

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tak bisa di pungkiri bahwa di era globalisasi ini membawa ke banyak perubahan tatanan pada kehidupan. Pengaruh perkembangan teknologi informasi sangat signifikan terhadap pola pikir dan perilaku manusia. Seiring waktu, semua orang harus dapat mengikuti perkembangan tersebut dan menyesuaikan diri agar tetap relevan dan sesuai dengan perkembangan zaman. Dengan kemunculan internet, banyak orang dari berbagai lapisan masyarakat dapat mengakses pengetahuan, membangun hubungan pertemanan, menikmati hiburan, bahkan mencari sumber penghasilan. Selain itu, hadirnya internet juga menyebabkan munculnya berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, TikTok, dan sejenisnya. Dengan ketersediaan kemudahan ini, manusia memiliki tanggung jawab besar untuk menggunakan media sosial dengan baik. Fokus utama penelitian ini adalah media sosial TikTok, sebuah platform video musik dan jaringan media sosial yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, seorang pria asal China. Pada awalnya, TikTok hanya menyediakan video singkat berdurasi 15-30 detik.

Setelah banyaknya pembaruan, akhirnya TikTok mengeluarkan fitur video yang berdurasi sampai 10 menit. Berisikan banyak konten dengan genre yang saling berbeda satu dengan lainnya.¹ Kemajuan konten video ini berkembang pesat karena akses internet telah masuk ke era revolusi 4.0, memungkinkan pengguna untuk mengunggah konten video berukuran besar dengan cepat. Meskipun awalnya dianggap sebagai platform yang tidak populer di kalangan anak-anak, aplikasi ini dengan cepat mendapat respon positif dari berbagai kalangan. Mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang

¹ Sandra Aprilya Susanto, "Antara Islam dan Gempuran Media Sosial Media TikTok di Era Digital," Kompasiana, 16 Juli 2022 diakses pada : 15 Desember 2022, <https://www.kompasiana.com/amp/sandraaprilias/62d2411dce96e5598405a6c2/antara-islam-dan-gempuran-media-sosial-media-tiktok-di-era-digital>

tua, semua dapat menikmati aplikasi ini. Bahkan selebriti juga aktif berpartisipasi dalam dunia TikTok. Platform media sosial berbasis video ini telah menarik minat banyak individu, terutama remaja. Aplikasi ini menjadi wadah bagi mereka untuk menunjukkan bakat dalam akting, lipsync, menari, menyanyi, dan aktivitas lainnya. TikTok telah menjadi salah satu platform yang sangat populer di seluruh dunia, dan kontennya akan terus berkembang seiring perubahan dalam budaya masyarakat. Sebagai pengguna, penting untuk memilih konten dengan bijak, terutama bagi umat Islam, untuk menghindari hal-hal yang dapat merugikan dan menjauhkan dari perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama.²

Selain berfungsi sebagai sarana ekspresi diri, pengguna TikTok juga memiliki kesempatan untuk menghasilkan pendapatan. Dalam Islam, aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari diatur dalam konsep muamalah. Muamalah adalah bagian dari hukum syariat yang mengatur segala aktivitas yang berkaitan dengan interaksi sosial untuk memenuhi kebutuhan hidup, termasuk hukum-hukum terkait harta, pernikahan, perceraian, dan aspek lainnya. Contoh kegiatan muamalah meliputi transaksi jual beli, persewaan, peminjaman, serta urusan keuangan lainnya.³ Muamalah memiliki dua pengertian, yaitu pengertian umum dan pengertian khusus. Pengertian umum mengacu pada segala jenis interaksi antarmanusia dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal perkawinan yang mengatur hubungan antara suami dan istri. Sementara itu, pengertian khusus muamalah berkaitan dengan harta dan benda. Muamalah bertujuan untuk membangun hubungan yang harmonis antara individu, menciptakan kedamaian dan ketenangan, karena

² Dewi Indriani dan Faisar Ananda, “Pandangan Ulama Kontemporer Tentang Hukum Bermain TikTok Bagi Perempuan Muslimah (Analisis Undang-Undang No 19 Tahun 2016, Perubahan Atas Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik),” 2022. <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/am/article/download/3183/1323>

³ Abdul Rahman Ghazaly dkk. *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 03.

muamalah mendorong sikap tolong-menolong yang dianjurkan dalam Islam.⁴

Dalam muamalah, akad *ijārah* merupakan salah satu bentuk kerjasama. Kerjasama dalam ekonomi Islam atau muamalah sering kali melibatkan *ijārah*, yang dapat diartikan sebagai bentuk sewa menyewa atau upah mengupah. Akad *ijārah* dapat berupa *ijārah* manfaat barang atau *ijārah* manfaat jasa. Contohnya, akad *ijārah* atas jasa (*ijarat al-a'mal* atau *ijarat al-asykhash*) merujuk pada kesepakatan untuk menggunakan jasa seseorang dalam melakukan pekerjaan tertentu, di mana orang tersebut berhak menerima upah (*ujrah*) atas pekerjaan tersebut. Di Indonesia, banyak tokoh terkenal atau figur publik yang menggunakan ketenaran mereka untuk menyediakan layanan dalam memasarkan produk, atau melalui bantuan seorang pembuat konten, produk dapat diperkenalkan atau dipromosikan kepada lebih banyak orang. Proses tersebut dikenal sebagai *endorment*, yang merupakan salah satu strategi pemasaran yang umum digunakan oleh para pengusaha saat ini. Menurut Martin Roll, *endorment* merupakan sebuah metode komunikasi merek di mana konten kreator yang populer dan aktif di TikTok menjadi juru bicara dan mendukung merek tersebut dengan segala atribut kepopuleran, kepribadian, dan status sosial yang dimilikinya. Dengan demikian, *endorment* dapat dianggap sebagai strategi komunikasi yang memanfaatkan jasa konten kreator yang dikenal dan aktif di platform TikTok.

Dalam penelitian ini, *endorsement* didefinisikan sebagai pembayaran atas layanan yang memberikan jasa promosi produk. Sebelum *endorsement* dapat dilakukan, terjadi kerjasama dan kesepakatan antara produsen dan konten kreator TikTok. Dalam hal ini, produsen atau pemilik usaha yang menggunakan layanan konten kreator TikTok untuk mempromosikan produk melalui platform media sosial TikTok harus dengan imbalan yang telah disepakati sebelumnya. Penggunaan layanan konten kreator TikTok memiliki dampak yang signifikan dalam strategi pemasaran, bertujuan untuk menarik perhatian dan minat beli konsumen terhadap produk

⁴ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 15.

tersebut. Oleh karena itu, banyak konten kreator TikTok yang menawarkan jasa endorsement, namun tidak semua dari mereka memperhatikan apakah transaksi tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam atau tidak. Banyak di antara mereka yang terlalu fokus pada keuntungan, tanpa memperhatikan apakah transaksi tersebut sah menurut pandangan agama Islam atau tidak.⁵

Dengan munculnya isu tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana kajian fiqih muamalah terhadap sistem kerja aplikasi TikTok dan bagaimana kajian fiqih muamalah terhadap sistem penggajian dalam aplikasi TikTok, yang berlokasi di Desa Wonorejo Karanganyar, Demak, Jawa Tengah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat isu tersebut sebagai topik utama dalam penulisan penelitian yang berjudul **“KAJIAN FIQIH MUAMALAH TERHADAP SISTEM PEMBAYARAN GAJI KONTEN KREATOR DALAM APLIKASI TIKTOK DI DESA WONOREJO KARANGANYAR DEMAK”**.

B. Fokus Penelitian

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah diuraikan, fokus penelitian ini akan difokuskan pada kajian fiqih muamalah terhadap sistem kerja aplikasi TikTok, serta bagaimana kajian fiqih muamalah terhadap sistem penggajian dalam aplikasi TikTok. Dimana para produsen dan konten kreator biasanya hanya mementingkan keuntungan saja, tanpa memperhatikan sah tidaknya transaksi tersebut. Dengan adanya penelitian ini, maka dapat dijadikan dasar untuk memahami mekanisme sistem kerja TikTok beserta pandangan hukum Islamnya.

C. Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan konteks yang telah dijelaskan di atas, maka masalah yang akan dijelaskan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Kajian Fiqih Muamalah Terhadap Sistem Kerja Aplikasi TikTok Di Desa Wonorejo Karanganyar Demak ?

⁵ Muhammad Sholahudin, *Fatwa-fatwa Muamalah Kontemporer*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 2004), hlm. 3.

2. Bagaimana Kajian Fiqih Muamalah Terhadap Sistem Penggajian Dalam Aplikasi TikTok Di Desa Wonorejo Karanganyar Demak ?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kajian fiqih muamalah terhadap sistem kerja aplikasi TikTok di desa Wonorejo Karanganyar Demak
2. Untuk mengetahui kajian fiqih muamalah terhadap sistem penggajian dalam aplikasi TikTok di desa Wonorejo Karanganyar Demak

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini, baik dalam konteks teoritis maupun praktis dalam lingkup akademis, meliputi:

1. Secara Akademis
 - a. Sebagai pedoman dan referensi untuk menyusun penelitian selanjutnya dengan lebih baik dan komprehensif.
2. Secara Teoritis
 - a. Diharapkan bahwa melalui studi ini, pengalaman, pengetahuan, dan aplikasi teori, terutama dalam konteks hukum Islam, dapat diperkaya.
3. Secara Praktis
 - a. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pedoman kepada masyarakat yang membutuhkan informasi terhadap pemakaian aplikasi TikTok supaya lebih memanfaatkan teknologi yang ada dan dapat menjadi masukan bagi pengguna aplikasi TikTok dalam memanfaatkan peluang dalam mencari penghasilan yang baik.

F. Sistematika Penelitian

Hasil penelitian ini akan dirangkum dalam bentuk tertulis yang sistematis sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Pada bagian awal ini berisi halaman judul, nota persetujuan pembimbing, nota pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar dan abstrak.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini dimulai dari : Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang : Teori-teori yang berkaitan dengan Judul, Penelitian Terdahulu, dan Kerangka Berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang : Jenis dan Pendekatan Penelitian, Setting Penelitian, Subyek Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Pengujian Keabsahan Data, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang : Gambaran Obyek Penelitian, Deskripsi Data Penelitian, dan Analisis Data Penelitian

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang : Kesimpulan dan Saran-saran

3. Bagian Penutup

Bagian ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.