

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman memerlukan perubahan di semua aspek kehidupan. Peran masyarakat sangat penting dalam membangun perubahan ke arah zaman modern, terutama dalam dunia perekonomian tidak pernah lepas dari kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi yang dimaksud merupakan segala kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan komersial yang dilakukan oleh individu dan sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang disebut bisnis.¹

Perubahan dalam dunia terjadi dengan sangat cepat, terutama dalam kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat. Dengan memanfaatkan teknologi, produk bisnis kita dapat mencapai konsumen di lokasi yang jauh, bahkan melintasi batas negara. Ini merupakan salah satu keuntungan luar biasa yang dapat diperoleh.² Saat ini, *YouTube* telah hadir dan menjadi salah satu platform bisnis yang sangat diminati, dan menjadi seorang *YouTuber* kini dianggap sebagai pekerjaan yang menarik perhatian, tidak hanya bagi orang dewasa tetapi juga banyak diminati oleh generasi muda. Semakin banyak anak muda saat ini yang tertarik untuk menjadi seorang *YouTuber* dengan harapan dapat meraih penghasilan melalui

¹ Muhammad Achid Nurseha dan Muhammad Fajrul Hakim, "Analisis Hukum Perikatan Islam Terhadap Kerjasama Periklanan *Google AdSense* Pada *YouTube*," *Labatila : Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 5, no. 02 (2021): 1–2.

² Nurdin Apud Sarbini, *Muslim Preneur*, ed. Tim Editorial Pustaka Imam Asy-Syafi'i (Sukabumi: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2022), 161–165.

keberadaan mereka di platform *YouTube*.³ Fenomena ini mencerminkan perubahan dinamika pekerjaan di era digital, di mana peluang dalam dunia konten digital semakin menarik bagi berbagai kalangan, khususnya generasi muda yang memiliki minat dan keterampilan di bidang tersebut.

YouTube adalah platform media sosial yang memungkinkan penggunaannya berbagi berbagai jenis media, seperti video, audio, dan gambar. Dalam 5 tahun terakhir, *YouTube* telah menjadi sangat populer, dengan lebih dari satu miliar pengguna, yang hampir mencakup sepertiga dari pengguna internet. Saat ini, *YouTube* bukan hanya sekadar situs *website*, tetapi juga tempat untuk menghasilkan uang dan berbagi berbagai jenis konten, seperti musik, film, tutorial, dan banyak lagi dalam format audio dan video.⁴ Didirikan pada bulan Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan *PayPal*, yakni Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, situs ini umumnya berisi video klip film, acara televisi, dan karya pengguna. Sebagai salah satu layanan dari *Google*, *YouTube* memungkinkan pengguna mengunggah dan menonton video yang dapat diakses secara gratis oleh pengguna di seluruh dunia. Dapat dikatakan bahwa *YouTube* adalah platform video paling populer di internet, bahkan mungkin yang paling lengkap dan beragam. Meskipun awalnya bukan

³ Kamilah Astari, "Strategi Youtuber Bengkulu Dalam Mengelola Konten Untuk Mendapatkan Penghasilan (Studi Pada Akun Youtube Channel Muhammad Rizki)," *Jurnal Profesional Fis Unived* 8, no. 2 (2021): 2.

⁴ Arif Hariyanto dan Aditya Putera, "Konten Kreator *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan (Telaah Kritis Hukum Ekonomi Syari'ah)," *Jurnal Al-hukmi* 3, no. 2 (2022): 2.

milik *Google*, situs ini diakuisisi oleh perusahaan tersebut dan kemudian digabungkan dengan layanan-layanan *Google* lainnya.⁵

Para *content creator (YouTuber)* memanfaatkan platform *YouTube* untuk mendapatkan sumber penghasilan, baik secara langsung yang didapat dari platform *YouTube* maupun dari kerjasama dengan pihak lain. Apabila *channel YouTube* sudah di monetisasi, maka *channel* tersebut pasti akan mendapatkan penghasilan dari masing-masing video yang diunggah tergantung kepada jumlah penonton, dan juga iklan yang muncul dalam video.⁶ Banyak tokoh publik yang berasal dari pencipta konten *YouTube*, atau lebih dikenal sebagai *YouTuber*, memiliki potensi penghasilan yang besar dari platform tersebut. Seorang *YouTuber* memperoleh pendapatan melalui kerjasama dengan *Google AdSense*. Pada konten yang diunggah di saluran tersebut, terdapat iklan yang menjadi sumber penghasilan bagi *YouTuber*. Sebagai *publisher*, peran *YouTuber* adalah menayangkan iklan yang telah disepakati dalam kerjasama dengan *Google AdSense*.⁷

YouTube menggunakan *Google AdSense* sebagai metode pembayaran kepada pembuat konten (*YouTuber*). *Google AdSense* memiliki kebijakan yang mengatur aspek-aspek di platform *YouTube*, membentuk ekosistem saling menguntungkan antara *YouTube*, pengiklan, dan pembuat konten. Dengan ketentuan tertentu, *Google AdSense* memberikan keuntungan kepada

⁵ Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, dan Andi Subhan Amir, “*YouTube* Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram,” *Jurnal Komunikasi Kareba* 5, no. 1 (2016): 1–2.

⁶ Hariyanto dan Putera, “Konten Kreator *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan (Telaah Kritis Hukum Ekonomi Syari’ah),” 2–3.

⁷ Muhammad Azzam Erbakan, “Analisis Hukum Islam Pada Kerjasama AdSense di Channel *YouTube* Indra Hard” (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2022), 1–2.

semua pihak, memungkinkan pengiklan menampilkan iklan pada video pembuat konten dan memberikan bayaran kepada pembuat konten sesuai kriteria *Google AdSense*.⁸

Objek penelitian ini yaitu terdapat pada kerjasama antara *channel* Muflih 21 dengan platform *YouTube*, *channel YouTube* Muflih 21 didirikan oleh seorang remaja asal Palembang yang bernama Muhammad Muflih, Ia telah aktif di platform *YouTube* sejak tahun 2018 dan saat ini telah berhasil mendapatkan dukungan sebanyak 138.000 pelanggan (*subscribe*) dengan fokus pada konten permainan sepakbola. Selain itu, *channel* Muflih 21 juga telah meraih penghargaan tombol perak (*silver play button*) dari *YouTube* pada tanggal 19 April 2020. Serta *channel* tersebut berhasil memenuhi syarat untuk monetisasi sejak tahun 2019 dan bergabung dengan *YouTube* Partner Program sampai saat ini.⁹

Penelitian ini akan fokus pada kerja sama antara *channel YouTube* Muflih 21 dan platform *YouTube*. Kerja sama ini dikenal sebagai *shirkah ‘abdān*, dimana *content creator* dan *YouTube* bekerja sama untuk mencapai keuntungan dengan kontribusi dari usaha mereka sendiri, hasilnya dibagi sesuai kesepakatan.¹⁰ Namun, dalam praktiknya, masih banyak *content creator* yang mengabaikan prinsip-prinsip hukum Islam dalam prosesnya, dan hanya fokus pada pendapatan yang diperoleh dari iklan tanpa

⁸ Nurseha dan Hakim, “Analisis Hukum Perikatan Islam Terhadap Kerjasama Periklanan *Google AdSense* Pada *YouTube*,” 2.

⁹ Hasil Wawancara Bersama Muhammad Muflih, Pemilik Channel *YouTube* Muflih 21, Minggu, 21 Januari 2024.

¹⁰ Muhammad Maulana dan Desy Amalia, “Penerapan Sistem Bagi Hasil Pada Pendapatan Pementasan Sanggar Tari di Kota Banda Aceh Menurut Akad *Syirkah Abdan*,” *Jurnal Al-Mudharabah* 1, no. 1 (2020): 5.

mempertimbangkan kehalalan atau keharaman sumber pendapatan tersebut. Karena masih banyak *content creator* yang terlibat dalam praktik curang, seperti membagikan ulang video tanpa izin, menciptakan konten yang bersifat kekerasan atau kebencian, dan melanggar pedoman komunitas *YouTube* lainnya. Oleh karena itu, apakah kerjasama antara *channel* Muflih 21 dan platform *YouTube* telah sesuai dan sah menurut hukum Islam. Maka berdasarkan latar belakang diatas perlu diadakan penelitian yang lebih lanjut dan akan dibahas pada skripsi yang berjudul “*Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Akad Kerjasama Antara Content Creator Channel Muflih 21 Dengan Platform YouTube*”.

B. Identifikasi Masalah

Sebelum memulai penelitian, penulis pertama-tama mengidentifikasi masalah dengan menjelaskan, mengukur, dan mengaitkannya dengan proses penelitian. Dari latar belakang tersebut, masalah penelitian yang diidentifikasi adalah:

1. Proses kerja sama monetisasi dan *Google AdSense* pada platform *YouTube*
2. Penerapan praktik akad *shirkah* dalam kerjasama *Youtuber* dengan platform *YouTube*
3. Perspektif hukum Islam terhadap kerjasama *content creator* dengan platform *YouTube*

C. Pembatasan Masalah

Dari latar belakang tersebut, terdapat banyak aspek masalah umum yang menimbulkan perbedaan pendapat. Maka penulis akan membatasi masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Penerapan praktik akad *shirkah ‘abdān* antara *content creator* dengan platform *YouTube*
2. Perspektif hukum Islam terhadap kerjasama *content creator* dengan platform *YouTube*

D. Rumusan Masalah

Agar dapat mempermudah proses dalam penelitian maka akan dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut ini :

1. Bagaimana praktik kerjasama antara *content creator* dengan platform *YouTube*?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik kerjasama antara *content creator* dan platform *YouTube*?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Mengetahui praktik kerjasama antara *content creator* dengan platform *YouTube*.
 - b. Mengetahui bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik kerjasama antara *content creator* dan platform *YouTube*.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan teoritis

Tujuan dari kegunaan ini adalah agar penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian-penelitian mendatang yang berkaitan dengan masalah serupa, serta dimaksudkan sebagai salah satu syarat tugas akhir guna memperoleh gelar S.H.I. pada Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura.

b. Kegunaan praktis

Tujuan kegunaan ini adalah supaya penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pemahaman dan pengetahuan mengenai praktik akad kerja sama *YouTuber* dengan platform *YouTube* yang dibahas menggunakan analisis hukum Islam.

F. Kajian Pustaka

Pertama, skripsi oleh Salman Al-Farisi Program Studi Perbandingan Mazhab, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2022 yang berjudul "*Penerapan Akad Shirkah Dalam Praktik YouTube Partner Menurut Empat Mazhab Fikih*" penelitian ini menjelaskan beragam pandangan empat mazhab mengenai penerapan konsep *shirkah ‘abdān* dalam Program Partner *YouTube*. Mazhab Hanafi memperbolehkan *shirkah ‘abdān* untuk memperoleh keuntungan halal dengan syarat tidak melanggar syariat. Mazhab Syafi'i tidak setuju karena dianggap tidak sesuai dengan teori *shirkah ‘abdān* dan berpotensi *gharar*. Mazhab Maliki membolehkannya terkait satu jenis pekerjaan, sementara mazhab Hanbali membolehkannya secara

hukum tanpa keterkaitan pekerjaan seperti yang diharuskan oleh ulama Malikiyah.¹¹ Persamaan penelitian penulis dengan Salman Al-Farisi memiliki kesamaan untuk mengetahui praktik akad kerjasama (*shirkah*) antara *content creator* dengan platform *YouTube*. Namun, perbedaannya yaitu Salman Al-Farisi lebih berfokus kepada pendapat 4 mazhab fikih.

Kedua, skripsi oleh Siti Kholipah Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2020 yang berjudul "*Analisis Hukum Islam Terhadap Akad Kerjasama Dalam Sistem Monetisasi YouTube Antara YouTuber Dengan YouTube Partner Program*" penelitian ini menguji perjanjian kerjasama monetisasi *YouTube* antara *YouTuber* dan Program Partner *YouTube* dari perspektif hukum Islam dan mengevaluasi perlindungan hukumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perjanjian ini melibatkan akad, terutama dalam konteks iklan, dengan tujuan *YouTuber* menghasilkan uang melalui program *Google*. Perlindungan hukum *YouTuber* dalam konteks ini berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2008.¹² Persamaan penelitian penulis dengan Siti Kholipah terletak pada pembahasan mengenai akad kerjasama *content creator* (*YouTuber*) dan pihak *YouTube* dalam analisis hukum Islam. Namun, Siti Kholipah memfokuskan penelitiannya pada perlindungan hukum bagi *YouTuber* dan *YouTube*, sementara penelitian penulis lebih fokus pada

¹¹ Salman Al-Farisi, "Penerapan Akad Syirkah Dalam Praktik *YouTube* Partner Menurut Empat Mazhab Fikih" (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

¹² Siti Kholipah, "Analisis Hukum Islam Terhadap Akad Kerjasama Dalam Sistem Monetisasi *YouTube* Antara *YouTuber* Dengan *YouTube* Partner Program" (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020).

analisis hukum Islam tentang akad kerjasama (*shirkah*) tanpa membahas perlindungan hukum.

Ketiga, skripsi oleh Ahmad Habibi Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo tahun 2021 yang berjudul "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kerjasama Dalam Sistem Monetisasi YouTube*" penelitian ini membahas mengenai kerjasama antara *Google AdSense* dan *YouTube*, fokus pada aspek hukum dan mekanisme yang belum sepenuhnya dipahami. Konten kontroversial di *YouTube*, seperti pornografi atau perjudian, begitu juga dengan pembagian keuntungan yang harus mematuhi hukum Islam. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa transaksi dalam *Google AdSense* mematuhi hukum Islam sebagai *shirkah 'abdān*, meskipun mekanisme *Google* dianggap tidak sah karena penggunaan identitas orang lain. Pembagian hasil kerjasama bisnis *Google AdSense* di wilayah Ponorogo juga dinilai belum sesuai dengan syariat Islam karena kurangnya pemahaman *publisher* terkait pendapatan sebenarnya dalam sebulan.¹³ Persamaan penelitian penulis dengan Ahmad Habibi terdapat pada pembahasan mengenai *YouTube*, jika penelitian penulis membahas mengenai kerjasama *content creator (YouTuber)* dengan *YouTube*. Namun, penelitian dari Ahmad Habibi lebih berfokus pada konten kreatif *YouTube* ditinjau dari etika bisnis Islam.

¹³ Ahmad Habibi, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kerjasama Dalam Sistem Monetisasi *YouTube*" (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021).

G. Sistematika Pembahasan

Agar dapat memberikan pandangan umum yang menjelaskan keterangan secara lengkap tentang penelitian ini, berikut adalah urutan sistematika pembahasan yang akan digunakan :

Bab I Pendahuluan

Pendahuluan ini sebagai pengantar dari penulisan skripsi secara keseluruhan, berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, hingga sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori, seperti pengertian akad, dasar hukum akad, pengertian akad *shirkah*, dasar hukum akad *shirkah*, rukun akad *shirkah*, syarat akad *shirkah*, jenis-jenis *shirkah*, pembagian keuntungan akad *shirkah*, hingga batal dan berakhirnya akad *shirkah*. Tidak hanya itu saja dalam bab ini juga menjelaskan mengenai teori tentang pengertian *YouTube* dan *YouTuber*, pengertian hingga persyaratan monetisasi dan *Google AdSense*, beberapa istilah yang ada pada *Google AdSense*, perbedaan *Google Ads* dan *Google AdSense*, cara kerja *Google AdSense*, pembagian hasil iklan pihak *YouTube* dengan *YouTuber*, dan yang terakhir tentang metode pembayaran *Google AdSense*. Dari beberapa landasan teori tersebut bertujuan sebagai dasar untuk membahas dan menyelesaikan masalah yang terkait dengan penelitian skripsi yang berjudul “*Analisis Hukum Islam Terhadap*

Praktik Kerjasama Antara Content Creator Muflih 21 dengan Platform YouTube”.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini memberikan penjelasan mengenai gambaran umum tentang metode penelitian yang digunakan pada penelitian skripsi ini, dimulai dari jenis penelitian, sifat penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian

Bab ini memberikan rincian mendalam mengenai hasil penelitian dan analisis terhadap temuan yang telah diperoleh dari penelitian tersebut.

Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan juga saran-saran dari penulis.