkapkan kehendak atas sesuatu yang pastinya ada suatu hal yang diperjanjikan. Menurut Pasal 130 KUH

⁹ Nuraziza Dya Arini and Mohammad Karim, "Keabsahan Akad Jual Beli Menggunakan Bahasa Yang Berbeda Perspektif Hukum Islam Di Bangkalan" 2, no. 2 (2021): 110-17.

¹⁰ M.S.I. Amaliyah Fadhillah Rohmah, Rudi Hermawan, S.H.I., "Tinjauan Hukum Islam Pada Praktik Kerjasama Peternak Bisnis Ayam Broiler," *Et-Tijarie: Jurnal Hukum Dan Bisnis Syariah* vol 6 no 1 (2019).

¹¹ Arfiana Novera and Meria Utama, *Dasar-Dasar Hukum Kontrak Dan Arbitrase, Tunggal Mandiri*, 2014.

Perdata, kontrak lisan adalah perjanjian antara para pihak yang dilakukan hanya secara lisan atau seperti yang disepakati oleh para pihak. Kontrak-kontrak sejenis kesepakatan konsensual dan faktual dari perbedaan diilhami oleh hukum Romawi karena menurut hukum Romawi tidak hanya disepakati tetapi harus diucapkan dengan kata-kata dan harus berdasarkan penugasan yang sebenarnya. Kontrak tertulis merupakan sebuah perjanjian yang dibuat secara tertulis oleh para pihak, sebagaimana diatur dalam Pasal 1682 KUH Perdata tentang perjanjian waralaba, yang harus dibuat dengan akta notaris. Kontrak ini terbagi menjadi 2 jenis yaitu berupa akta di bawah tangan yang dibuat lengkap dan ditandatangani oleh para pihak dan akta notaris yang disahkan atau dihadapan notaris.

Istilah kontrak dalam Bahasa Indonesia disebut sebagai perjanjian, Djumadi menjelaskan bahwa perjanjian adalah suatu peristiwa dimana satu orang berjanji kepada yang lain atau dua orang yang saling berjanji untuk melakukan sesuatu. Hubungan antara dua orang yang mengadakan perjanjian mengakibatkan timbulnya suatu pengikatan berupa hak dan kewajiban kedua belah pihak terhadap suatu prestasi. Perjanjian merupakan salah satu sumber perikatan yang menimbulkan kewajiban bagi satu pihak atau lebih dalam perjanjian.¹²

Istilah perjanjian dikenal juga dalam hukum perdata, sebagaimana dalam pasal 1313 kitab undang-undang hukum perdata ditentukan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih terhadap satu orang atau lebih. Unsur-unsur perjanjian kerja diatur dalam pasal 1320 KUH Perdata yang mengatur bahwa sahnya perjanjian itu:

Kesepakatan kedua belah pihak; Kata kesepakatan dalam perjanjian adalah para pihak yang mengadakan perjanjian harus menyetujui atau menyepakati hal-hal pokok atau materiil yang akan disepakati, dimana perjanjian itu harus dibuat tanpa paksaan atau penipuan. Yang disebut paksaan (*dwang*) adalah setiap perbuatan yang mengancam atau merintangai kebebasan, termasuk dalam perbuatan paksaan. Sedangkan penipuan dapat terjadi karena

¹² Khusnus Sa'adah, Syafrudin, and Achmad Otong Busthomi, "Pekerja Anak Di Bawah Umur Menurut Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah," *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* 2, no. 1 (2019): 1-19.

suatu fakta sengaja disembunyikan atau informasi sengaja diberikan secara tidak sengaja dengan menggunakan tipu daya. Pertama, kesalahan orangnya, kebingungan datang dari orang itu. Kedua, kesalahan isi, kebingungan mengenai sifat-sifat suatu objek. Ketiga, kesalahan atau kerancuan (*dwaling*) dalam hal ini memiliki dua kesalahan pembacaan.

Kemampuan atau kecakapan melakukan perbuatan hukum; Menurut pasal 330 KUH Perdata mengatakan bahwa ketika seseorang melakukan perbuatan hukum ketika dia berusia 21 tahun, dia masih bisa berpikir jernih. Sedangkan yang tidak memiliki kewenangan hukum adalah orang-orang di bawah umur dan bangsal serta mereka yang masih lajang bagi perempuan. Mahkamah Agung melalui Putusan No. 447/Sip/1976 memutuskan bahwa dengan penerapan UU No. 1 Tahun 1974, batas masa tahanan adalah 18 tahun, bukan 21 tahun. Seseorang yang telah dewasa dapat dikatakan cakap mengadakan perjanjian, jika orang itu masih dalam perwalian (kurator atau perwalian). Seseorang selalu dikendalikan jika dia gila, bodoh (*onnoozelheid*), bermata hitam (*razernij*), lemah (*zwakheid van vermogens*) dan boros.

Suatu hal tertentu; Pasal 1333 KUH Perdata mengatur bahwa pokok perjanjian adalah benda yang sekurang-kurangnya ditentukan sifatnya. Ketidakpastian jumlah barang tidak menjadi kendala, selama jumlahnya dapat ditentukan atau dihitung kemudian dan memiliki *zaak* atau objek yang pasti. J. Satrio berkesimpulan bahwa yang tersirat dalam perjanjian adalah bahwa pokok-pokok pelaksanaan perjanjian itu, isi pelaksanaannya harus pasti atau setidaknya-tidaknya dapat ditentukan jenisnya.

Suatu sebab yang halal; Artinya dalam perjanjian apa yang kedua belah pihak dapatkan dalam perjanjian, tidak boleh mengadakan perjanjian tanpa tujuan bersama atau karena sesuatu yang salah dan dilarang. Apabila perjanjian itu dibuat tanpa ada masalah hukum, maka perjanjian itu batal demi hukum.

Adanya perjanjian kerja dalam Pasal 1320 KUH Perdata adalah suatu kepastian. Pekerjaan yang ditandatangani merupakan pokok perjanjian kerja antara pekerja dengan pemberi kerja, akibat hukum dari perjanjian ini menimbulkan hak dan kewajiban para pihak. Subjek perjanjian (pekerjaan) harus legal, yaitu tidak bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum, dan kesusilaan.

Selanjutnya, dalam *endorsement* sendiri terdapat kontrak perjanjian, meskipun perjanjian *endorse* sendiri tidak diatur dalam undang-undang khusus. Sebenarnya, perjanjian *endorsement* bisa juga disebut *system* perjanjian, karena perjadiannya lewat online maka disebut perjanjian *digital* sebagai pengganti kertas dan sangat efisien bagi perusahaan-perusahaan yang menggunakan jasa *endorsement*. Perjanjian ini juga dapat dilakukan secara lisan atau melalui chat atau telepon, perjanjian seperti ini tidak menguras tenaga, lebih efisien dan tidak banyak pengeluaran dana.

Kembali pada titik permasalahan ketika anak dibawah umur melakukan perjanjian kontrak atau menandatangani perjanjian kontrak pekerjaan baik di perusahaan atau agensi artis atau model iklan, lalu apakah perjanjian kerja ini dilaksanakan sesuai dengan ketentuan hukum perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata, sedangkan kedua belah pihak ketika mengadakan perjanjian harus sah secara hukum. Namun setiap perusahaan mempunyai aturan dan kebijakan masing-masing.¹³

Mengingat syarat perjanjian Pasal 1320 KUH Perdata tersebut tidak memenuhi, maka seharusnya perjanjian itu batal, artinya sejak semula perjanjian itu dianggap tidak pernah ada. Apabila yang tidak dilakukan merupakan permintaan subyektif maka akibat hukum perjanjian itu dapat batal, maksudnya perjanjian itu dapat batal ialah bahwa perbuatan itu batal sesudah ada keputusan pembatalan perbuatan oleh hakim. Oleh karena itu, perjanjian tersebut sah menurut hukum sepanjang belum dibatalkan oleh hakim. Dengan demikian, hubungan hukum yang terjalin antara anak dengan badan atau organisasi didasarkan pada adanya hubungan kerja bagi kedua belah pihak dimana anak diwakili oleh orang tua atau wali berdasarkan perjanjian kerja karena anak masih belum mampu mengambil tindakan hukum secara mandiri. Memang, anak tergolong sebagai orang yang tidak memiliki kewenangan untuk menggugat.

Menurut interpretasi dan pemaparan ini, perjanjian kerja antara pekerja di bawah umur dengan *owner* berdasarkan undang-undang yang mengatur hal ini tidak sah menurut undang-undang, namun jika

¹³ Aminnullah and Hanafi, "The Model Of Legal Contract Between Courier And Expedition Company In Pamekasan Regency," *Trunojoyo Law Review (TLR)* 6, no. 1 (2024): 1-16, <https://journal.trunojoyo.ac.id/trunojoyo-law-review/article/view/22005/9314>.

syarat subjek hukum terpenuhi dalam melakukan perjanjian kontrak dengan adanya putusan hakim yang menyatakan perjanjian kontrak anak dibawah umur atas persetujuan pengampunya maka perjanjian tersebut sah demi hukum dan sesuai dengan ketentuan Undang-Undang, Kesusilaan dan ketertiban umum.¹⁴

Dalam suatu bisnis tidak terlepas dari masalah yang dilakukan oleh pelaku usaha yang berhubungan dengan pelayanan konsumen, maka pelaku usaha harus menjunjung tinggi hak konsumen.¹⁵ Dalam hukum islam dan undang-undang pasal 4 No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen telah mengatur mengenai pertanggung jawaban pelaku usaha, akan tetapi pelaku usaha yang dalam menjalankan bisnisnya belum sesuai aturan tersebut.¹⁶ Namun selanjutnya, hal tidak kalah pentingnya terkait dengan *endorsement* yaitu tidak lepas juga dari masalah etika periklanan yang dilakukan oleh *endorser* dengan badan atau perusahaan, peraturan etika tersebut dapat ditemui dalam pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahwa perusahaan di bidang periklanan tidak diperbolehkan membuat iklan yang menimbulkan kesalahpahaman pada konsumen tentang mutu, jumlah, bahan baku, kegunaan, harga barang dan jasa serta batas waktu penerimaan barang atau jasa; Penipuan jaminan atas barang dan/atau jasa; Berisi informasi palsu, tidak akurat atau tidak benar tentang barang dan/atau jasa; Tidak memuat informasi tentang risiko yang terkait dengan penggunaan barang dan/atau jasa; Mengeksploitasi peristiwa dan orang tanpa izin dari pejabat yang berwenang atau persetujuan dari orang yang bersangkutan; Pelanggaran Etika dan/atau Peraturan Perundang-undangan Periklanan.

¹⁴ Kanyaka Prajnaparamita, "Perlindungan Tenaga Kerja Anak," *Administrative Law and Governance Journal* 1, no. 2 (2018): 215-30, <https://doi.org/10.14710/alj.v1i2.215-230>.

¹⁵ Nur Alimah, Asti Sri Mulyani, and Temmy Fitriah Alfiani, "Legal Protection Of Consumers Against The Circulation Of Illegal And Dangerous Cosmetics That Harm Consumers In Indonesia," *Trunojoyo Law Review (TLR)* 5, no. 2 (2023): 90-102, <https://journal.trunojoyo.ac.id/trunojoyo-law-review/article/view/20864/8646>.

¹⁶ Busro Karim Ilmi Rosidah, "Tinjauan Hukum Islam Dan UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Jasa Laundry," *Et-Tijarie: Jurnal Hukum Dan Bisnis* vol 6 no 1 (2019).

Endorsment Bagi Anak Dibawah Umur Menurut Hukum Islam Indonesia

Endorsement adalah program pemasaran interaktif yang menggunakan personalitas seperti artis, *fashion blogger*, *fashion stylist*, dan lain-lain sebagai alat untuk mendukung dan menunjang minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan secara online dengan cara dan prosedur yang sesuai dengan ketentuan syariah. Persetujuan merupakan bentuk mu'amalah yang wajar dalam Islam, sepanjang dalam semua proses perdagangan dijaga dari apa yang dilarang oleh peraturan syariah, seperti yang dijelaskan dalam aturan Fiqhiyyah, bahwa: "Pada dasarnya semua bentuk mu'amalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya."

Endorsement disetujui sebagai bagian dari mu'amalah, komentar yang menjadi acuan dalam hukum Islam Indonesia adalah Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), Fatwa Nahdlatul Ulama dan Kompilasi Hukum Islam. MUI memandang perlu adanya undang-undang sebagai pedoman dalam penyelenggaraan mu'amalah melalui jejaring sosial. Hal itu tertuang dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 tentang Undang-Undang dan Pedoman Mu'amalah Melalui Jejaring Sosial.

Dalam praktik *endorsement influencer* anak-hingga-dewasa, jika ditemukan tidak sesuai dengan ketentuan fatwa, maka pemrosesan tersebut akan melanggar aturan pembuatan konten yang dimaksudkan untuk menyembunyikan kebenaran dan memanipulasi publik, sehingga diharapkan *influencer* lebih berhati-hati, teliti, dan jujur dalam membuat dan menyebarkan konten yang berpedoman pada syariat Islam.

Dalam ketetapan Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang hukum dan pedoman mu'amalah melalui media sosial, bahwa setiap muslim dalam aktivitas mu'amalah baik dalam kehidupan nyata maupun dalam jejaring sosial, harus dilandasi oleh iman dan taqwa, kebajikan (*mu'asyarah bil ma'ruf*), persaudaraan (*ukhuwwah*), saling menghormati kebenaran (*al-haqq*), serta ajakan kepada kebaikan (*al-amr bi al-ma'ruf*) dan menangkal kejahatan (*al-nahyu 'an al-munkar*). Beberapa hal yang harus dipatuhi oleh setiap muslim yang melakukan kegiatan mu'amalah adalah:

1. Selalu tingkatkan iman dan kesalehan, kurangi ketidakpercayaan dan ketidaktaatan.

2. Memperkuat persaudaraan (*ukhuwwah*), baik persaudaraan muslim (*ukhuwwah Islamiyyah*), persaudaraan kebangsaan (*ukhuwwah wathaniyyah*) maupun persaudaraan kemanusiaan (*ukhuwwah insaniyyah*).
3. Meningkatkan kerukunan seluruh umat beragama dan otoritas.

Selanjutnya, berkaitan dengan perjanjian *endorsement* sangat dekat dengan akad ijarah, Akad ijarah dapat dilakukan oleh orang atau badan yang berbadan hukum maupun tidak berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Artinya tidak hanya dapat dilakukan antar individu, tetapi Ijarah juga dapat dilakukan antara individu dengan badan hukum atau yang biasa dikenal dengan korporasi atau merek besar.

Menurut Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No.09/DSN/MUI/IV/2000:7 "Ijarah adalah akad pemindahan hak pakai (manfaat) atas barang atau jasa untuk jangka waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*), tanpa pemindahan kepemilikan barang." Selain fatwa MUI terkait ijarah, juga dapat ditemukan dalam Peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 tentang Akad pengumpulan dan penyaluran modal kepada bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. disebutkan dalam Pasal 1 ayat (10) bahwa "Ijarah adalah transaksi penyewaan suatu barang dan/atau pembayaran upah kepada usaha jasa untuk jangka waktu tertentu dengan pembayaran sewa atau biaya jasa. Maka untuk memperjelas suatu hukum dalam suatu mu'amalah, ada ketentuan syarat dan rukun Ijarah atau Sewa-menyewa, yaitu :

1. Penyewa dan orang menyewakan harus dewasa dan masuk akal.
2. Sewa dilakukan atas kehendak sendiri, bukan karena terpaksa.
3. Properti secara otomatis menjadi penyewa atau tutornya.
4. Identifikasi barang, kondisi dan karakteristiknya.
5. Manfaat yang diperoleh dari barang tersebut harus diketahui dengan baik oleh kedua belah pihak.
6. Umur simpan barang harus dinyatakan dengan jelas.
7. Harga sewa dan cara pembayaran juga harus ditetapkan dengan jelas dan disepakati oleh kedua belah pihak.

Berdasarkan pembahasan diatas, maka *endorsement* anak dibawah umur tidak memenuhi syarat dan rukun ijarah atau sewa-

menyewa, karena anak yang disewa sebagai *endors* masih belum baligh dan berakal sehat atau tidak cakap hukum. Mengenai kewenangan hukum untuk mengadakan suatu kontrak, juga diatur dalam Pasal 2 sampai dengan Pasal 5 Hukum Ekonomi Syariah yang diatur dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2008, bahwa:

1. Seseorang dianggap memiliki kapasitas tindakan sipil ketika ia telah berusia 18 tahun penuh atau telah berkeluarga.
2. Pedagang yang berbadan hukum atau bukan badan hukum berhak mengajukan gugatan apabila tidak dinyatakan pailit berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.
3. Dalam hal anak berusia di bawah 18 tahun, ia berhak meminta kepada pengadilan untuk mengakui kapasitas tindakan yudisialnya.
4. Dalam hal orang tersebut telah berumur 18 tahun penuh atau memiliki keluarga tetapi tidak dapat mengajukan tuntutan hukum, keluarga tersebut berhak mengajukan petisi untuk meminta pengadilan untuk mengidentifikasi wali bagi orang tersebut.
5. Dalam hal suatu badan hukum bangkrut atau pailit, atas permohonan pihak yang bersangkutan, pengadilan dapat mengangkat pengurus bagi badan hukum tersebut.

Peraturan Mahkamah Agung ini memperjelas bahwa anak dibawah umur yaitu anak yang belum berusia 18 tahun disebut sebagai anak yang tidak cakap hukum, artinya anak tidak dapat melakukan semua kontrak atau perjanjian, sehingga anak dibawah umur yang melakukan kontrak *endorsement* tidak sah.

Sedangkan dalam Komplikasi Hukum Islam (KHI) terkait dengan *endorsement* bagi anak di bawah umur bukan termasuk dalam kedudukan KHI, dikarenakan komplikasi hukum islam hanya terdiri atas 3 buku diantaranya yaitu Buku I tentang perkawinan, Buku II tentang kewarisan, dan Buku III tentang perwakafan. Aspek komplikasi hukum islam yang terdiri dari 229 pasal dibagi sesuai porsi distribusi yang berbeda-beda. Urutan porsi tersebut dimulai dari hukum kitab perkawinan, hukum waris dan terakhir hukum wakaf. UU Perkawinan terdiri dari 19 bab yang terdiri dari 170 pasal, hukum waris terdiri dari 6 bab yang terdiri dari 43 pasal (pasal 171 sd 214), sedangkan UU wakaf terdiri dari 5 bab yang terdiri dari 12 pasal

(pasal 215 sd 228). Harusnya persetujuan terkait juga ditentukan dalam KHI.

Selanjutnya, berdasarkan fatwa Nadlatul Ulama tidak memfatwahkan secara khusus tentang anak di bawah umur dalam melakukan perjanjian *endorsement* tetapi memfatwahkan atau mengatur hukum media sosial atau jual beli online. Hal ini dapat ditemukan dalam Keputusan Sidang Umum PBB ke-23 di Asrama Haji Saudiang Makassar, 2010/*maudlu'iyah*, solusi *ahkamul fuqaha* terhadap masalah-masalah praktis dalam hukum Islam keputusan kongres, munas, dan konbes nahdlatul ulama 1926-2010 M, Adapun pertanyaannya berisi "Pandangan Muslim tentang akad *bai'* dan munakahat dengan menggunakan fasilitas telekomunikasi modern, *telekonferensi*, telepon, surat elektronik (*e-mail*), *short message service* (SMS) dan sarana lainnya?" maka jawabannya adalah akad jual beli dengan cara di atas dianggap *fi hukm ittihad al-majlis* maka akad jual beli tersebut sah karena setiap *muta'qidain* mengenal dirinya sendiri dan mengetahui benda (*al-mabi'*) sehingga tidak ada *gharar* (keraguraguan).), dengan izin *taradhin* (suka dan suka) dan qabul akan terwujud. Sedangkan untuk akad munakahat, ketentuan di atas tidak berlaku.¹⁷ Oleh karena itu, hukum akad jual beli barang secara online melalui alat elektronik adalah sah apabila sebelum bertransaksi kedua belah pihak telah melihat *mabi'* (barang yang dipertukarkan) atau telah dijelaskan tentang sifat barang, jenis barang dan memenuhi semua syarat dan rukun jual beli lainnya. Salah satu syarat dan rukun jual beli adalah harus sudah baligh, artinya orang yang berjual beli telah mencapai usia dewasa, maka jika ia terlibat dalam persetujuan anak di bawah umur ada kemungkinan dianggap ilegal menurut Islam. hukum. hukum.

Beberapa fatwa yang sudah dikemukakan diatas, menjadi referensi dalam menyikapi suatu permasalahan terutama terkait masalah *endorsement* anak dibawah umur, maka dapat ditarik kesimpulan *endorsement* merupakan bentuk mu'amalah yang wajar dalam agama Islam, selama transaksi tersebut dilindungi dari segala hal yang tidak bertentangan dengan syariat ajaran agama islam, *endorsement* didalam agama islam merupakan solusi terhadap

¹⁷ Nurul Afifah and Nur Lailatul Musyafa'ah, "ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI ONLINE," *Maliya : Jurnal Hukum Bisnis Islam* 9, no. 1 (2019): 118-37.

kebutuhan pasar yang penerapan bisnisnya sesuai dengan nilai, etika dan kaidah agama.

Selanjutnya, mencermati beberapa fatwa dan peraturan yang telah dikemukakan bahwa *Endorsement* sangat erat kaitannya dengan bisnis atau perdagangan. Sedangkan dalam Islam memiliki wawasan yang komprehensif tentang persoalan bisnis atau perdagangan, terutama terkait dengan etika bisnis atau perdagangan. Etika bisnis dalam islam memberikan penjelasan bahwa perilaku bisnis atau perdagangan yang sesuai dengan Al-Quran dan sunnah harus memenuhi dan mendatangkan keberkahan serta rizki bagi semua pihak.¹⁸ Etika bisnis dalam islam setidaknya mencerminkan sifat *Shiddiq, Tabligh, Amanah, Fathanah*.

Didalam agama islam telah ditentukan batasan tentang kecakapan atau kedewasaan seseorang dalam melakukan perbuatan hukum dan dimintai pertanggungjawaban atas akibat perbuatannya. Oleh karena itu, ada beberapa tahapan seseorang dikatakan dewasa, antara lain;

1. Kedewasaan adalah usia dan kekuatan pemikiran dan perkembangan seseorang. Namun terdapat perbedaan pendapat, para ahli hukum Islam tidak sependapat bahwa tidak tepat menggeneralisasikan perlakuan terhadap seseorang pada kelompok usia yang berbeda, sehingga para ahli hukum Islam memberikan usia tujuh belas tahun sebagai usia matang berdasarkan Al-Qur' an dan As-Sunnah.
2. Memiliki kapasitas intelektual untuk menentukan usia mayoritas. Seseorang dikatakan dewasa jika ia cukup bijak dalam menentukan baik buruknya kehidupannya, melihat sesuatu dari sudut pandang yang positif, dan bijak dalam menyikapi suatu masalah atau situasi, terbuka untuk menerima pemikiran orang lain. dalam situasi yang sama. pendapat dan selalu aktif menerima pendapat. Dalam hal ini, usia tujuh belas tahun masih menyisakan perbedaan pendapat di antara mereka yang beranggapan bahwa pada usia tujuh belas tahun seseorang sudah atau belum memiliki kemampuan penalaran yang baik.

¹⁸ Eva Trisnawati, Abdul Wahab, and Hamid Habbe, "Implementasi Etika Berdagang Dengan Sifat Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathanah Pada Waroeng Steak and Shake Cabang Boulevard Makassar," *Economos: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 3 (2021): 177-83, <https://doi.org/10.31850/economos.v4i3.912>.

3. Baligh (dewasa)¹⁹ Ketika seseorang mencapai pubertas, ia dianggap dewasa, dapat membedakan antara yang baik dan yang jahat, dapat dianggap cukup berpikir dan bertindak.

Artinya berdasarkan batasan tentang kecakapan atau kedewasaan seseorang sebagaimana disebutkan diatas memberikan batasan bagi seorang dalam melakukan transaksi endorsement, anak dibawah umur yang menjadi *endors* menurut batasan tersebut tidak diperbolehkan, namun jika pengampunya atau orang tua si anak yang melakukan transaksi *endorsement* dan maka sah menurut hukum.

Penutup

Endorsement merupakan suatu promosi yang dilakukan oleh orang-orang selebritis yang diminta oleh *owner* dari suatu produk dan mendapatkan penghasilan yang sesuai, namun harus mencapai target pasaran sesuai dengan perjanjian kontrak. Maraknya sistem *endorsement* tidak hanya dilakukan oleh orang dewasa, melainkan seorang anak dibawah umur juga dapat melakukan kegiatan *endorsement* dengan adanya kontrak perjanjian melalui pengawasan wali atau orang tua. Namun, menurut peraturan Mahkamah Agung Nomer 2 Tahun 2008, menyatakan bahwa anak yang belum berusia 18 tahun disebut sebagai anak yang masih belum cakap hukum, artinya anak tidak dapat melakukan semua kontrak atau perjanjian, sehingga anak dibawah umur yang melakukan kontrak *endorsement* tidak sah. Namun syarat subjek hukum terpenuhi dalam melakukan perjanjian kontrak dengan adanya putusan hakim yang menyatakan perjanjian kontrak anak dibawah umur atas persetujuan pengampunya maka perjanjian tersebut sah demi hukum dan sesuai dengan ketentuan undang-undang.

Daftar Pustaka

- Afifah, Nurul, and Nur Lailatul Musyafa'ah. "ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI ONLINE." *Maliya: Jurnal Hukum Bisnis Islam* 9, no. 1 (2019): 118-37.
- Aletheia, C I. ""Endorsement Dalam Mempengaruhi Citra Produk," " *Jurnal Manajemen: Untuk Ilmu Ekonomi Dan Perpustakaan* 4 no 2 (2020): 1-7.

¹⁹ Sanawiah and Muhammad Zainul, "Hukuman Bagi Anak Menurut Ulama Dalam Perspektif Hukum Islam," *Jurnal Hadratul Madaniyah* 5, no. 1 (2018): 1-12.

- Alimah, Nur, Asti Sri Mulyani, and Temmy Fitriah Alfiani. "LEGAL PROTECTION OF CONSUMERS AGAINST THE CIRCULATION OF ILLEGAL AND DANGEROUS COSMETICS THAT HARM CONSUMERS IN INDONESIA." *Trunojoyo Law Review (TLR)* 5, no. 2 (2023): 90–102.
- Amaliyah Fadhillah Rohmah , Rudi Hermawan, S.H.I., M.S.I. "Tinjauan Hukum Islam Pada Praktik Kerjasama Peternak Bisnis Ayam Broiler." *Et-Tijarie: Jurnal Hukum Dan Bisnis Syariah* vol 6 no 1 (2019).
- Aminnullah, and Hanafi. "THE MODEL OF LEGAL CONTRACT BETWEEN COURIER AND EXPEDITION COMPANY IN PAMEKASAN REGENCY." *Trunojoyo Law Review (TLR)* 6, no. 1 (2024): 1–16.
- Ansori. "Implementasi Pengaturan Fasilitas Pesantren Dalam Pengembangan Koperasi Pondok Pesantren Abstrak: Kata Kunci: Pendahuluan Pesantren Adalah Lembaga Pendidikan Islam Yang Dilaksanakan Oleh Komunitas Ummat Islam Di Indonesia , Pendidikan Pesantren Keagama." *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law* 4, no. 1 (2022): 109–22.
- Arini, Nuraziza Dya, and Mohammad Karim. "Keabsahan Akad Jual Beli Menggunakan Bahasa Yang Berbeda Perspektif Hukum Islam Di Bangkalan" 2, no. 2 (2021): 110–17.
- Ilmi Rosidah, Busro Karim. "Tinjauan Hukum Islam Dan UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Jasa Laundry." *Et-Tijarie: Jurnal Hukum Dan Bisnis* vol 6 no 1 (2019).
- Novera, Arfiana, and Meria Utama. *Dasar-Dasar Hukum Kontrak Dan Arbitrase. Tunggal Mandiri*, 2014.
- Prajnaparamita, Kanyaka. "Perlindungan Tenaga Kerja Anak." *Administrative Law and Governance Journal* 1, no. 2 (2018): 215–30. <https://doi.org/10.14710/alj.v1i2.215-230>.
- Putri, Gayatri Hutami, and Bhina Patria. "Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram Terhadap Minat Beli Remaja Putri." *Gadjah Mada Journal of Professional Psychology (GamaJPP)* 4, no. 1 (2018): 33–41. <https://doi.org/10.22146/gamajpp.45347>.
- Sa'adah, Khusnus, Syafrudin, and Achmad Otong Busthomi. "PEKERJA ANAK DI BAWAH UMUR MENURUT TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARI'AH." *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* 2, no. 1 (2019): 1–19.

Moh. Anis

- Sanawiah, and Muhammad Zainul. "Hukuman Bagi Anak Menurut Ulama Dalam Perspektif Hukum Islam." *Jurnal Hadratul Madaniyah* 5, no. 1 (2018): 1-12.
- Shimp, Terence A. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga, 2007.
- Trisnawati, Eva, Abdul Wahab, and Hamid Habbe. "Implementasi Etika Berdagang Dengan Sifat Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathanah Pada Waroeng Steak and Shake Cabang Boulevard Makassar." *Economos : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 3 (2021): 177-83. <https://doi.org/10.31850/economos.v4i3.912>.