

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media berbagi informasi dan komunikasi berbasis internet dan media sosial saat ini sedang menjadi primadona dikalangan masyarakat. Hal ini disebabkan karena media berbagi informasi dan komunikasi berbasis internet dan media sosial dapat diakses dimana saja dan kapan saja dengan segala informasi yang tidak terbatas, sehingga memberikan kemudahan bagi para penggunanya tanpa harus dibatasi oleh ruang dan waktu. Sebagai contoh adalah kehadiran *youtube* sebagai media berbagi informasi dan komunikasi berbasis internet yang berbentuk situs web yang saat ini sedang banyak diminati bukan hanya di Indonesia tetapi juga diseluruh penjuru dunia. Sarana yang disediakan oleh *youtube* diantaranya adalah sarana pencarian informasi dalam bentuk video secara langsung . Selain menyediakan sarana pencarian informasi dalam bentuk video, pengguna *youtube* juga dapat berpartisipasi dengan cara mengunggah video ke situs web *youtube* dan video tersebut dapat dibagikan keseluruh penjuru dunia. Orang yang mengunggah video ke situs web *youtube* tersebut dikenal dengan sebutan *youtuber*.

Saat ini, banyak sekali orang yang berminat menjadi *Youtuber*. Hal tersebut bukan hanya didasarkan pada hobi semata, melainkan saat ini melalui *youtube* seseorang dapat mendapatkan penghasilan. Penghasilan tersebut didapat dari perjanjian kerjasama yang dilakukan antara pihak *youtuber* dengan *youtube*

untuk menampilkan sebuah iklan dari pengiklan yang meminta iklannya ditayangkan disitus web *youtube*. Tidak semua keuntungan dari hasil pembayaran iklan menjadi milik *youtuber*, ada pembagian hasil yang dibagi antara *youtuber* dan pihak *youtube*. Menurut *youtuber* ternama yaitu Agung Hapsah dalam videonya yang berjudul “Bagaimana *Youtuber* Menghasilkan Uang” mengatakan, pembagian hasilnya adalah 55% untuk pihak *youtuber* dan 45% untuk pihak *youtube*.¹

Tanpa dapat dipungkiri, penghasilan yang berasal dari hasil kerjasama antara *youtube* dan *youtuber* ini sangat menggiurkan. Hal tersebut pun telah berhasil menarik minat banyak umat muslim untuk menjadi seorang *youtuber*. Terbukti dari 100 (seratus) daftar *channel youtube* bersubscriber tinggi (pembaruan data tanggal 9 Mei 2020), 27 (dua puluh tujuh) *channel* diantaranya berasal dari *youtuber* muslim. Sementara sisanya, sebanyak 46 (empat puluh enam) *channel* merupakan *channel* milik kelompok/perusahaan, 6 (enam) *channel* keluarga bahkan 4 (empat) diantaranya berasal dari keluarga muslim, dan sisanya sebanyak 21 (dua puluh satu) *channel* berasal dari agama yang berbeda-beda.² Bahkan dari 5 (lima) *channel youtube* berpenghasilan tinggi di Indonesia, kelima-limanya berasal dari umat muslim.³ Data tersebut telah memberi gambaran bahwa

¹Agung Hapsah, *Bagaimana Youtuber Menghasilkan Uang*, (<https://www.youtube.com/watch?v=bloD2qZDtoU>, diakses pada 7 Mei 2020 pukul 18:59)

²Nox Influencer, *Top 100 Youtubers Terbanyak Disubscribed di Indoensia*, (<https://id.noxinfluencer.com/youtube-channel-rank/top-100-id-all-youtuber-sorted-by-sub-weekly>, diakses pada 9 Mei 2020 pukul 12:57)

³Kompas.com, *Daftar 5 Youtuber Indonesia Berpenghasilan Tertinggi*, (<https://www.kompas.com/hype/read/2019/10/21/183000266/bukan-atta-atau-ricis-di-urutan-pertama-ini-daftar-5-youtuber-indonesia?page=all>, diakses pada 9 mei 2020 pukul 14:27)

saat ini, minat umat muslim untuk menjadi seorang *youtuber* terbilang cukup tinggi.

Namun sebagai umat muslim, tentunya harus mengetahui terlebih dahulu apakah perjanjian kerjasama tersebut sesuai dengan syariah atau tidak. Terlebih telah muncul beberapa permasalahan dari perjanjian kerjasama tersebut, dimulai dari permasalahan mengenai kejelasan status akadnya, status penayangan video *clickbait*, serta masalah pembayaran iklan yang dianggap melanggar hak *youtuber*.

Sebetulnya, kerjasama yang terjadi antara *youtuber* dengan *youtube* ini mirip dengan akad *syirkah* khususnya *syirkah abdan*. Namun apakah dalam praktiknya kerjasama ini memang benar-benar dapat menggunakan akad *syirkah* khususnya *syirkah abdan* atau memang ada beberapa ketentuan yang tidak terpenuhi. Sementara mengenai pembuatan dan penayangan video *clickbait*, banyak dari *youtuber* termasuk didalamnya *youtuber* muslim yang terlalu berlebihan dalam memanfaatkan keberadaan *clickbait* ini yang akhirnya mengakibatkan video-video yang diunggah oleh *youtuber*, antara judul/*thumbnail* dengan isi videonya tidak relevan. Video yang berbau *clickbait* tentunya dapat menimbulkan kerugian dan bahaya, khususnya bagi para penonton. Dengan sengaja, *youtuber* memberi judul yang keliru yang bertujuan untuk meningkatkan penayangan mereka dan selanjutnya meningkatkan pendapatan iklan mereka. Dalam kata lain, video *clickbait* ini menimbulkan unsur ketidakjelasan yang menjurus kedalam penipuan, sebab judul yang dicantumkan tidak sesuai dengan isi video yang ditayangkan. Tentunya, penipuan merupakan perbuatan yang dilarang dalam Islam. Selain itu jika perjanjian kerjasama ini termasuk kedalam

syirkah abdan, maka hal tersebut dapat dikatakan telah melanggar syarat sah *syirkah abdan* dalam hal pekerjaan.

Selain itu mengenai sistem pembayaran iklan yang ditetapkan oleh pihak *youtube* kepada pihak *youtuber*, secara tidak langsung sebetulnya dapat menimbulkan kerugian bagi pihak *youtuber*. Kerugian tersebut adalah tidak terpenuhinya hak *youtuber* untuk mendapatkan penghasilan atau keuntungan dari iklan yang tayang di videonya karena hanya akan dibayar jika sudah mencapai 1.000 (seribu) tayangan serta harus benar-benar ditonton oleh penonton sampai dengan durasinya habis atau ada yang mengklik iklan tersebut dan dapat dikatakan pula bahwa secara tidak langsung dengan adanya ketentuan tersebut pihak *youtube* telah berbuat dzalim kepada pihak *youtuber*. Cara tersebut secara tidak langsung juga dianggap telah melanggar ketentuan cara pembagian hasil atau keuntungan dalam *syirkah*.

Permasalahan-permasalahan di atas telah menimbulkan kebutuhan akan adanya pedoman bagi umat muslim yang berniat atau sudah terjun di dunia *youtube* agar dalam menjalankan perjanjian kerjasama tersebut tidak melanggar ketentuan-ketentuan dan dapat sesuai dengan prinsip syariah. Setidaknya hal tersebut dapat dijadikan tolak ukur oleh para *youtuber* muslim dalam menjalankan kegiatannya di dunia *youtube* meskipun secara tidak langsung. Untuk itu adanya penyelesaian bagi permasalahan-permasalahan yang timbul dari perjanjian kerjasama ini menjadi sangat penting, meskipun nantinya hanya berlaku bagi para *youtuber* muslim saja.

Berangkat dari permasalahan-permasalahan yang timbul dari kegiatan di dunia *youtube* ini, maka penulis pun tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **PANDANGAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PERJANJIAN KERJASAMA ANTARA YOUTUBE DENGAN YOUTUBER DISITUS WEB YOUTUBE**

B. Rumusan Masalah

Melalui *youtube*, *youtuber* akan mendapatkan penghasilan yang cukup menggiurkan. Hal tersebut membuat orang-orang tertarik untuk menjadi seorang *youtuber* termasuk didalamnya umat muslim. Namun tentunya bagi umat muslim, sangat penting untuk mengetahui apakah seluruh kegiatan yang dijalankan didunia *youtube* ini sesuai dengan syariah atau tidak. Berangkat dari masalah-masalah mengenai perjanjian kerjasama ini setidaknya timbul beberapa pertanyaan apakah kegiatan yang dilakukan didunia *youtube* ini benar-benar melanggar ketentuan syariah atau ada alternatif lain yang dapat dijadikan acuan sehingga tetap ada pada koridor syariah.

Dari apa yang sudah dijelaskan dalam permasalahan diatas, maka dapat ditarik beberapa pertanyaan diantaranya :

1. Bagaimana perjanjian kerjasama antara *youtube* dengan *youtuber* disitus web *youtube*?
2. Bagaimana perjanjian kerjasama antara *youtube* dengan *youtuber* disitus web *youtube* ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perjanjian kerjasama antara *youtube* dengan *youtuber* disitus web *youtube*.
2. Untuk mengetahui perjanjian kerjasama antara *youtube* dengan *youtuber* disitus web *youtube* ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis
 - a. Untuk menambah khazanah keilmuan Hukum Ekonomi Syariah yang berkaitan dengan segala hal yang menyangkut perjanjian kerjasama antara *youtube* dengan *youtuber* yang terjadi di situs web *youtube* yang sesuai dengan prinsip syariah.
 - b. Untuk memberikan sumbangan pemikiran dan memperkaya wawasan serta pengetahuan dibidang Muamalah khususnya dalam pelaksanaan segala hal yang menyangkut perjanjian kerjasama antara *youtube* dengan *youtuber* yang terjadi di situs web *youtube* yang sesuai dengan prinsip syariah.
 - c. Untuk memberikan kontribusi terhadap keilmuan dan pemahaman studi Hukum Ekonomi Syariah khususnya bagi Mahasiswa jurusan Hukum Ekonomi Syariah.

2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Bagi *youtuber* : diharapkan dapat menjadi tolak ukur dan pedoman bagi para *youtuber* muslim dalam menjalankan kegiatannya di situs web *youtube*
- b. Bagi *youtube* : diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak *youtube* untuk menerapkan sistem kerjasama yang berbasis syariah, khususnya diberlakukan bagi para *youtuber* muslim.
- c. Bagi peneliti : diharapkan dapat dijadikan referensi atau pedoman bagi peneliti jika suatu saat akan berkecimpung di dunia *youtube*.
- d. Bagi mahasiswa : diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan bagi Mahasiswa yang akan melakukan penelitian berikutnya, khususnya penelitian mengenai pelaksanaan perjanjian kerjasama antara *youtube* dengan *youtuber* yang terjadi di situs web *youtube* yang sesuai dengan prinsip syariah.

E. Studi Terdahulu

Ada beberapa penelitian baik itu skripsi maupun jurnal yang sempat penulis tinjau yang berkaitan dengan permasalahan yang penulis teliti, diantaranya :

Skripsi oleh Panji Asoka Rahmat Wiguna (2017) tentang “*Analisis Kerjasama antara Publisher dan Google Adsense dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*”. Kesimpulan dari skripsi ini yaitu bahwa analisis Hukum Ekonomi Syariah antara *publisher* dan *google adsense* tidak membolehkan

bergabung dengan program *google adsense* kecuali setelah dipastikan bahwa kerjasama tersebut terbebas dari berbagai situs iklan yang diharamkan. Karena tidaklah boleh mengumumkan, mengiklankan, dan membantu menyebarkan untuk kemungkarannya.⁴

Jurnal karya Savvas Zannettou, dkk (2018) tentang “*Cara Mendeteksi dan Mengkarakterisasi Clickbait di Youtube*”. Kesimpulan dari jurnal ini adalah penulis telah menemukan cara untuk mengatasi masalah *clickbait* di *youtube* dengan cara mengeksploitasi penggunaan variabel-variabel otomatis menggunakan pendekatan dengan teknik pembelajaran semi-diawasi yang diusulkan pertama dibidang deteksi *clickbait*. Dengan cara tersebut memungkinkan pendeteksian otomatis pada video *clickbait* lebih efektif.⁵

Skripsi oleh Mohamad Yakub (2019) tentang “*Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Monetasi Karya Hak Cipta pada Portal Youtube*”. Kesimpulan dalam skripsi ini adalah dilarangnya memonetasi karya hak cipta pada portal *youtube* karena telah melanggar hukum syariah. Ada hak orang lain yang diambil demi mencukupi kebutuhan ekonomi. Monetasi dibolehkan dengan syarat konten yang diunggah milik sendiri, tidak mengandung unsur yang dilarang dalam syariah, dan sebagainya. Jikapun akan memonetasi karya hak cipta harus

⁴ Panji Asoka Rahmat Wiguna, *Analisis Kerjasama antara Publisher dan Google Adsense dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, (Skripsi S1, IAIN Salatiga, 2017). Dipublikasikan

⁵ Savvas Zannettou dkk, *The Good, the Bad, and the Bait: Detecting and Characterizing Clickbait on Youtube, 2018 IEEE Security and Privacy Workshops (SPW)*, San Francisco, CA. 2018, Pp. hlm. 63.

dilakukan dengan cara mengaransemen itupun harus mendapat izin dari pencipta dan walaupun diizinkan, pencipta tersebut harus mendapatkan *royalty*.⁶

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Studi Terdahulu

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Analisis Kerjasama Antara <i>Publisher</i> dan <i>Google Adsense</i> Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Diteliti oleh Panji Asoka Rahmat Wiguna (2017)	Persamaan yang terdapat dalam skripsi tersebut dengan apa yang penulis teliti, salah satunya adalah pembahasan mengenai sistem kerjasama yang terdapat dalam media informasi dan komunikasi berbasis internet.	Jika penulis lebih memperdalam mengenai status akad kerjasamanya, mengenai akad apa yang patut diterapkan pada sistem kerjasama tersebut serta permasalahan lain yang timbul. Skripsi tersebut lebih memperdalam penelitian mengenai permasalahan iklannya saja. Selain itu, jika masalah yang penulis angkat lebih sempit, hanya mengenai <i>youtube</i> saja, dalam skripsi tersebut pembahasannya lebih luas tidak hanya mengenai <i>youtube</i> tetapi juga menyangkut pembahasan mengenai media informasi dan komunikasi berbasis internet lainnya.
2	The Good, the Bad and the Bait: Detecting and Characterizing Clickbait on Youtube oleh Savvas Zannettou dkk (2018)	Salah satu persamaan yang terdapat dalam jurnal tersebut dengan apa yang penulis teliti adalah sama-sama mengangkat permasalahan mengenai <i>clickbait</i> pada <i>youtube</i> yang marak dilakukan oleh para <i>youtuber</i> .	Jika dalam penelitian ini penulis meneliti mengenai pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap video-video <i>youtube</i> yang terdapat unsur <i>clickbait</i> nya atau dalam arti lain mengenai boleh atau tidaknya penayangan video <i>clickbait</i> , berbeda dengan jurnal tersebut. Pembahasan yang terdapat dalam jurnal tersebut adalah mengenai cara-cara mendeteksi dan mengkarakteristikan tipe-tipe video yang terdapat unsur

⁶ Mohamad yakub, *Analisis Hukum ekonomi Syariah terhadap Monetasi Karya Hak Cipta Pada Portal Youtube*, (Skripsi S1, UIN Walisongo Semarang, 2019). Dipublikasikan.

			<i>clickbaitnya</i> agar para penonton dan <i>youtuber</i> dapat terhindar dari bahaya yang timbul dari video <i>clickbait</i> tersebut sehingga video yang terdapat unsur <i>clickbaitnya</i> dapat dideteksi secara otomatis tanpa harus melakukan pelaporan secara manual kepada pihak <i>youtube</i> .
3	Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Monetisasi Karya Hak Cipta pada Portal Youtube oleh Mohamad Yakub (2019)	Adanya pembahasan mengenai sistem monetasi, yang tentunya hal tersebut termasuk kedalam kegiatan yang terjadi pada situs web <i>youtube</i> . Dalam penelitian yang penulis tulis pun terdapat pembahasan mengenai sistem monetasi <i>youtube</i> .	Jika dalam penelitian penulis membahas mengenai monetasi secara umum, sementara dalam skripsi tersebut penelitian lebih terfokus pada permasalahan mengenai monetasi video yang berhak cipta saja, apakah Hukum Ekonomi Syariah memperbolehkan jika mengambil penghasilan dari iklan yang dihasilkan dari video berhak cipta tersebut.

F. Kerangka Berfikir

Menurut Wikipedia, *youtube* merupakan sebuah situs web berbagi video yang memungkinkan penggunanya mengunggah, menonton, dan berbagi video. Melalui *youtube*, seseorang bukan hanya dapat menonton atau mengunggah video, tetapi juga dapat mendapatkan penghasilan. Penghasilan tersebut didapat dari perjanjian yang dilakukan antara *youtuber* dan *youtube* berupa akad atau perjanjian kerjasama untuk menampilkan sebuah iklan. Secara terminology *fiqh*, akad didefinisikan sebagai pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan kabul (pernyataan penerimaan ikatan) sesuai dengan kehendak syariat yang berpengaruh

kepada objek perikatan.⁷ Sementara itu perjanjian menurut Subekti adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada yang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.⁸ Perjanjian sama dengan akad karena dalam KUHPdata dijelaskan bahwa untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat, sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, cakap untuk membuat suatu perjanjian, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal.⁹ Syarat-syarat tersebut sama seperti syarat-syarat sah pada akad. Lalu untuk kerjasama sendiri menurut Pamudji adalah sebuah pekerjaan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan melakukan interaksi antar individu yang melakukan kerja bersama sehingga tercapai suatu tujuan bersama.¹⁰

Tujuan dari kerjasama yang dilakukan antara *youtube* dengan *youtuber* ini adalah untuk memperoleh keuntungan sehingga dapat termasuk kedalam akad *mua'awadat*. Akad *mu'awadat* sendiri memiliki arti akad yang digunakan untuk memperoleh keuntungan. Sementara itu, dikarenakan terdapat pembagian hasil antara *youtube* dan *youtuber* dari pendapatan iklan yang muncul pada video yang diunggah oleh *youtuber* ke situs web *youtube*, jika dilihat pada perjanjian syariah dalam domain bisnis, akad kerjasama yang terjadi antara *youtuber* dan *youtube* termasuk kedalam akad yang berbasis bagi hasil. Akad yang berbasis bagi hasil

⁷Abdul Rahman Ghazaly dkk., *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 50-51.

⁸ XYZ Hukum, *Pengertian Perjanjian*, (<https://www.hukum.xyz/pengertian-perjanjian/>, di akses pada 05 Mei 2020 pukul 20:52)

⁹ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Prinsip-prinsip Perjanjian* (Bandung: Simbiosis Rekatama, 2017), hlm. 39.

¹⁰ Pelajar.co.id, *Pengertian Kerjasama : Manfaat, Tujuan, Unsur, Bentuk, Jenis dan Contohnya*, (<https://www.pelajaran.co.id/2019/20/pengertian-kerjasama.html>, diakses pada 7 Juli 2020 pukul 21:18)

sendiri terdiri dari *musyarakah/syirkah* dan *mudharabah*.¹¹ Namun akad kerjasama yang terjadi antara pihak *youtuber* dengan *youtube* ini lebih mirip kepada akad *syirkah/musyarakah*.

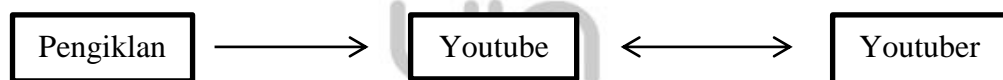
Syirkah sendiri menurut ulama Syafi'iah dalam kitab *al-Iqna'* karya al-Syarbini al-Khathib yang dikutip dalam buku Prof. Dr. H. Jaih Mubarak, S.E., M.H., M.Ag. dan Dr. Hasanudin, M.Ag. yang berjudul Akad Syirkah dan Mudharabah adalah :

عَقْدٌ يَقْتَضِي تَبَوُّتَ الْحَقِّ فِي شَيْءٍ لِإِثْنَيْنِ فَأَكْثَرَ عَلَى جِهَةِ الشُّيُوعِ

“Akad yang menimbulkan adanya hak terhadap sesuatu bagi dua pihak ataupun lebih melalui usaha kongsi”.¹²

Jika dibuatkan skema secara sederhana, maka kerjasama yang terjadi antara *youtube* dan *youtuber* adalah sebagai berikut:

Skema kerjasama antara *youtube* dan *youtuber*



Keterangan :

1. Pengiklan melihat *youtube* sebagai wadah untuk menjangkau penonton yang tertarik dengan produk atau layanan mereka. Pengiklan mengajukan

¹¹ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Prinsip-Prinsip Perjanjian* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 51.

¹²Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Akad Syirkah dan Mudharabah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm, 4.

tawaran untuk menampilkan iklan mereka melalui Google Display Network.¹³

Google Display Network merupakan sebuah situs yang membantu para pengiklan untuk menampilkan iklannya di jutaan situs di dunia agar para pengiklan dapat mencapai pelanggan dengan lebih mudah, situs-situs tersebut termasuk di dalamnya adalah situs *Youtube*.¹⁴

2. *Youtube* melakukan akad atau perjanjian kerjasama dengan *youtuber* untuk menampilkan iklan yang sudah melalui proses pelelangan iklan. Lelang iklan merupakan sebuah sistem yang digunakan untuk memilih iklan mana yang akan ditampilkan di halaman atau dalam hal ini video dan menentukan jumlah penghasilan dari iklan tersebut. Keduanya sama-sama memasukan modal usaha berupa keahlian atau keterampilan. *Youtube* dan *youtuber* bekerjasama untuk menampilkan iklan dari pengiklan.

Dari skema diatas, terlihat bahwa telah terjadi akad atau perjanjian kerja sama antara *youtube* dan *youtuber* yang mirip dengan akad *syirkah* atau *musyarakah*.

Dalam literatur kitab fikih, *syirkah* secara bahasa setidaknya memiliki dua arti, yaitu :

1. *Al-ikhtilath*, yang arti harfiahnya adalah pencampuran atau penggabungan.
2. *Al-nashib, al-hishshah* yang artinya porsi atau bagian

¹³Google Support, *Penargetan Iklan, Tentang Lelang Iklan*, (<https://support.google.com/adsense/answer/160525>, diakses pada 21 November 2019 pukul 13:09)

¹⁴ToffeeDev, *Bagaimana Mendapatkan Keuntungan Maksimal Menggunakan Teknologi Google Display Network*, (<https://toffeeDev.com/bagaimana-mendapatkan-keuntungan-maksimal-menggunakan-teknologi-google-display-network/>, diakses pada 05 Desember 2019 pukul 16:47)

Sejumlah kitab fikih menginformasikan bahwa, hukum *syirkah* berasal dari al-Qur'an, Hadist, dan ijma', salah satunya adalah QS. Shad ayat 24, Allah berfirman :¹⁵

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لِيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ.

*“Daud berkata, ‘sesungguhnya dia telah berbuat dzalim kepadamu dengan meminta kambingmu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berkongsi itu sebagian mereka berbuat dzalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan melakukan amal shaleh; dan amat sedikitlah mereka ini’. Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya maka dia meminta ampun kepada Tuhannya lalu bersungkur sujud dan bertaubat”*¹⁶

DSN-MUI pun telah mengeluarkan fatwa No 114 Tahun 2017 tentang akad *syirkah*. Selain itu pendapat Al-Marghinani al-hanafi, dalam kitab *al-Hidayah Syarh Bidayat al-Mubtadi* yang dikutip dalam buku Prof. Dr. H. Jaih Mubarak, S.E., M.H., M.Ag. dan Dr. Hasanudin, M.Ag. yang berjudul Akad *Syirkah dan Mudharabah*, mengenai hukum *syirkah* menyatakan :

الشَّرِكَةُ جَائِزَةٌ، لِأَنَّهٗ صَلَّى اللهُ وَعَلَيْهِ وَسَلَّمَ بُعِثَ وَالنَّاسُ يَتَعَامَلُونَ بِهَا فَقَرَّهٖمُ عَلَيْهَا

¹⁵ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Akad Syirkah dan Mudharabah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm, 28.

¹⁶Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan* (Bandung: Syamil Qur'an, 2009), hlm. 454.

“*Hukum syirkah adalah boleh karena pada saat Muhamad SAW diutus menjadi Rasul, masyarakat terbiasa melakukan akad syirkah dan beliau mengukuhkannya (sebagai bagian dari syariah).*”¹⁷

Jika mengacu pada jenis modal (*ra's al-mal*), kerja sama yang terjadi antara *youtube* dan *youtuber* ini lebih mirip kepada *syirkah 'abdan* karena antara pihak *youtube* dan pihak *youtuber* sama-sama memasukan *ra's al-mal* berupa keahlian atau keterampilan. *Syirkah 'abdan* merupakan akad kerjasama usaha (tanpa modal bersama) dengan modal keterampilan diantara para pihak (*syarik*) untuk melaksanakan suatu pekerjaan tertentu berdasarkan permintaan.¹⁸

Masalah yang juga penting untuk diteliti selain pada status akadnya adalah mengenai jenis video yang diunggah oleh *youtuber*. *Youtuber* merupakan sebutan bagi orang baik individu maupun kelompok pembuat konten video, dimana konten video tersebut beragam sesuai dengan bidang masing-masing yang nantinya diunggah ke dalam situs *youtube*. Salah satu jenis video yang marak dibuat oleh para *youtuber* adalah jenis video *clickbait*. Jika dilihat dari pengertiannya, *clickbait* adalah kegiatan yang dilakukan oleh para konten kreator atau dalam hal ini *youtuber* yang bertujuan untuk mengeksploitasi ”kesenjangan keingintahuan” dengan hanya memberikan informasi yang cukup membuat para penonton ingin tahu dengan bergantung pada judul yang sensasional dan gambar *mini/thumbnails* yang menarik.¹⁹

¹⁷ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Akad Syirkah dan Mudharabah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm, 30.

¹⁸ Maulana Hasanudin dan Jaih Mubarak, *Perkembangan Akad Musyarakah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 46-47.

¹⁹ Wikipedia, *Umpan Klik*, (https://id.wikipedia.org/wiki/Umpan_klik, diakses pada 07 November 2019 pukul 11:05)

Tujuan utama penggunaan *clickbait* adalah agar video yang diunggah oleh seorang *youtuber* dapat mendapatkan penonton yang banyak, sehingga memungkinkan jumlah penayangan iklan atau pengklikkan iklan akan semakin banyak, yang akhirnya berpengaruh kepada jumlah pendapatan iklan. Namun karena dibuat terlalu berlebihan, pada akhirnya hal tersebut menimbulkan unsur penipuan atau ketidakjelasan didalamnya, artinya dengan sengaja *youtuber* membuat video yang mana antara judul atau *thumbnail*nya tidak relevan dengan isi videonya. Teknik yang bertujuan untuk menipu penonton agar mengklik video mereka ini benar-benar digunakan oleh beberapa *youtuber* termasuk didalamnya *youtuber* muslim. Pihak *youtube* melalui mesin rekomendasi tidak mempertimbangkan mengenai video *clickbait*. *Youtube* secara manual meninjau video-video yang terdapat unsur *clickbait*nya dari penandaan video yang dilakukan oleh penonton *youtube* terhadap video yang mencurigakan. Sejauh ini cara tersebut dianggap tidak efisien.²⁰

Hal tersebut secara tidak langsung dapat dikatakan telah melanggar syarat sah *syirkah* khususnya syarat yang terdapat dalam *syirkah abdan*. Dalam *syirkah abdan* disyaratkan bahwa pekerjaan yang dilakukan merupakan pekerjaan yang halal.²¹ Penipuan merupakan pekerjaan yang tidak halal dan tentunya dilarang oleh syariah. Kemudian terdapatnya unsur penipuan didalam akan *syirkah* juga dapat merubah hukum *syirkah* yang tadinya boleh menjadi haram. Apabila dalam *syirkah* terdapat unsur saling membantu dalam berbuat dosa dan permusuhan serta

²⁰Savvas Zannettou, "The Good, the Bad and the Bait: Detecting and Characterizing Clickbait on Youtube", *2018 IEEE Security and Privacy Workshops (SPW)*, San Francisco, CA, 2018, pp. hlm 63.

²¹Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 813

menimbulkan *kemudharatan* bagi masyarakat luas, maka hukum dari *syirkah* tersebut menjadi haram. Misalnya *bersyirkah* untuk memproduksi atau memperjualbelikan barang-barang haram maupun melakukan tindakan yang dilarang seperti melakukan penipuan atau penimbunan.²² Seperti halnya pada jual beli, pada akad kerja sama semacam ini pun adanya unsur penipuan atau unsur ketidakjelasan juga dilarang.²³ Hukum perdata yang berlaku di Indonesia juga melarang adanya penipuan khususnya yang terjadi pada kontrak. Semua kontrak yang dilakukan dengan penipuan, maka kontrak tersebut dianggap tidak ada. Penipuan tersebut berupa “muslihat licik” atau *kunstgrypen*, yaitu suatu keadaan tidak benar terkesan merupakan gambaran keadaan yang sesungguhnya.²⁴

Sebetulnya, *clickbait* ini hampir sama dengan promosi karena selaras dengan tujuan utamanya yaitu untuk menarik minat penonton agar mau menonton videonya. Mungkin saja *clickbait* ini bisa menjadi boleh dimanfaatkan oleh para *youtuber* hanya sebatas agar para penonton terdorong untuk menonton videonya dan tidak melanggar syarat-syarat dalam *syirkah* khususnya *syirkah abdan*. Karena kembali lagi kepada penonton, jika tidak dibuat menarik, penonton cenderung malas menonton video tersebut dan tentunya hal itu sangat berpengaruh kepada pendapatan iklan seorang *youtuber*.

Masalah selanjutnya yang timbul dari kegiatan kerjasama ini adalah mengenai format perhitungan pendapatan iklannya. Cara perhitungan pendapatan

²² Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Akad Syirkah dan Mudharabah* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 38

²³ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Prinsip-Prinsip Perjanjian* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 281.

²⁴ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2012), hlm.94-95.

iklan *youtube* adalah dengan menggunakan RPM/CPM atau pendapatan perseribu tayangan, yaitu seorang *youtuber* dapat mendapatkan bayaran iklan apabila sudah mencapai 1.000 (seribu) tayangan tetapi belum tentu dari perseribu tayangan tersebut seorang *youtuber* dapat mendapatkan penghasilan iklan, semuanya tergantung pada *monetized view*. Menurut Agung Hapsah, *monetized view* adalah suatu keadaan dimana seorang penonton benar-benar menonton iklan sampai dengan durasinya habis atau mengklik iklan yang tayang pada video seorang *youtuber*.²⁵ *Monetized Views* sendiri terdiri dari dua, yaitu :

1. CPC singkatan dari *Cost Per Click*, jadi pengiklan akan membayar iklan dari berapa banyak penonton yang mengklik iklan yang ditayangkan pada channel seseorang.
2. CPV adalah singkatan dari *Cost Per View*, artinya pengiklan akan membayar jika iklan yang ditayangkan ditonton sampai dengan durasi dari iklan tersebut selesai.²⁶

Jika dikaitkan dengan pembagian keuntungan dan kerugian dalam *syirkah*, cara perhitungan seperti itu tentunya tidak sesuai dengan cara pembagian keuntungan dan kerugian dalam *syirkah*. Pembagian keuntungan dalam *syirkah* dapat dilakukan dengan cara memilih salah satu dari dua penentuan *nisbah*, yaitu *nisbah* bagi hasil secara proporsional dan *nisbah* bagi hasil sesuai dengan kesepakatan. *Nisbah* proporsional adalah *nisbah* bagi hasil yang sepadan dengan porsi modal usaha yang disesuaikan. Sementara itu *nisbah* kesepakatan adalah

²⁵Agung Hapsah, *Bagaimana Youtubers Menghasilkan Uang*, (<https://www.youtube.com/watch?v=bl0D2qZDtoU>, diakses pada 05 Desember 2019 pukul 09:45)

²⁶Lynda Hasibuan, *Milenial, Ini Tips Jadi Youtuber Beromzet Miliaran Rupiah*, (<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190618191139-33-79172/milenial-ini-tips-jadi-youtuber-beromzet-miliaran-rupiah>, diakses pada 05 Desember 2019 pukul 10:45)

nisbah yang ditentukan berdasarkan pihak-pihak yang melakukan *syirkah*, tidak merujuk pada porsi modal masing-masing pihak.²⁷ Terlebih adanya ketentuan tersebut telah melanggar keadilan atau hak seorang *youtuber* dalam hal menerima pembayaran iklan.

Namun, karena pihak *youtube* juga tidak melakukan pemaksaan dan ketentuan tersebut merupakan ketentuan tambahan maka timbul pertanyaan apakah persyaratan diatas dapat diberlakukan atau tidak. Terlebih *youtube* dalam hal ini merupakan pihak yang lebih berkuasa yang mempunyai kebebasan untuk membuat ketentuan. Jika persyaratan tersebut boleh diterapkan maka persyaratan mengenai pembayaran iklan yang hanya akan dibayarkan ketika iklan yang tayang di video *youtuber* ditonton sampai dengan habis atau diklik oleh penonton, dapat diberlakukan.

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu peristiwa, kejadian, ataupun gejala yang terjadi pada saat sekarang. Pemecahan masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan menjadi pusat perhatian pada penelitian ini. Dalam kegiatan penelitian ini, peneliti hanya akan memontret apa yang terjadi pada diri objek atau wilayah yang diteliti. Kemudian memaparkannya dalam bentuk laporan

²⁷ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Akad Syirkah dan Mudharabah* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 13-14

penelitian secara lugas, seperti apa adanya. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif ini, penulis akan menggambarkan bagaimana pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap perjanjian kerjasama antara pihak *youtube* dan *youtuber* di situs web *youtube* diantaranya mengenai status akad kerjasama antara *youtube* dengan *youtuber*, status penayangan video *clickbait*, dan sistem pembayaran iklan yang diterapkan oleh pihak *youtube* kepada *youtuber*.

2. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Data kualitatif merupakan data yang berupa kata-kata yang diolah secara deskriptif. Datanya berupa kata-kata, diolah secara deskriptif, instrument penelitian yang utama adalah manusia, lebih mementingkan proses daripada hasil, dan hasil penelitian dapat berubah sesuai dengan perkembangan zaman adalah karakteristik dari data kualitatif.²⁸ Terdapat dua sampling penelitian dalam penelitian kualitatif. *Pertama*, sampling internal yang terkait dengan sesuatu yang diteliti oleh penulis dalam hal ini adalah “Pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Perjanjian Kerjasama antara Pihak *Youtube* dan *Youtuber* di Situs Web *Youtube*”. Pihak mana yang akan diwawancarai, data hasil wawancara, dan juga data-data dari buku, jurnal dan skripsi serta yang lainnya. *Kedua*, sampling waktu. Yaitu berapa lama waktu yang digunakan untuk mewawancarai subjek.

²⁸Ninit Alfianika, *Metode Penelitian Bahasa Indonesia* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 22-23.

b. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh tidak melalui media perantara, artinya sumber data tersebut diperoleh langsung dari sumber aslinya. Data primer ini dapat berupa opini subjek (orang) baik secara individual ataupun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kegiatan atau kejadian, dan hasil pengujian. Sumber data primer dalam penelitian ini terdiri dari wawancara dengan Pihak MUI Kota Sukabumi yaitu KH Aab Abdulloh selaku ketua MUI Kota Sukabumi serta beberapa pihak *youtuber* diantaranya Rais Samudera Mu'min dan Soleh Dwi Prasutyo

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Artinya, sumber data sekunder ini diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Umumnya, data sekunder ini berupa bukti, catatan, ataupun laporan historis yang telah tersusun dalam sebuah data dokumenter baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Maka dari itu, sumber data sekunder dalam penelitian ini terdiri dari buku-buku muamalah, Fatwa DSN-MUI yang berkaitan dengan *syirkah* dan referensi lain seperti skripsi, jurnal, website resmi *youtube* dan sebagainya yang berkaitan dengan objek pada penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawaban antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Pada hakikatnya, wawancara ialah kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Ada dua jenis teknik pengumpulan data melalui wawancara. *Pertama*, wawancara terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang teratur dan tidak terfokus kepada pertanyaan lain yang tidak perlu ditanyakan. *Kedua*, wawancara secara tidak terstruktur yaitu wawancara yang hanya bersifat pelengkap, dengan mengajukan pertanyaan diluar pokok yang dirasa perlu untuk melengkapi penelitian.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu kegiatan mengumpulkan dokumen-dokumen yang memiliki keterkaitan dengan tema penelitian yang diambil. Informasi diperoleh melalui fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cendramata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Dokumentasi dalam penelitian ini misalnya keterangan-keterangan yang berkaitan dengan *youtube* termasuk didalamnya mengenai iklan dan ketentuan-ketentuan mendapatkan penghasilan di *youtube* berupa catatan yang disediakan oleh pihak *youtube* melalui situs web resminya.

4. Teknis Analisis Data

- a. Mengumpulkan data. Langkah ini dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap perjanjian kerjasama antara pihak *youtube* dan *youtuber* di situs web *youtube*
- b. Menyeleksi data. Dalam proses ini dilakukan penyeleksian atau pengelompokkan data yang didapat selama melakukan penelitian.
- c. Menganalisis data. Data yang didapat selama proses penelitian dianalisis dengan tujuan untuk menemukan jawaban atas permasalahan-permasalahan yang diangkat didalam penelitian ini.
- d. Menyimpulkan. Penyimpulan data merupakan proses terakhir yang dilakukan dalam sebuah penelitian. Pada tahap inilah akan ditemukan hasil akhir dari penelitian yang dilakukan.