

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hukum ekonomi Islam telah di jelaskan di dalam al Qur'an ataupun hadits secara rinci. Sebagai umat islam kita harus menggunakan pedoman tersebut untuk menjadikan kiblat agar hukum ekonomi kita tidak melenceng dan seenaknya sendiri tanpa memikirkan dampak sesuatu yang terjadi nantinya. Islam telah menjelaskan banyak perspektif, dari mulai segia muamalahnya, amaliahnya, sebab musababnya dan lain-lain. Begitupula di era globalisasi sekarang ini. Banyak cara untuk menghasilkan penghasilan dari berbagai cara dan syarat yang harus di lakukan, salah satunya adalah mengunggah video (konten creator) di salah satu aplikasi *hand phone* sekarang yaitu *youtube*.

Islam telah membenarkan seorang muslim untuk menggunakan hartanya baik itu dilakukan sendiri atau dilakukan dengan bentuk kerja sama. Oleh karena itu islam membenarkan kepada mereka yang memiliki modal untuk mengadakan usaha dalam bentuk *syirkah*. Apakah itu berupa perusahaan ataupun perdagangan dengan rekanya.¹

Menurut ahli fiqih hanafiyah, *syirkah* adalah: akad antara pihak-pihak yang berserikat dalam hal modal dan keuntungan. Menurut ahli fikih malikiyah, *syirkah* adalah kebolehan (atau izin) bertasharruf bagi masing-masing pihak saling memberikan izin kepada pihak-pihak lain dalam mentharrufkan harta (obyek) *syirkah*. Menurut ahli fiqih syafi'iyah, *syirkah* adalah berlakunya hak atau sesuatu bagi dua pihak atau lebih dengan tujuan persekutuan.²

¹ M. Yusuf Qardhawi, *Halal Dan Haram Dalam Islam*, (Surabaya: BINA ILMU, 1993), 375.

² Ghufraan A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT. Raja grafindo persada, 2002), 192.

Seperti diketahui bahwa al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW merupakan sumber tuntunan hidup bagi kaum muslimin untuk menapaki kehidupan fana di dunia ini dalam rangka menuju kehidupan kekal di akhirat nanti. Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah sebagai penuntun memiliki daya jangkau dan daya atur yang universal. Artinya, meliputi segenap aspek kehidupan umat manusia dan selalu ideal untuk masa lalu, kini, dan yang akan datang. Salah satu bukti bahwa al-Qur'an dan sunnah tersebut mempunyai daya jangkau dan daya atur yang universal dapat dilihat dari segi teksnya yang selalu tepat untuk di implikasikan dalam kehidupan aktual. Misalnya, daya jangkau dan daya aturnya dalam bidang perekonomian umat.³

Dalam aspek ekonomi, sebagaimana juga bidang-bidang ilmu lainnya yang tidak luput dari kajian Islam, bertujuan menuntun agar manusia berada di jalan lurus (*shirat al mustaqim*). Manusia sebagai makhluk yang bermoral, dalam menjalankan hidupnya selalu bergantung kepada orang lain baik menerima maupun memberikan peranannya kepada orang lain sebagai bentuk kerjasama atau syirkah. Syirkah menurut bahasa berarti *al-ikhtilath* yang artinya campur atau percampuran. Demikian dinyatakan oleh Taqiyuddin. Maksud percampuran di sini ialah seseorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain sehingga tidak mungkin untuk dibedakan.⁴

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, maka tingkat kebutuhan manusia semakin tinggi sehingga manusia semakin membutuhkan lapangan pekerjaan tambahan untuk mendapatkan tambahan penghasilan guna mencukupi kebutuhan hidupnya. Lapangan pekerjaan yang sulit inilah yang mendorong manusia untuk berbuat kreatif dan bisa menghasilkan uang dengan jalan yang halal dengan menciptakan lapangan

³ Lubis, Suuharwadi, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), 1.

⁴ Suhendi, hendi, *fiqh muamalah*, (Jakarta; PT. raja grafindo, 2005),125.

lapangan pekerjaan yang baru. Salah satunya adalah bisnis-bisnis baru yang ada di internet. Sementara salah satu contoh bisnis di internet yang gratis adalah program *afiliasi* pada *Google AdSense* yang bekerja sama dengan pihak *Youtube*. Program ini merupakan program advertising yang dilakukan oleh *Google* yang bekerjasama dengan para *Youtuber* di mana iklan dari *Google* dapat ditampilkan dalam bentuk video maupun banner.

Indonesia adalah pasar potensial industri media digital. Negara ini mengalami peningkatan penggunaan internet dan media sosial secara signifikan, Pihak *Youtube* yang mengetahui bahwa Indonesia adalah pasar potensial berupaya mengembangkan berbagai cara memunculkan *vlogger* baru, terutama *vlogger* yang memiliki potensi *viewers* dan *subscribers* tinggi.⁵

Perkembangan penggunaan media internet sebagai komunikasi menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan bahkan sekarang muncul istilah telepon pintar (*smartphone*). Hadirnya *smartphone*, fasilitas berkomunikasi pun beraneka macam, mulai dari *sms*, *mms*, *chatting*, *email*, *video live*, dan lain-lain yang menyangkut dengan fasilitas media sosial.⁶ Penggunaan *smartphone* yang juga semakin bertambah dengan fitur yang disediakan oleh para produsen seluler, salah satu contoh adalah kita dapat menonton video bahkan siaran televisi sekalipun hanya dengan mengetik dan mencarinya dimesin pencarian seperti *Google*.

Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial berbasis video yang mulai naik daun sejak 5 tahun yang lalu.. Dilansir dari statistik dalam situsnya sendiri, *Youtube* memiliki lebih dari satu milyar pengguna yang merupakan hampir sepertiga semua pengguna internet. Hingga Maret

⁵ Jimi N. Mahameruaji dkk, "Bisnis Vlogging dalam Industri Media Digital di Indonesia", *Universitas Padjadjaran*, VOLUME 15, NOMOR 1, (Juni 2018): 61-74.

⁶ Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Social Untuk Efektifitas Komunikasi", *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika* Vol. 16 No.(Tahun 2016): 16.

2015, pembuat konten di *Youtube* sudah mengunggah 10.000 video, karena membuat akun atau channel di *Youtube* dan meraih pelanggan atau penayangan bisa menghasilkan uang. Lama kelamaan, makin banyak orang membuat akun *Youtube* yang membuka kesempatan sebagai lapangan pekerjaan. Tiap hari pengguna *Youtube* bisa menonton ratusan juta jam video dan menghasilkan miliaran kali penayangan. *Youtube* menjangkau pemirsa rata-rata berusia 18 sampai 34 tahun. Beragam konten video bisa diakses dalam *Youtube*, mulai dari Musik, Film, Berita dan Informasi, Olahraga, Gaya hidup, *Gaming*, dan *Vlog*.⁷

Kajian mengenai *Youtube* menarik minat akademisi di seluruh dunia. Beberapa topik yang telah muncul antara lain, analisis mengenai sistem user generated content dalam *Youtube*. *Youtube* sebagai media baru penerus perkembangan wacana autentisitas (*authenticity*) di *Youtube* timbulnya *flaming* dalam *Youtube* hingga topik mengenai kemunculan komunitas *entrepreneurship* baru yang sebelumnya hanya berstatus sebagai pembuat video amatir.⁸

Youtube memperoleh pemasukan dari iklan (*google adSense*) atau berkecimpung dalam dunia periklanan digital dengan melakukan endorsement atau product placement. Kreativitas dan variasi strategi presentasi diri para vlogger tersebut menciptakan persona yang disukai banyak orang, baik *subscribers* channel mereka maupun khalayak luas.⁹

Salah satu media hiburan di internet yang paling banyak diakses di Indonesia adalah *Youtube*. Keleluasaan masyarakat yang dapat berperan sebagai kreator sekaligus

⁷ Eribka Ruthellia David, *Content In Youtube Vlog Influence On Student Attitudes Establishment Of Communication Sciences Faculty Of Social And Political Science University Of Sam Ratulangi*, Volume VI. No. 1 (Tahun 2017): 1.

⁸ Jimi N. Mahameruaji dkk. "Bisnis Vlogging dalam Industri Media Digital di Indonesia ", *Universitas Padjadjaran*, VOLUME 15, NOMOR 1, (Juni 2018): 6.

⁹ Jimi N. Mahameruaji dkk. "Bisnis Vlogging dalam Industri Media Digital di Indonesia ", *Universitas Padjadjaran*, VOLUME 15, NOMOR 1, (Juni 2018): 7.

penonton menjadi daya tarik masyarakat Indonesia untuk menggunakan *Youtube*. Tingginya akses masyarakat Indonesia terhadap *Youtube* pada akhirnya menarik minat perusahaan untuk menjadikan *Youtube* sebagai media pemasaran baru. Keuntungan yang didapatkan oleh Google, parent-corporate dari *Youtube*, mencapai 14,3 milyar USD pada kuartal pertama tahun 2016. Keuntungan tersebut didapatkan dari iklan yang ditayangkan pada search engine dan iklan di *Youtube*. Lingkungan *Youtube* yang sangat mendukung pertumbuhan kreator dan penonton berkontribusi dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan *Youtube*. Tingginya frekuensi penggunaan *Youtube* berdampak pada tingginya minat perusahaan untuk menggunakan *Youtube* sebagai media pemasaran. Investasi yang ditanamkan perusahaan kepada *Youtube* akhirnya meningkatkan kesadaran *Youtube* untuk terus membangun komunitas kreator di dalam platformnya, salah satunya dengan memberikan keuntungan materiil melalui ad revenue. Keuntungan materiil yang digabungkan dengan fungsi *Youtube* sebagai media ekspresi diri lah yang menjadi faktor bagi tingginya minat masyarakat untuk menjadi kreator *Youtube*.¹⁰

Bisnis kerjasama yang ditawarkan oleh pihak *Youtube* kepada para *Youtuber* atau dalam istilah lain juga disebut sebagai pembuat konten video yang berada dalam *platform youtube* ini merupakan hal yang baru, sehingga masih banyak kelemahan di dalam sistemnya, sebagai contoh untuk bergabung menjalin kerjasama dengan pihak *Youtube*, maka para content creator wajib membuat kesepakatan yang dibuat secara sepihak oleh pihak *Youtube*, sehingga akad sepenuhnya dibuat oleh pihak *Youtube*, dan orang atau *Youtuber* yang akan bekerjasama atau bergabung di dalam program kerjasama ini harus menyepakati peraturan yang dibuat oleh pihak *Youtube* dengan cara

¹⁰ Yessi Nurita Labas dan Daisy Indira Yasmine, "Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia", *Jurnal Pemikiran Sosiologi* Volume 4, No.2 (Tahun 2017): 104-105.

mengklik kebijakan yang ditetapkan pihak *Youtube* beserta dengan syarat syarat yang harus dipenuhi oleh para *Youtuber* atau content creator. Adapun syarat terbaru yang harus dipenuhi para *Youtuber* yaitu minimal memiliki 1000 subscriber dan 4000 jam penayangan selama 12 bulan terakhir. Selain itu *Youtube* berhak mengeluarkan banned atau pemberhentian sementara kerjasama dengan pihak *Youtuber* apabila situs tersebut dicurigai melakukan kecurangan.

Adapun dari uraian diatas, penulis mencoba meneliti salah satu *Youtuber* yang berasal dari Pati Jawa Tengah tepatnya di Kecamatan Sukolilo, Desa Sumber Soko, RT/RW. 02/03 yaitu channel hajar pamuji, channel ini di buat sejak tanggal 16 agustus 2014 oleh hajar pamuji dan kiswanto, sampai sekarang masih berstatus aktif dan memiliki jumlah *subscriber* mencapai 485.000 pada tanggal 01 oktober 2019 dan masih mengalami jumlah kenaikan subscriber sampai detik penelitian ini dibuat. Sedangkan untuk jumlah penayangan yang dicatatkan oleh channel hajar pamuji dari awal berdiri sampai sekarang mencapai 103.001.390 kali ditonton dari keseluruhan video yang ada di channel hajar pamuji, dari sini dapat diketahui bahwasannya channel hajar pamuji ini telah memenuhi persyaratan untuk bergabung menjalin kerjasama bisnis pengiklanan dengan pihak *Youtube* karena telah memenuhi standart persyaratan yaitu memiliki minimal 1000 subscriber dan 4000 jam tayang tepatnya pada tanggal 28 februari 2016, hal ini menjadi dasar bagi penulis untuk mengkaji chanel hajar pamuji ini sebagai objek penelitian karena chanel hajar pamuji telah menjalin kerjasama dengan pihak *Youtube* dari hasil kesepakatan antara keduanya. Dan dari pemaparan teori kerjasama dalam hukum ekonomi islam yang telah dijelaskan oleh penulis di awal dapat dikategorikan kerjasama antara keduanya termasuk dalam kerjasama yang menggunakan akad syirkah.

Namun kendala dialami oleh channel hajar pamuji pada tanggal 29 september 2016 karena ada salah satu peraturan kebijakan youtube yang dilanggar oleh channel

hajar pamuji dalam salah satu video yang diunggah, yang mengakibatkan diberhentikannya sementara akun *Youtube* dari hajar pamuji, selama 3 bulan berturut-turut. Pada tahun 2017 bulan Januari channel hajar pamuji kembali menjalin kerjasama lagi dengan pihak *Youtube* sampai sekarang karena sanksi pembatalan sementara kerjasama yang dijatuhkan pihak youtube kepada channel hajar pamuji telah berakhir massa tenggangnya.

Artinya channel *Youtube* hajar pamuji tidak mendapatkan pendapatan dari hasil kerjasamanya dengan pihak Youtube selama 3 bulan berturut-turut.¹¹ Adapun untuk menjadi gambaran pembatalan kerjasama antara channel hajar pamuji dengan program partner *Youtube* bisa dilihat dari segi pendapatan channel hajar pamuji mulai dari awal diterima untuk bergabung kerjasama dengan *Youtube* yaitu tanggal 20 Maret 2016 sampai pada tanggal 30 Desember 2017, berikut adalah tabel pendapatan channel hajar pamuji yang disajikan oleh penulis dari hasil wawancara langsung kepada pihak yang bersangkutan :

1.1. Tabel pendapatan chanel Hajar Pamuji

NO	BULAN	TAHUN 2016	TAHUN 2017
1	Januari	-	Rp,565.300
2	Februari	-	Rp,900.085
3	Maret	Rp,1.300.000	Rp,10.685.000
4	April	Rp, 769.000	Rp,20.799.103
5	Mei	Rp,1.000.012	Rp,13.916.267
6	Juni	Rp,1.056.000	Rp,10.844.310
7	Juli	Rp,300.005	Rp,5.360.800
8	Agustus	Rp, 210.052	Rp,7.404.000
9	September	Rp,8.638.000	Rp,10.179.000
10	Oktober	-	Rp,12.130.000
11	November	-	Rp,8.500.000
12	Desember	-	Rp,8.844.200
TOTAL	12		

¹¹ Hasil Observasi Dengan Pihak Creator Hajar Pamuji, (2 Oktober 2019).

Dari tabel diatas terlihat bahwa bulan september pendapatan naik drastis dari bulan sebelumnya karena ada satu video yang mampu menembus sampai 1 juta *viewer* dalam sebulan, namun video tersebut mengandung unsur tontonan khusus dewasa yang jelas dilarang oleh pihak *Youtube* untuk disetujui masuk program partner *Youtube*. Pada akhirnya pihak *Youtube* melakukan adanya pembatalan kerjasama dengan channel hajar pamuji selama 3 bulan yaitu bulan oktober sampai desember tahun 2016. Dan di kolom nomor 3 baris pertama, menunjukkan bahwa kembali channel hajar pamuji mendapatkan pendapatan dari hasil kerjasama dengan youtube lagi karena sanksi yang ditetapkan oleh pihak *Youtube* dari hasil kesepakatan awal untuk menjalin kerjasama dibidang periklanan kepada channel hajar pamuji telah berakhir masa tenggangnya.

Berdasarkan munculnya permasalahan di atas penulis tergerak minatnya untuk mengkajinya dalam sebuah penelitian yang berjudul **“ANALISIS KERJA SAMA (SYIRKAH) ANTARA CONTENT CREATOR DENGAN YOUTUBE DALAM PANDANGAN EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS AKUN YOUTUBE CHANNEL HAJAR PAMUJI)”**.

B. Fokus Penelitian

Dengan adanya permasalahan yang telah di terangkan dalam latar belakang masalah diatas maka penelitian ini akan difokuskan pada suatu permasalahan agar bisa focus dan tidak keluar dari pembahasan. Adapun pembahasan yang peneliti kaji adalah tentang analisis antara konten creator dengan youtube dalam pandangan ekonomi Islam (studi kasus akun youtube channel hajar pamuji). Judul yang penulis ambil adalah berawal dari tentang suatu kerjasama dimana pihak youtuber dan youtube bekerja sama untuk menghasilkan uang yang di dapat dari konten-konten yang telah di sediakan di channel hajar pamuji.

C. Rumusan Masalah

Dalam memperjelas penelitian, perlu terlebih dahulu untuk membuat rumusan masalah. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, perumusan masalahnya sebagai berikut:

- a. Bagaimana bentuk kerjasama (syirkah) antara konten creator dengan pihak youtube channel hajar pamuji?
- b. Bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap bentuk kerjasama antara konten creator dengan pihak youtube channel hajar pamuji?

D. Tujuan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk kerja sama (syirkah) antara konten creator dengan pihak youtube channel hajar pamuji.
2. Untuk mengetahui pandangan ekonomi Islam terhadap bentuk kerjasama antara konten creator dengan pihak youtube channel hajar pamuji.

E. Manfaat Penelitian

1) Manfaat teoritis

- a. Dapat menambah khazanah keilmuan di bidang ilmu pengetahuan dan ilmu teknologi komunikasi.
- b. Hasil penelitian dapat di gunakan untuk bahan referensi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan hal yang sama.

2) Manfaat praktis

- a. Bagi pembaca

Peneliti berharap dengan adanya hasil penelitian ini mampu memberikan informasi dan wacana bagi pembaca. Penelitian ini diharapkan dapat memberi sebuah kontribusi terhadap mahasiswa IAIN Kudus khususnya jurusan dakwah prodi penyiaran Islam. Dan dapat di jadikan sumber referensi yang berkaitan dengan penyiaran media

sosial. Serta dapat di jadikan khazanah sumber ilmu pengetahuan.

b. Bagi penulis

Dengan melakukan penelitian ini, peneliti berharap dapat menambah wawasan, pengalaman dan intelektual penulis.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bagian, masing-masing membahas permasalahan yang diuraikan menjadi beberapa sub bagian. Antara satu bagian dengan bagian yang lain saling berhubungan terkait erat. Adapun sistematikanya yaitu sebagai berikut:

a. Bagian Awal

Berisi sampul, nota persetujuan, pernyataan asli, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, dan daftar isi.

b. Bagian Isi

Pada bab ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, mulai dari bab satu sampai bab lima karena saling berkaitan, kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari 6 (enam) sub bab, meliputi: Latar belakang masalah, fokus Masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini terdiri dari 3 (tiga) sub bab, meliputi: pada sub bab pertama ini penulis membahas deskripsi pustaka yang didalamnya terdiri dari 4 (empat) sub bab meliputi: sub bab pertama pengertian youtube, pengertian adsense, pengertian e-commerce dan pengertian ekonomi Islam.

Pada sub bab kedua membahas penelitian terdahulu dan sub ketiga membahas kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari 6 (enam) sub bab, meliputi: jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari 3 sub bab, meliputi: pada sub bab pertama penulis membahas gambaran objek penelitian yang didalamnya terdapat sub bab meliputi: bab pertama channel hajar pamuji, bab dua biografi hajar pamuji, bab tiga kinerja chanel hajar pamuji.

Pada sub bab kedua penulis membahas data penelitian yang di dslamnya terdapat dua sub bab meliputi: bab pertama berisi bentuk kerja sama (syirkah) antara chanel hajar pamuji dengan youtube, bab kedua berisi tentang pandangan ekonomi islam tentang kerja sama antara conten creator dengan youtube.

Pada sub bab ketiga penulis membahas tentang data prmbshasan yang di dalamnya terdapat dua sub bab meliputi: bab pertama berisi bentuk kerja sama (syirkah) antara chanel hajar pamuji dengan youtube, bab kedua berisi tentang pandangan ekonomi islam tentang kerja sama antara conten creator dengan youtube.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari tiga sub bab meliputi : bab pertama berisi simpulan, bab kedua berisi saran dan bab ketiga berisi penutup.

