

**“TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP AKAD
PENGHASILAN DALAM SISTEM *MONETASI*
YOUTUBE”**



SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H.) dalam Ilmu Syariah

Oleh:

SITI ROSIDAH

NPM: 1521030143

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

**FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1440 H/2019 M**

**“TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP AKAD
PENGHASILAN DALAM SISTEM *MONETASI*
YOUTUBE”**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H.) dalam Ilmu Syariah

Oleh:

SITI ROSIDAH

NPM: 1521030143

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Pembimbing I : Drs. Susiadi AS., M. Sos.I.

Pembimbing II : Relit Nur Edi, S.Ag., M.Kom. I.



**FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1440 H/2019 M**

ABSTRAK

YouTube menjadi media sosial yang sedang diminati oleh banyak orang dari semua golongan umur, karena hal itu banyak yang menjadikan *YouTube* sebagai ladang penghasilan. Cara untuk menghasilkan uang dari *YouTube* atau disebut sistem *Monetasi*, mengharuskan para *Youtuber* melakukan perjanjian kerjasama dengan pihak *YouTube Partner Program*, namun dalam prakteknya terkadang mengesampingkan kaidah hukum Islam. Para *Youtuber* yang telah melakukan akad dengan menyetujui segala peraturan dari pihak *YouTube Partner Program*, namun dalam prakteknya sering melanggar peraturan tersebut.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana pelaksanaan akad kerjasama dalam sistem monetasi *Youtube* antara *Youtuber* dan pihak *Youtube Partner Program*, dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap akad kerjasama dalam sistem monetasi *Youtube* antara *Youtuber* dan pihak *Youtube Partner Program*. Tujuan penelitian ini yaitu, untuk mengetahui pelaksanaan akad kerjasama antara *Youtuber* dan pihak *Youtube*, dan untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap akad kerjasama dalam sistem monetasi *Youtube* antara *Youtuber* dan pihak *Youtube Partner Program*.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kepustakaan (*library research*), dan bersifat *deskriptif analisis*. Adapun sumber data primer dalam skripsi ini yaitu buku-buku yang berkaitan dengan sistem *Monetasi YouTube*, buku-buku yang berkaitan dengan hukum Islam mengenai akad bisnis dalam Islam, serta dari Al-Qur'an dan Hadits. Dan sumber data sekunder dalam skripsi ini diperoleh dari jurnal, skripsi *web*, *Youtube* dan artikel-artikel, dan forum-forum umum di internet, yang terkait dengan penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian dalam skripsi ini, akad dalam sistem *Monetasi YouTube* antara *Youtuber* dan pihak *YouTube Partner Program*, yaitu diperbolehkan asalkan sesuai dengan kaidah Islam dan tidak melanggar pedoman Komunitas *YouTube*. Namun, dalam praktiknya banyak *Youtuber*, yang tidak mengindahkan hal tersebut, dengan melanggar hak cipta, membuat dan mengunggah video berisi kekerasan, dan ketelanjangan, serta melakukan *Subscriber Spam*, maka penghasilan yang didapatkannya menjadi haram. Karena melanggar perjanjian dengan pihak *YouTube*, dan pedoman komunitas *YouTube*, serta melanggar *syariat* Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS SYARI'AH**

Jln. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Telp (0721) 703289

PERSETUJUAN

Tim pembimbing telah membimbing dan mengoreksi skripsi Saudari:

Nama Mahasiswa : Siti Rosidah

NPM : 1521030143

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syari'ah

Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam terhadap Akad Penghasilan dalam Sistem Monetasi YouTube

MENYETUJUI

Untuk di munaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Drs. Susiadi AS., M.Sos.I.
NIP. 19580817993031002

Pembimbing II

Relit Nur Edi, S.Ag., M. Kom. I.
NIP. 196901051998031003

Mengetahui,
Ketua Jurusan Mu'amalah

Dr. H. A. Khumedi Ja'far, S.Ag. M.H.
NIP. 19720826003121002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Telp (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Peghasilan dalam Sistem *Monetasi YouTube***” disusun oleh, **SITI ROSIDAH**, NPM: 1521030143 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Syariah UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal: Kamis, 27 Juni 2019.

Tim Penguji

Ketua : Marwin, S.H., M.H.

(.....)

Sekretaris : Helma Maraliza, S.E.I., M.E.Sy.

(.....)

Penguji I : Dr. Iskandar Syukur, M.A.

(.....)

Penguji II : Drs. Susiadi AS., M.Sos.I.

(.....)

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Syariah**

Dr. Alamsyah, S.Ag., M. Ag
NIP.197009011997031002

MOTTO

قَالَ اللَّهُ هَذَا يَوْمٌ يَنْفَعُ الصَّادِقِينَ صِدْقُهُمْ لَهُمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ
خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ۱۱۹

Artinya; “Allah berfirman: "Inilah saat orang yang benar memperoleh manfaat dari kebenarannya. Bagi mereka surga yang dibawahnya mengalir sungai-sungai, mereka kekal di dalamnya selama-lamanya; Allah ridha kepada mereka. Itulah kemenangan yang agung”(Al-Maidah [5] ayat 119).¹



¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*(Bandung: Diponegoro, 2015), h. 127

PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin. Terima kepada Allah SWT., atas segala nikmat, karunia, kekuatan, dan kesempatan yang telah diberikan kepada saya, untuk mempersembahkan sesuatu kepada orang-orang yang sangat kucintai. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

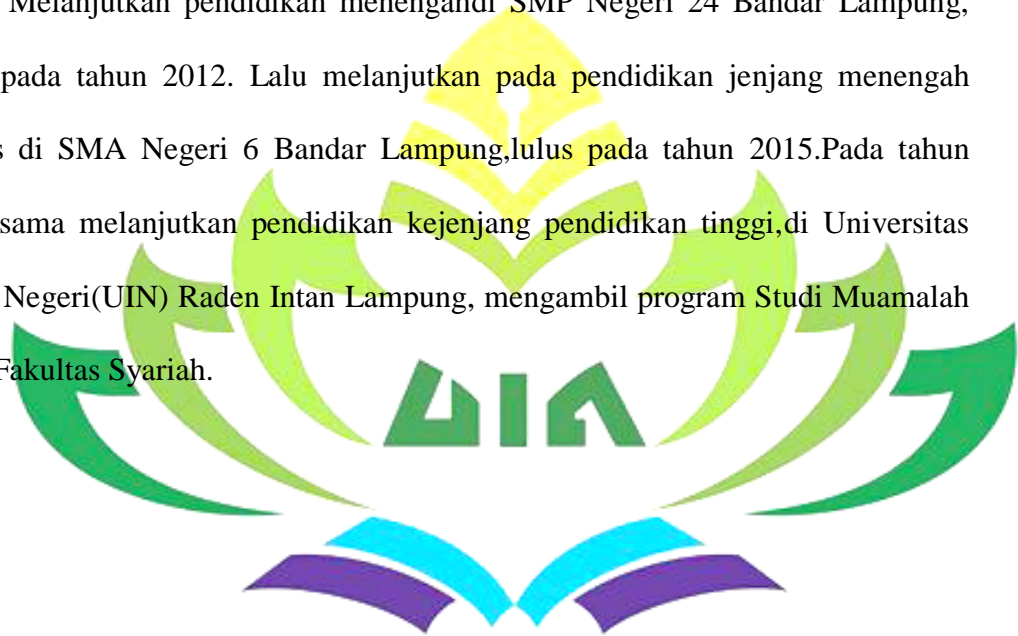
1. Kepada Orang tuaku tercinta, Bapak Supriyanto dan Ibu Painah yang telah, membesarkan, merawat, mendidik, tabah, sabar, dan berdoa untukku. Terima kasih, atas segala semangat, dukungan, nasihat, dan segala perjuangan untuk anak kalian ini, yang sedang mengejar cita-citanya. Terima Kasih atas segalanya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakakku Tercinta Apriyanti, S.P., serta adik-adikku tercinta, Tri Handayani dan Wahyu Adi Saputra, yang telah memberikan kasih sayang, do'a, dukungan dan semangat sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap Siti Rosidah. Dilahirkan pada tanggal 08 Januari 1997 di Kedamaian, Bandar Lampung, Lampung. Putri dari Bapak Supriyanto dan Ibu Painah. Penulis merupakan anak kedua dari 4 bersaudara. Anak pertama, bernama Apriyanti S.P., anak ketiga bernama Tri Handayani, dan anak keempat bernama Wahyu Adi Saputra.

Pendidikan dasar dimulai dari SD Negeri 2 Kedamaian, lulus pada tahun 2009. Melanjutkan pendidikan menengah di SMP Negeri 24 Bandar Lampung, lulus pada tahun 2012. Lalu melanjutkan pada pendidikan jenjang menengah keatas di SMA Negeri 6 Bandar Lampung, lulus pada tahun 2015. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan ke jenjang pendidikan tinggi, di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, mengambil program Studi Muamalah pada Fakultas Syariah.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga skripsi dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Penghasilan dalam Sistem Monetasi YouTube” dapat diselesaikan. Salawat serta saran disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan pengikut-pengikut yang setia.

Skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Srata Satu (SI) Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH) dalam bidang ilmu syariah.

Atas bantuan semua pihak dalam penyelesaian skripsi ini, taklupa dihaturkan terimakasih sedalam-dalamnya. Secara rinci diungkapkan terimakasih itu disampaikan kepada:

1. Dr. Alamsyah, S.Ag, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap kesulitan-kesulitan mahasiswa.
2. Dr. H. A. Khumedi Ja'far, S.Ag. M.H. dan Khoirudin, M. S.I. Selaku ketua jurusan dan sekertaris jurusan Mu'amalah.
3. Drs. Susiadi AS., M. Sos.I. dan Relit Nur Edi, S.Ag., M. Kom. I. yang masing-masing selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan, dan memotivasi hingga skripsi ini selesai.

4. Seluruh Dosen Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pelajaran dan pengajaran sehingga dapat mencapai akhir perjalanan di kampus UIN Raden Intan Lampung.
5. Kepala dan Karyawan Perpustakaan Fakultas Syariah dan Universitas yang telah memberikan informasi, data, referensi, dan lain-lain.
6. Orang tua tercinta Bapak Supriyanto dan Ibu Painah, kakak dan adik tersayang, Apriyanti S.P., Tri Handayani, dan Wahyu Adi Saputra, serta keluarga besar tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan segala pengorbanan yang telah dilakukan.
7. Teman-teman Muamalah D Angkatan 2015, senasib, seperjuangan, terima kasih atas segala kenangan selama 4 tahun ini dari suka, sampai duka, serta solidaritasnya sehingga membuat hari-hari kuliah lebih terasa berarti.
8. Sahabat-sahabat terbaikku selama menempuh kuliah, Annisa Dwi Safitri, Diyan Puspitasari, Dwi Fatmawati, Kholifatul Azkiya, Melinda, Yozzi Nopsendri Putri, dan Rizki Pinkkan Saputra, yang selalu mendampingi, memberi semangat, dukungan, doa, tempat berbagi keluh kesah, gelak tawa, persaudaraan, solidaritas, pelajaran hidup dan segalanya yang telah diterima Penulis, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dan membuat masa kuliah lebih berarti.
9. Sahabat-sahabat terbaikku masa SMA yang tetap setia menemani hingga sekarang, Putri Ramadhani, Ayu Aryani, dan Wahyu Fitriyani. Dan My Fantastic 5, Indah Febriyani, Venna Chyntia Sofiani, Riska Yunisyah Imilda, dan Gadis Cahaya Brilliantine. Terima atas kesetiaan, rasa

persaudaraan, semangat, dukungan, doa, serta motivasi, kasih sayang, perhatian, dan canda tawa kalian, sehingga perjuangan mengejar cita-citaku lebih bermakna.

10. Keluarga baruku, Para Cucu Mbah Bimo, sahabat-sahabat KKN 274 Sukoharjo 2 Pringsewu, Maryadi Hizri, Bima Sakti, Dwi Pujiono, Muhammad Abdusalam, Merry Sanory Sulastry, Mira Rusmalinta, Astnah Muzzammillatun, Jihan Annisa, Sylvia Liliani, Nida Uzzaqia, Nur Annisa Delafi, Dewi Ardimaningsih, Salma Wulandari, terima kasih atas kebersamaan, kekeluargaan, semangat, dukungan, dan segala kenangannya, yang membuat Penulis semangat untuk menyelesaikan skripsi.

11. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung.

Semoga amal baik kalian mendapat balasan dari Allah SWT. Pada akhirnya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu diharapkan masukan baik berupa saran maupun kritik demi kelengkapan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat.

Bandar Lampung, 20 Juni 2019

Penulis,

Siti Rosidah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	2
C. Latar Belakang Masalah	3
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
F. Metode Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Akad dalam Bisnis Islam	16
1. Pengertian Akad	
2. Dasar Hukum Akad	17
3. Rukun Akad	19
4. Syarat Akad	25
5. Jenis-Jenis Akad	27
6. Tujuan Akad	36
7. Asas Berakad dalam Islam.....	38
8. Berakhirnya Akad.....	43
B. <i>Syirkah</i>	44
1. Pengertian <i>Syirkah</i>	44
2. Dasar Hukum <i>Syirkah</i>	45

3. Rukun <i>Syirkah</i>	46
4. Syarat <i>Syirkah</i>	46
5. Jenis-Jenis <i>Syirkah</i>	49
6. Batal dan Berakhirnya <i>Syirkah</i>	51
C. Perjanjian Elektronik.....	52
BAB III GAMBARAN UMUM SISTEM <i>MONETASI YOUTUBE</i>	56
A. Tentang <i>YouTube</i> dan <i>YouTuber</i>	56
B. Sistem <i>MonetasiYouTube</i>	65
C. Tentang <i>Google Adsense</i>	68
D. Tentang MCN (<i>Multi Channel Network</i>).....	73
E. Cara Bergabung dengan <i>Youtube Partner Program</i>	77
F. Pembayaran Sistem <i>MonetasiYouTube</i>	84
G. Perbuatan <i>YouTuber</i> yang melanggar Perjanjian dengan <i>YouTube Partner Program</i>	86
BAB IV ANALISIS SISTEM <i>MONETASI YOUTUBE</i>	96
A. Analisis Pelaksanaan Akad Kerjasama Dalam Sistem <i>MonetasiYoutube</i> Antara <i>YouTuber</i> dan pihak <i>Youtube Partner Program</i>	96
B. Analisis Hukum Islam Terhadap Akad Kerjasama Dalam Sistem <i>MonetasiYoutube</i> Antara <i>YouTuber</i> Dan Pihak <i>Youtube Partner Program</i>	100
BAB V PENUTUP	108
A. Kesimpulan	108
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal guna mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam menjalani skripsi ini, maka perlu adanya uraian terhadap penegasan arti dan maksud dari istilah yang terkait dengan judul skripsi ini. Adapun judul dari skripsi ini adalah “**Tinjauan Hukum Islam terhadap Akad Penghasilan dalam Sistem Monetasi YouTube**”. Maka dari itu penulis akan menjelaskan secara singkat beberapa komponen kata yang berkaitan dengan skripsi ini, yaitu sebagai berikut:

1. **Tinjauan**, hasil meninjau, pandangan, pendapat (sesudah menyelidiki, mempelajari, dan sebagainya). **Tinjauan**, juga berarti pandangan, dapat juga berarti berarti pendapat (sesudah menyelidiki, mempelajari, dan sebagainya).²
2. **Hukum Islam**, adalah peraturan berdasarkan wahyu Allah dan Sunnah Rasul tentang tingkah laku manusia *mukallaf* yang diakui dan diyakini serta berlaku dan mengikat untuk semua umat yang beragama Islam.³
3. **Akad**, menurut bahasa artinya ikatan atau persetujuan, sedangkan menurut istilah akad adalah transaksi atau kesepakatan antara kedua belah pihak untuk melaksanakan suatu pekerjaan atau perbuatan.⁴

²Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2011), Cet-IV, h. 1470.

³Ismail Muhammad Syah, *Filsafat Hukum Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 1999), Cet-3, h. 17.

⁴Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 44-45.

4. **Penghasilan**, adalah pendapatan yang dihasilkan oleh perseorangan atau badan sehubungan dengan kegiatan usaha atau pekerjaan yang dilakukannya.⁵
5. **Sistem Monetasi**, adalah cara untuk menghasilkan uang dari *YouTube*, dapat dengan menampilkan iklan, menerima sponsor dari pihak lain, menjual produk sendiri, dan lain sebagainya.⁶
6. **YouTube**, *YouTube* adalah saluran portal website yang menyediakan layanan *video sharing*.⁷

Berdasarkan pengertian komponen kata-kata dalam judul skripsi ini dapat disimpulkan, bahwa penelitian ini adalah sebagai upaya penyelidikan hukum Islam terhadap akad penghasilan dalam sistem *Monetasi YouTube*”

B. Alasan Memilih Judul

1. Alasan objektif

YouTube menjadi media sosial yang sedang diminati oleh banyak orang dari semua golongan umur, karena hal itu banyak yang menjadikan *YouTube* sebagai ladang penghasilan. Cara untuk menghasilkan uang dari *YouTube* atau disebut sistem *Monetasi*, mengharuskan para *Youtuber* melakukan perjajian kerjasama dengan pihak *YouTube Partner Program*, namun dalam prakteknya terkadang mengesampingkan kaidah hukum Islam.

⁵Ahmad Ifhan Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syari'ah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), h. 309.

⁶Jubilee Enterprise, *Kitab Youtuber* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), h. 20.

⁷Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri YouTube*(Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2018),h.1.

Para YouTuber yang telah melakukan akad dengan menyetujui segala peraturan dari pihak *YouTube Partner Program*, namun dalam prakteknya sering melanggar peraturan tersebut. Seperti membuat dan mengunggah video yang melanggar hak cipta, membuat dan mengunggah video tentang kekerasan dan atau ketelanjangan, dan membeli *Subscriber* (pelanggan) dari pihak ketiga atau disebut *Subscriber spam*. Dari penjelasan diatas, makadari itu saya tertarik untuk meneliti permasalahan ini.

2. Alasan subjektif

- a. Referensi serta data informasi terkait penelitian ini, baik data primer maupun sekunder cukup menunjang, sehingga dapat mempermudah penulis menyelesaikan skripsi ini.
- b. Berdasarkan aspek yang diteliti mengenai permasalahan tersebut maka sangat memungkinkan untuk diteliti.
- c. Pembahasan skripsi ini memiliki relevansi dengan disiplin ilmu yang ditekuni penulis, yaitu di Program Studi Muamalah pada Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung tempat penulis memimba ilmu dan memperdalam pengetahuan.

C. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan sebuah proses yang terjadi dalam kehidupan setiap manusia sehari-hari antar individu sampai dengan menggunakan media yang dikenal dengan komunikasi massa. Komunikasi bermedia menggunakan media baru dalam bentuk internet dan media sosial

mulai menggeser posisi media lama dalam penyampaian informasi. Media sosial bisa diakses kapan dan dimana saja dan memiliki sumber tanpa batas membuat posisinya lebih mendominasi. Misalnya, media televisi yang menyampaikan *audio-visual* mulai bersaing dengan kehadiran *YouTube*.

YouTube merupakan situs berbagi media (*media sharing*), yakni jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari video, audio, dan gambar. *YouTube* adalah media sosial yang mulai naik daun 5 tahun yang lalu. Dilansir dari situs resmi *YouTube*, saat ini *YouTube* telah memiliki lebih dari satu milyar pengguna yang merupakan hampir sepertiga semua pengguna internet. Tiap hari pengguna *YouTube* bisa menonton ratusan juta jam video dan menghasilkan milyaran 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, *life style*, *gaming*, serta *vlog* (video blog).⁸

Saat ini *YouTube* bukan hanya sebuah situs, karena dengan *YouTube*, seseorang dapat menghasilkan uang. Dengan perkembangannya yang pesat ini, makin banyak orang membuat akun *YouTube* untuk dijadikan sebagai lapangan pekerjaan. *YouTuber*, adalah seseorang yang mengunggah, memproduksi, atau ditampilkan di video yang ada di situs berbagai

⁸Eribka Ruthellia D., Mariam Sondakh, dan Stefi Harilama, *Pengaruh Konten Vlog terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa FISIP Universitas Sam Ratulangi* (e-journal "Acta Diurna" Volume VI No. 1 Tahun 2007), h. 3 (On-line). Tersedia di <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/view/15479> (diakses pada 01 Februari 2019, pukul. 21.30 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

(*YouTube*).⁹Menjadi seorang *Youtuber* pun tidak sulit, dan modalnya pun tidak terlalu banyak. Jika seorang memiliki alat perekam seperti *Smartphone*, maka dengan dibantu internet berkecepatan tinggi, setiap orang dapat menjadi seorang *Youtuber*.

Para *Youtuber* memanfaatkan *YouTube* untuk mendapatkan penghasilan, baik secara langsung yang didapat dari *YouTube* maupun dari pihak lain. Ada berbagai cara untuk mendapatkan uang dari *YouTube* atau disebut *monetasi*, yaitu antara lain :

1. Bergabung dengan *YouTube Partner Program*. Untuk bisa bergabung dengan *YouTube Partner Program* syarat utamanya yaitu akun *YouTube* harus memiliki setidaknya 10.000 penayangan.¹⁰
2. Pendapatan dari *endorsement*, yakni dengan mempromosikan produk atau jasa orang lain.
3. Berjualan produk atau jasa sendiri di akun *YouTube* milik pribadi.
4. Gabungan dari pendapatan-pendapatan diatas.¹¹

Dalam penelitian ini yang akan dibahas yaitu sistem *monetasi* dengan cara bergabung ke *YouTube Partner Program*. Untuk dapat *monetasi* video di akun mereka para *Youtuber* harus melakukan perjanjian kerjasama dengan *YouTube Partner Program*. Ada dua macam *YouTube Partner Program*, yaitu *Google AdSense* dan *MCN (Multi Channel Network)*.

2. ⁹Jefferly Helianthusonfri, *Yuk Jadi Youtuber* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2018), h.

¹⁰*Ibid.*,h. 135.

¹¹Jubille Enterprise, *Op. Cit.*, h. 19-20.

Google AdSense adalah program periklanan yang disediakan oleh Google, dan para *Youtuber* harus menaati peraturan yang dibuat oleh *Google AdSense*.¹² Sedangkan MCN (*Multi Channel Network*) adalah jenis *network YouTube* yang berdiri sendiri, artinya jaringan ini memiliki kendali penuh pada akses manajemen jaringan.¹³ MCN merupakan penyedia layanan pihak ketiga yang berafiliasi dengan beberapa channel *YouTube* untuk menawarkan layanan seperti pengembangan penonton, pemrograman konten, kolaborasi kreator, pengelolaan hak digital, *monetisasi*, dan atau penjualan.

Kerjasama bisnis dengan *YouTube Partner Program* ini adalah hal yang baru, sehingga masih banyak kelemahan didalam sistemnya sebagai contoh untuk bergabung di dalam *YouTube Partner Program*, maka pemilik akun *YouTube* wajib membuat kesepakatan yang dibuat secara sepihak oleh *YouTube Partner Program*, sehingga akad sepenuhnya dibuat oleh *YouTube Partner Program* tersebut. Dan orang yang akan bekerjasama atau bergabung didalam *YouTube Partner Program* harus menyetujui peraturan yang telah dibuat *YouTube Partner Program* dengan cara mengklik kebijakan tersebut.

Namun dalam praktiknya, para *Youtuber* sering melakukan peraturan yang disepakati, seperti membuat dan mengunggah video yang melanggar hak cipta, membuat dan mengunggah video tentang kekerasan dan atau ketelanjangan. Kelemahan lain yaitu *YouTube Partner Program* berhak mengeluarkan *banned* atau mengeluarkan akun *YouTube* apabila dicurigai

¹²Jefferly Helianthusonfri, *Op. Cit.*, h. 135.

¹³Denny Setyawan, *Rahasia Mendapat Dollar dari YouTube* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2016, h. 9

melakukan kecurangan. Iklan yang ditampilkan oleh *YouTube Partner Program* bersifat acak sehingga iklan yang ditampilkan bersifat sangat umum, dari iklan penjualan buku sampai pada penjualan minuman keras, ponografi, judi, kredit, atau sebagainya yang dilarang Islam. Serta yang terbaru yaitu mengenai masalah jual beli *Subscriber* (*Subscriber spam*).

Kerjasama bisnis dengan *YouTube Partner Program* ini sedang *booming* karena dengan prosedur yang mudah dan tanpa biaya dapat menghasilkan penghasilan yang menjanjikan. Fenomena ini sekarang banyak diikuti oleh masyarakat di seluruh dunia bahkan di Indonesia, yang notabennya mempunyai masyarakat muslim terbesar di dunia, juga ikut melakukan kerjasama bisnis dengan *YouTube Partner Program* tersebut. Kerjasama yang terjadi antara pemilik akun *YouTube* dengan *YouTube Partner Program* berupa akad untuk mengiklankan sebuah produk, dalam *Fiqh Muamalah* disebut dengan *Syirkah Abdan* yaitu kerjasama antara dua orang atau lebih untuk melakukan suatu usaha atau pekerjaan lalu hasilnya dibagi sesuai kesepakatan bersama.¹⁴

Namun apakah kerjasama yang terjadi antara pemilik akun *YouTube* atau disebut *Youtuber* dengan *YouTube Partner Program* telah sesuai dengan *Syari'at* Islam. Maka dari itu, berdasarkan latar belakang masalah diatas perlu diadakan penelitian lebih lanjut yang akan dibahas dalam skripsi yang berjudul “**Tinjauan Hukum Islam terhadap Akad Penghasilan dalam Sistem Monetasi YouTube**”.

¹⁴Rachmat Syaifei, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia Bandung, 2001), h. 192.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka pokok permasalahan yang diangkat adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan akad kerjasama dalam sistem monetasi *Youtube* antara *Youtuber* dan pihak *Youtube Partner Program*?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap akad kerjasama dalam sistem monetasi *Youtube* antara *Youtuber* dan pihak *Youtube Partner Program*?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan akad kerjasama antara *Youtuber* dan pihak *Youtube*.
- b. Untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap akad kerjasama dalam sistem monetasi *Youtube* antara *Youtuber* dan pihak *Youtube Partner Program*.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mengenai pandangan hukum Islam terhadap pelaksanaan akad kerjasama dalam sistem monetasi *Youtube*. Dan diharapkan dapat memperkaya khazanah pemikiran Keislaman pada umumnya,

civitas Akademik Fakultas Syari'ah, Jurusan Muamalah pada khususnya.

- b. Secara Praktis penelitian ini dimaksudkan sebagai suatu syarat tugas akhir guna memperoleh gelar S.H. pada Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung.

F. Metode Penelitian

Mengingat pentingnya metode dalam penelitian, maka dalam usaha menyusun skripsi ini digunakan cara-cara berfikir dalam rangka membahas pokok-pokok permasalahan yang dirumuskan agar penelitian ini dapat terlaksana secara objektif ilmiah dan mencapai hasil yang optimal. Metode adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan, dan menganalisis sampai menyusun laporannya.¹⁵

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah ilmu pengetahuan yang membahas cara-cara yang digunakan dalam penelitian. Jadi metode penelitian merupakan suatu acuan, jalan atau cara yang dilakukan untuk melakukan suatu penelitian dan untuk mencapai pemahaman. Jalan atau cara tersebut harus ditetapkan secara bertanggung jawab ilmiah dan data yang dicari untuk memperoleh pemahaman harus melalui syarat ketelitian, artinya harus dipercaya kebenarannya.¹⁶

¹⁵Cholid Narbuko dan H.Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*(Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), h. 1.

¹⁶*Ibid.*, h. 3.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan), baik berupa buku-buku referensi atau hasil penelitian lain untuk menunjang penelitian.¹⁷

Dalam studi kepustakaan dikatakan baik, ketika telah memenuhi 3 kriteria berikut:

- 1) Relevansi, kecocokan antara variabel-variabel yang diteliti dengan teori-teori yang dikemukakan.
- 2) Kelengkapan, semakin banyak kepustakaan yang dibaca, maka studi kepustakaannya akan menjadi baik.
- 3) Kemutakhirkan, semakin baru kepustakaan yang digunakan, maka semakin mutakhir kepustakaan tersebut.¹⁸

Terdapat banyak jenis penelitian kepustakaan (*library research*), diantaranya adalah tentang kajian pemikiran tokoh, analisis buku teks, dan kajian sejarah. Dalam penelitian ini, penulis mengadakan penelaahan terhadap buku-buku, artikel, *web*, forum-forum umum di internet, dan sumber lainnya yang ada hubungannya dengan objek penelitian.

¹⁷Susiadi, *Metode Penelitian* (Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2015), h.63

¹⁸*Ibid.*, h. 63-64

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *deskriptif analisis*, yakni penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secermat mungkin sesuatu yang menjadi objek, gejala, atau kelompok tertentu.¹⁹ Penelitian *deskriptif analisis* adalah suatu metode yang bersifat mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Dengan kata lain penelitian *deskriptif analisis*, mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, lalu hasil penelitiannya, diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan yang berlaku untuk umum. Dan penelitian ini akan mendeskripsikan tentang pelaksanaan akad kerjasama dalam sistem monetasi *Youtube* antara *Youtuber* dan pihak *YouTube Partner Program*.

2. Data dan Sumber Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu. Data sangat memegang peranan penting dalam pelaksanaan penelitian. Pemecahan suatu permasalahan dan penelitian sangat tergantung dari keakuratan data yang

¹⁹Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), h. 43.

diperoleh. Berdasarkan sumbernya data dapat digolongkan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.²⁰

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti. Data tersebut bisa diperoleh langsung dari responden yang diteliti dan dapat pula berasal dari lapangan.²¹ Sumber data primer pada studi kepustakaan, berasal dari sumber bahan yang dikemukakan oleh para pihak, pada waktu terjadinya peristiwa atau mengalami peristiwa itu sendiri.²² Adapun sumber data primer dalam skripsi ini yaitu buku-buku yang berkaitan dengan sistem *Monetasi YouTube*, buku-buku yang berkaitan dengan hukum Islam mengenai akad bisnis dalam Islam, serta dari Al-Qur'an dan Hadits.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui pihak lain, tidak langsung dari masalah penelitiannya. Data sekunder bisa diperoleh dari instansi-instansi, perpustakaan, maupun dari pihak lainnya. Peneliti menggunakan data ini sebagai data pendukung yang berhubungan dengan masalah penelitian.²³ Adapun sumber data sekunder dalam skripsi ini diperoleh dari jurnal, skripsi *web*,

²⁰Muhammad PabunduTika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 57.

²¹*Ibid.*

²²Susiadi, *Op. Cit.*, h. 65

²³*Ibid.*, h. 58.

Youtube dan artikel-artikel, dan forum-forum umum di internet, yang terkait dengan masalah penelitian ini.

3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.²⁴ Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan pengumpulan data dengan cara membaca dan mengidentifikasi dari buku-buku, makalah atau artikel, majalah, jurnal, *web* (internet), ataupun informasi lainnya yang berhubungan dengan judul penulisan untuk mencari hal-hal-hal yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya tentang akad penghasilan dalam sistem monetasi *Youtube*.

Maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data-data yang ada baik melalui buku-buku yang berkaitan dengan sistem *Monetasi YouTube*, buku-buku yang berkaitan dengan hukum Islam mengenai akad bisnis dalam Islam, serta dari Al-Qur'an dan Hadits.
- b. Pengumpulan data dari, jurnal, skripsi, *web*, *Youtube* dan artikel-artikel, dan forum-forum umum di internet, yang terkait dengan masalah penelitian ini.
- c. Menganalisis data-data tersebut sehingga peneliti bisa menyimpulkan masalah yang dikaji.

²⁴Moh. Nazir, *Op.Cit.*, h. 158.

4. Pengolahan Data

Pengolahan data dapat berarti menimbang menyaring, mengatur, mengklarifikasikan. Dalam menimbang dan menyaring data, benar-benar memilih secara hati-hati data yang relevan dan tepat serta berkaitan dengan masalah yang diteliti sementara mengatur dan mengklarifikasi dilakukan dengan menggolongkan, menyusun menurut aturan tertentu.

Untuk mengolah data-data yang telah dikumpulkan, penulis menggunakan tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a. *Editing* atau pemeriksaan yaitu mengoreksi apakah data yang terkumpul sudah cukup lengkap, sudah benar atau sesuai atau relevan dengan masalah
- b. *Klasifikasi* adalah penggolongan data-data sesuai dengan jenis dan penggolongannya setelah diadakannya pengecekan.
- c. *Interprestasi* yaitu memberikan penafsiran terhadap hasil untuk menganalisis dan menarik kesimpulan.²⁵
- d. *Sistemating* yaitu melakukan pengecekan terhadap data-data dan bahan-bahan yang telah diperoleh secara sistematis, terarah dan berurutan sesuai dengan klasifikasi data yang diperoleh.²⁶

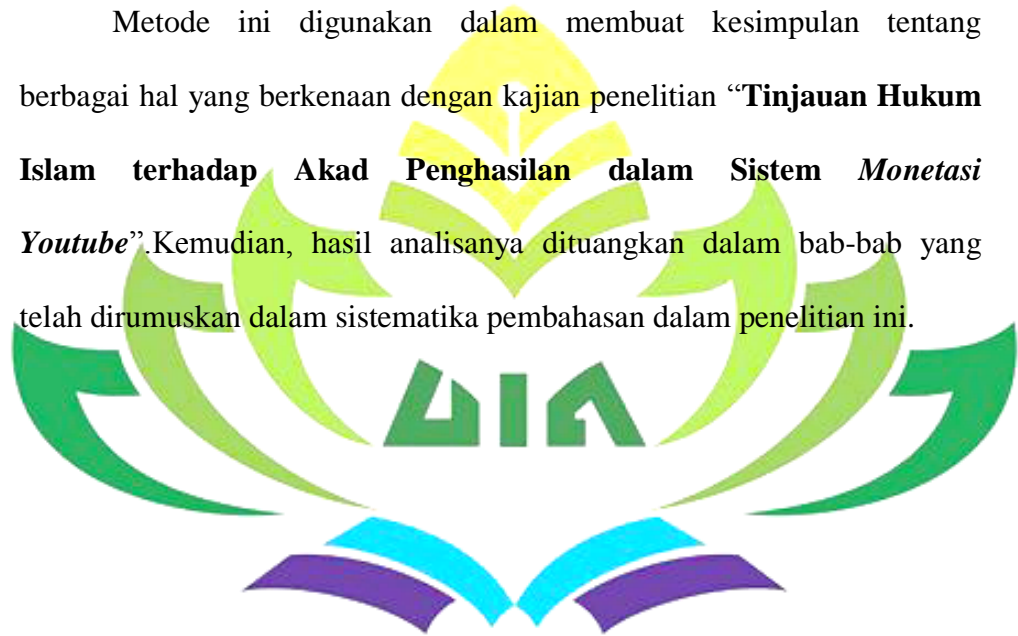
²⁵Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Research* (Bandung: Sosial Mandar Maju, 1999) , h.86.

²⁶Noer Saleh dan Musanet, *Pedoman Membuat Skripsi* (Jakarta: Gunung Agung, 1989), h.16.

5. Analisis Data

Setelah data terhimpun melalui penelitian selanjutnya data dapat dianalisis secara kualitatif, yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tulisan atau lisan orang-orang yang berperilaku yang dapat dimengerti.²⁷Dianalisis menggunakan metode berfikir induktif, yaitu metode yang mempelajari suatu gejala yang khusus untuk mendapatkan kaidah-kaidah yang berlaku dilapangan yang lebih umum mengenai fenomena yang diselidiki.²⁸

Metode ini digunakan dalam membuat kesimpulan tentang berbagai hal yang berkenaan dengan kajian penelitian “**Tinjauan Hukum Islam terhadap Akad Penghasilan dalam Sistem Monetasi Youtube**”.Kemudian, hasil analisisnya dituangkan dalam bab-bab yang telah dirumuskan dalam sistematika pembahasan dalam penelitian ini.



²⁷Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), h. 205.

²⁸Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid 1* (Yogyakarta: Yayasan Penerbit, Fakultas Psikologi UGM 1981), h.36.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Akad dalam Bisnis Islam

1. Pengertian Akad

Kata “Akad” berasal dari bahasa Arab yaitu *al-aqdu* dalam bentuk jamaknya yaitu *al-uquud* yang berarti mengikat, menetapkan, dan membangun. Kemudian diserap kedalam bahasa Indonesia, yang berarti janji, perjanjian, dan kontrak.²⁹ Menurut para ulama *Fiqh*, akad didefinisikan sebagai hubungan antara ijab dan kabul sesuai dengan kehendak syariat yang menetapkan adanya akibat hukum dalam objek perikatan.³⁰

Rumusan akad diatas mengindikasikan bahwa perjanjian harus merupakan perjanjian kedua belah pihak untuk mengikatkan diri tentang perbuatan yang akan dilakukan dalam suatu hal yang khusus. Akad ini diwujudkan pertama, dalam bentuk ijab dan kabul, kedua sesuai dengan kehendak syariat, dan ketiga adanya akibat hukum pada objek perikatan.³¹

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, yang dimaksud dengan akad adalah kesepakatan dalam suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan dan/atau tidak melakukan perbuatan hukum

²⁹Abdur Rohman, *Analisis Penerapan Akad Ju'alah dalam Multi Level Marketing (MLM) Studi atas Marketing Plan* [www. Jamaher.Network](http://www.Jamaher.Network) (Al-Adalah Vol. XIII, No. 2, Desember 2016), h. 180 (On-line). Tersedia di <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/1856> (diakses pada 20 April 2019, pukul 15.10 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

³⁰Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah* (Jakarta: Prenamedia Group, 2015), h. 71.

³¹Fathurrahman Djamil, *Hukum Perjanjian Syariah dalam Kompilasi Hukum Perikatan Oleh Mariam Darus Badrul Zaman* (Bandung: PT. Cipta Adiya Bhakti, 2001), h. 247.

tertentu. Secara khusus akad berarti kesetaraan antara ijab dan kabul dalam lingkup yang disyariatkan dan berpengaruh pada sesuatu.³²

Dalam dunia bisnis, akad memiliki peranan sangat penting karena keberlangsungan kegiatan bisnis kedepannya akan tergantung seberapa baik dan rinci akad yang dibuat untuk menjaga dan mengatur hak dan kewajiban kedua belah pihak yang melakukan akad. Akad merupakan perjanjian yang mengikat hubungan kedua pihak untuk sekarang dan yang akan datang, karena pemilihan akad akan mencerminkan seberapa besar resiko dan keuntungan bagi kedua belah pihak.³³

2. Dasar Hukum Akad

Ibnu Taimiyah dalam *al-Fatawa al-Kubra* sebagaimana dikutip Hannan binti Muhammad Husein Jastaniah berpendapat bahwa sesungguhnya “akad” itu harus ditepati karena *syara*’ sendiri mewajibkannya secara mutlak, terkecuali terdapat dalil yang mengkhususkannya. Akad yang harus ditepati itu termasuk “akad” yang disepakati kebolehan oleh *syara*’ begitu pula oleh akal manusia. Dan prinsip dari akad itu adalah adanya keridhaan kedua belah pihak yang mengadakan akad dan hasilnya apa yang saling ditentukan dalam akad tersebut.³⁴

³²Mardani, *Op.Cit.*,h. 72.

³³Eka Nuraini Rachmawati dan Ab Mumin bin Ab Ghani, *Akad Jual Beli dalam Perspektif Fikih dan Praktiknya di Pasar Modal Indonesia* (Al-Adalah, Vol.12, No. 4, Desember 2015), h.785 (On-line).Tersedia di <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/214> (daikses pada 22 April 2019, pukul 22.30 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

³⁴Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah*(Bandung: Rosda, 2016), h. 7.

Ibnu al-Qayyim al-Jauziyah menyebutkan dalil-dalil yang menunjukkan keumuman wajibnya memenuhi “akad” adalah sebagai berikut³⁵ :

a. QS. Al-Maidah (5) ayat 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْعَةٌ... ١

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu.....”³⁶

b. QS. Ali-Imran (30) ayat 76

بَلَىٰ مَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ وَاتَّقَىٰ فَإِنَّهُ يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ ٧٦

Artinya: “Bukan demikian, sebenarnya siapa yang menepati janji (yang dibuat)nya dan bertakwa, maka sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa”.³⁷

c. QS. Al-Anfal (8) ayat 58

وَإِمَّا تَخَافَنَّ مِنْ قَوْمٍ خِيَانَةً فَانْبِذْ إِلَيْهِمْ عَلَىٰ سَوَاءٍ إِنَّ اللَّهَ

لَا يُحِبُّ الْخَائِنِينَ ٥٨

Artinya: “Dan jika kamu khawatir akan (terjadinya) pengkhianatan dari suatu golongan, maka kembalikanlah perjanjian itu kepada mereka

³⁵ *Ibid.*,h. 7-10.

³⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2015), h. 106.

³⁷ *Ibid.*,h. 59.

dengan cara yang jujur. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat”.³⁸

3. Rukun Akad

Setiap akad harus memenuhi rukun dan syarat sahnya. Rukun akad yang dimaksud adalah unsur yang harus ada dan merupakan esensi dalam setiap perikatan. Di satu sisi, rukun menunjukkan ada dan tidaknya suatu perbuatan. Di sisi lain, syarat merupakan bagian dari rukun tetapi bukan esensi dalam perbuatan.³⁹ Menurut mayoritas Ulama, rukun akad terdiri atas tiga unsur, yaitu: *Shighat* (*ijab* dan *qabul*), *aqidan* (dua pihak yang melakukan akad), dan *ma'qud alaih* (objek akad).⁴⁰

Dibawah ini akan dijelaskan rukun akad sebagaimana disebutkan diatas, yaitu sebagai berikut:

a. *Shighat* Akad

Shighat adalah ucapan atau perbuatan yang keluar dari dua orang yang berakad (*aqidan*) dan menunjukkan keridhaan keduanya. Para ulama *Fiqh* menyebutnya dengan istilah *ijab* dan *kabul*. Misalnya, dalam akad jual beli *shighat* dibuktikan dengan ucapan atau perbuatan yang menunjukkan keridhaan serta kepemilikan dengan cara tukar-menukar. Seperti ungkapan penjual “*Saya menjual barang*

³⁸*Ibid.*, h.184.

³⁹Deni K. Yusup, *Peran Notaris dalam Praktik Perjanjian Bisnis di Perbankan Syariah Tinjauan Dari Perspektif Hukum Ekonomi Syariah* (Al-Adalah Vol. XII, No. 4, Desember 2015), h. 706 (On-line). Tersedia di <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/208> (diakses pada 20 April 2019, pukul 17.00 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

⁴⁰Oni Sahroni dan M. Hasanuddin, *Fikih Muamalah: Dinamika Teori Akad Dan Implementasinya Dalam Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 25.

ini kepadamu”. Kemudian pembeli berkata “*Saya membeli barang ini darimu*”.⁴¹

Menurut sebagian Ulama, *ijab* adalah ungkapan yang pertama muncul dari salah satu pihak yang menunjukkan keinginan untuk melakukan akad, terlepas dari pihak manapun yang memulainya, baik pembeli atau penjual, pihak ini disebut *mujib* (pelaku *Ijab*). Sedangkan *qabul* adalah ungkapan yang kedua dari pihak lain yang dilakukan setelah *ijab* yang menunjukkan persetujuannya terhadap pihak lain tersebut, pihak ini disebut *qabil* (pihak yang menyetujui *ijab*).

Syarat sah *ijab* dan *qabul*, yaitu:

- 1) *Ijab* dan *qabul* harus jelas dan bisa dipahami, maksudnya *ijab* dan *qabul* tersebut menunjukkan keinginan niat dan maksud pelaku akad untuk bertransaksi.
- 2) Ada kesesuaian antara *ijab* dan *qabul*, maksudnya *qabul* menunjukka maksud dari isi *ijab*. *Ijab* dan *qabul* ini harus bersesuaian dimana satu pihak yang melakukan *ijab* atas atas objek akad tertentu maka *qabul* juga harus melakukan objek *qabul* tersebut.
- 3) *Ijab* dan *qabul* dilakukan berturut-turut, maksudnya antara *ijab* dan *qabul* harus *muttasil* (menyambung), yakni dilakukan dalam satu *majlis ‘aqd* (tempat akad).

⁴¹Enang Hidayat, *Op. Cit.*, h. 13.

- 4) Keinginan untuk melakukan akad pada saat itu, maksudnya keinginan untuk melakukan akad pada saat itu, bukan pada waktu mendatang. Ini sesuai dengan pendapat para ahli *Fikih* bahwa jaji untuk membeli itu bukan akad jual beli dan tidak melahirkan akibat hukum jual beli.⁴²

Jika sudah terjadi *ijab qabul* sesuai dengan syarat-syarat sahnya maka akad dan kesepakatan antara dua pihak sudah terjadi dan setiap pihak terikat dengan hak-hak dan kewajiban yang disepakati dalam akad. Contoh *ijab qabul* dalam jual beli, jika dilakukan oleh pelaku akad yang memenuhi kriteria *syara'* maka telah melahirkan akibat hukum berupa hak-hak dan kewajiban. Akibat hukum itu adalah perpindahan kepemilikan objek jual beli dari penjual ke pembeli dan perpindahan kepemilikan harga dari pembeli ke penjual.⁴³

Ada 4 *uslub* (metode) *shighat* akad, yaitu sebagai berikut:

- 1) Akad dengan lafadh (ucapan), metode ini paling banyak digunakan orang sebab paling mudah digunakan dan cepat dipahami. Tentu saja kedua pihak harus mengerti ucapan masing-masing serta menunjukkan keridhannya.⁴⁴
- 2) Akad dengan perbuatan, dalam akad ini terkadang tidak digunakan ucapan, tetapi cukup dengan perbuatan yang menunjukkan saling

⁴²Oni Sahroni dan M. Hasanuddin, *Op. Cit.*, h.29-31.

⁴³*Loc. Cit.*, h. 28.

⁴⁴Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2000), h. 46.

meridhai, misalnya penjual memberikan barang dan pembeli memberikan uang.⁴⁵

3) Akad dengan isyarat, metode ini digunakan bagi orang yang tidak dapat berbicara, tetapi jika tulisannya bagus dianjurkan menggunakan tulisan.

4) Akad dengan tulisan, metode ini dibolehkan baik bagi orang yang mampu berbicara ataupun tidak, dengan syarat tulisan tersebut harus jelas, tampak, dan dapat dipahami oleh kedua belah pihak. Namun, dalam akad nikah tidak diperbolehkan menggunakan akad tulisan. Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah, berpendapat bahwa akad dengan tulisan adalah sah jika dua orang yang berakad tidak hadir. Akan tetapi, jika yang berakad hadir, maka tidak diperbolehkan memakai tulisan.⁴⁶

b. *Aqidan*

Aqidan adalah orang yang melakukan akad. Keberadaannya sangat penting sebab tidak dapat dikatakan akad jika tidak ada *aqidan*. Begitu pula tidak akan terjadi *ijab* dan *qabul* tanpa adanya *aqidan*.⁴⁷ Syarat sah *aqidan* yakni sebagai berikut:

1) *Ahliyyah*, maksudnya yaitu orang yang ahli dalam melakukan akad. Dalam hal ini sudah *mummayyiz*, baligh, dan berakal. Maka,

⁴⁵*Ibid.*, h. 49.

⁴⁶*Ibid.*, h. 51.

⁴⁷Rachmat Syafe'i, *Op. Cit.*, h. 53.

tidak sah akadnya orang gila, orang yang mabuk begitu juga akadnya anak kecil, kecuali mendapat izin dari walinya.⁴⁸

- 2) *Wilayah* (kekuasaan) adalah kewenangan atau kemampuan untuk melakukan transaksi dengan segala konsekuensi hukumnya menurut syar'i.⁴⁹

Adapun tindakan *aqidan*, dalam *fiqh muamalah* pada prinsipnya sah, kecuali ada beberapa halangan, yaitu:

- 1) Masih dibawah umur (*safih*).
- 2) Gila (*junun*).
- 3) Idiot ('*atah*).
- 4) Boros atau berlebih-lebihan (*safah*).
- 5) Kehilangan kesadaran (*igma*).
- 6) Tertidur dalam keadaan tidur gelap (*nawm*).
- 7) Kesalahan dan terlupa (*khafa*).
- 8) Memiliki kerusakan akal, atau kekurangan akal, yang disebabkan seseorang dalam keadaan mabuk (*sukr*), keracunan obat, atau karena ketidaktahuan atau kelemahan (*jahl*).⁵⁰

c. *Ma'qud Alaih*

Ma'qud alaih adalah objek akad atau benda-benda yang dijadikan akad yang bentuknya tampak dan membekas. Barang tersebut dapat berbentuk harta benda, seperti barang dagangan, benda bukan

⁴⁸Enang Hidayat, *Op. Cit.*, h. 17.

⁴⁹Oni Sahroni Dan M. Hasanuddin, *Op. Cit.*, h. 34.

⁵⁰Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta:Kencana, 2014), h. 17.

harta, seperti dalam akad pernikahan, dan dapat pula berbentuk kemanfaatan, seperti dalam masalah upah-mengupah, dan lain-lain.

Dalam Islam, tidak semua barang dapat dijadikan objek akad, misalnya minuman keras. Oleh karena itu, *fuqaha* menetapkan empat syarat dalam objek akad yaitu sebagai berikut:

- 1) *Ma'qud alaih* (barang) harus ada ketika akad, berdasarkan syarat ini barang yang tidak ada ketika akad tidak sah dijadikan objek akad, seperti jual beli sesuatu yang masih di dalam tanah atau menjual anak kambing yang masih dalam kandungan induknya.⁵¹
- 2) *Ma'qud alaih* harus *masyru'* (sesuai ketentuan syara'), oleh karena itu barang yang diharamkan syara', seperti bangkai, minuma keras (*khamr*), dan lain-lain tidak sah dijadikan objek akad.
- 3) Dapat diserahkan waktu akad, dengan demikian barang yang tidak diserahkan ketika akad seperti jual beli burung yang ada di udara, harta yang sudah diwakafkan, dan lain-lain, tidak sah dijadikan objek akad.
- 4) *Ma'qud alaih* harus diketahui oleh kedua belah pihak yang berakad.
- 5) *Ma'qud alaih* harus suci, maksudnya *ma'qud alaih* harus suci, tidak najis dan *mutanajis* (terkena najis). Oleh karena itu anjing, bangkai, darah, dan lain-lain, tidak sah dijadikan objek akad.⁵²

4. Syarat Akad

⁵¹Rachmat Syafe'i, *Op. Cit.*, h. 58.

⁵²*Loc. Cit.*, h. 60-61.

Syarat akad adalah suatu sifat yang harus ada agar keberadaan suatu akad diakui oleh syara'. Ada beberapa macam syarat akad, yaitu syarat terjadinya akad, syarat sahnya akad, syarat pelaksanaan akad, dan syarat kepastian hukum (*luzum*). Berikut ini penjelasannya:

a. Syarat Terjadinya Akad

Syarat terjadinya akad adalah segala sesuatu yang disyaratkan untuk terjadinya akad secara syara'. Jika memenuhi syarat tersebut, akan menjadi batal. Syarat ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu syarat umum dan syarat khusus. Syarat umum, yakni syarat-syarat yang harus ada pada setiap akad. Syarat umum ada tiga yaitu:

- 1) Syarat-syarat yang harus dipenuhi pada lima rukun akad, yaitu: *Sighat*, *ma'qud alaih* (objek akad), *aqidain* (objek akad)
- 2) Akad itu bukan akad yang terlarang, seperti mengandung unsur *khilaf* atau pertentangan, dilakukan dibawah *ikhrar* atau paksaan, *tagrir* atau penipuan, dan *ghubn* atau penyamaran.
- 3) Akad harus bermanfaat.

Adapun syarat khusus adalah syarat tambahan yang harus dipenuhi oleh suatu akad khusus seperti adanya saksi dalam akad. Jual beli yang dilakukan dihadapan saksi dianjurkan, berdasarkan firman Allah dalam QS. Al-Baqarah (2) ayat 282. Demikian ini karena jual beli yang dilakukan di hadapan saksi dapat menghindarkan terjadinya perselisihan dan menjauhkan diri dari sikap saling menyakal. Oleh karena itu, lebih baik dilakukan,

khususnya bila barang dagangan tersebut mempunyai nilai sangat penting. Jika barang dagangan itu nilainya sedikit, maka tidak dianjurkan memakai saksi.

b. Syarat Sahnya Akad

Secara umum para fukaha menyatakan bahwa syarat sahnya akad adalah tidak terdapatnya lima hal perusak sahnya akad (*mufsid*) dalam akad yaitu, ketidakjelasan jenis yang menyebabkan pertengkaran (*al-Jilalah*), adanya paksaan (*ikrah*), membatasi kepemilikan terhadap suatu barang (*tauqif*), terdapat unsur penipuan (*gharar*), terdapat bahaya dalam paksaan akad (*dharar*).⁵³

c. Syarat Pelaksanaan Akad

Dalam pelaksanaan akad, ada dua syarat, yaitu kepemilikan dan kekuasaan. Kepemilikan adalah sesuatu yang dimiliki oleh seseorang sehingga ia bebas beraktivitas dengan apa-apa yang dimilikinya sesuai dengan aturan syara'. Adapun kekuasaan adalah kemampuan seseorang dalam ber-*tasharuf* (merubah) sesuai dengan ketetapan syara', baik secara asli, yakni dilakukan oleh dirinya. Maupun sebagai penggantian (menjadi wakil seseorang).

Dalam hal ini syarat pelaksanaan akad yaitu:

- 1) Barang yang dijadikan akad harus kepunyaan orang yang berakad, baik secara langsung ataupun wakil.

⁵³Mardani, *Op. Cit.*, h. 74

2) Barang yang dijadikan objek akad tidak berkaitan dengan kepemilikan orang lain.⁵⁴

d. Syarat Kepastian Hukum (*Luzum*)

Dasar dalam akad adalah kepastian. Diantara syarat *luzum* adalah terbebas dari segala macam hak *khiyar* (hak untuk meneruskan atau membatalkan transaksi).⁵⁵

5. Jenis-Jenis Akad

Dalam kitab-kitab *Fiqh* terdapat banyak bentuk akad yang kemudian dapat dikeompokkan dalam berbagai variasi jenis-jenis akad. Mengenai pengelompokan jenis-jenis akad ini pun terdapat banyak variasi penggolongannya. Secara garis besar pengelompokan jenis-jenis akad, antara lain:

a. Akad menurut tujuannya, menurut tujuannya terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1) Akad *Tabarru'*

Akad *Tabarru'*, yaitu akad yang dimaksudkan untuk menolong dan murni semata-mata karena mengharapkan ridha dan pahala Allah SWT., sama sekali tidak ada motif mencari keuntungan. Akad yang termasuk dalam kategori ini adalah: Hibah, Wasiat, *Ibra'*, *Wakalah*, *Kafalah*, *Hawalah*, *Rahn*, dan *Qirad*. Atau dalam redaksi lain akad *tabarru'* (*gratuitous contract*) adalah segala macam perjanjian yang menyangkut *nonprofit transaction*

⁵⁴Rachmat Syafe'i, *Op. Cit.*, h. 65.

⁵⁵Mardani., *Op. Cit.*, h. 75.

(transaksi nirlaba). Transaksi ini pada hakikatnya bukan transaksi bisnis untuk mencari komersial.

2) Akad *Tijari*

Akad *Tijari*, yaitu akad yang dimaksudkan untuk mencari dan mendapatkan keuntungan dimana rukun dan syarat telah dipenuhi semuanya. Akad yang termasuk dalam kategori ini adalah: *Murabahah*, *Salam*, *Istisnha*, dan *Ijarah Muntahiyah bittamlik* serta *Mudharabah* dan *Musyarakah*. Atau dalam redaksi lain akad *tijari* (*compensational contract*) adalah segala macam perjanjian yang menyangkut *for profit transaction*. Akad ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari keuntungan, karena bersifat komersial.⁵⁶

b. Akad menurut keabsahannya terbagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1) Akad *Shahih* (*Valid Contract*)

Akad *Shahih*, yaitu akad yang sempurna rukun-rukun dan syarat-syaratnya menurut syariah. Misalnya, akad jual beli yang dilakukan oleh orang yang cakap hukum terhadap barang-barang yang halal dan dilakukan dengan cara yang dibenarkan oleh agama, akan berimplikasi hukum yaitu berpindahnya hak kepemilikan barang kepada pembeli dan hak kepemilikan uang terhadap penjual dan akad tersebut mengikat para pihak.⁵⁷

2) Akad *Ghairu Shahih*

⁵⁶*Loc. Cit.*, h. 77.

⁵⁷Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h. 56.

Akad *Ghairu Shahih*, yaitu sesuatu yang rusak pada salah satu unsurnya, baik rukunnya ataupun syaratnya, seperti jual beli bangkai. Terhadap akad yang dilakukan tidak terpenuhi rukun dan syarat atau kurang salah satu rukunnya maka akad itu tidak memberi pengaruh apa pun dan tidak mengikat para pihak.⁵⁸

Akad *Ghairu Shahih* dibagi menjadi dua, yaitu: akad *Fasid* (*Voidable Contract*), yaitu akad yang semua rukunnya terpenuhi, namun ada syarat yang tidak terpenuhi. Belum terjadi perpindahan harga (uang) dari pembeli kepada penjual. Sebelum adanya usaha untuk melengkapi syarat tersebut. Dengan kata lain akibat hukumnya adalah *Mawquf* (berhenti dan tertahan untuk sementara).⁵⁹ Dan yang kedua, akad *Batil* (*Void Contract*), yaitu akad yang kurang rukun dan syaratnya atau akad yang tidak dibolehkan oleh *syara'* seperti orang yang tidak cakap hukum, gila, jual beli *khamr*.⁶⁰

c. Akad menurut namanya, akad dibedakan menjadi:

1) Akad bernama (*al-'uqud al-musamma*)

Akad bernama (*al-'uqud al-musamma*), adalah akad yang telah ditetapkan oleh *syara'*, dan telah ada hukum-hukumnya.⁶¹ Atau dengan kata lain akad bernama (*al-'uqud al-*

⁵⁸*Ibid.*, h. 58.

⁵⁹Mardani, *Op. Cit.*, h.78.

⁶⁰Rozalinda, *Op. Cit.* h. 56.

⁶¹Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), h.52.

musamma), adalah akad yang sudah ditentukan namanya oleh pembuat hukum dan ditentukan pula ketentuan-ketentuan khusus yang berlaku terhadapnya dan tidak berlaku terhadap akad lain. Para *fuqaha* tidak sepakat tentang jumlah akad bernama, bahkan mereka pun tidak membuat penyusunan sistematis tentang urutan-urutan akad itu.

Para *fuqaha* klasik menyebutkan 24 jenis akad bernama, yaitu: jual beli (*al-ba'i*), sewa menyewa (*al-ijarah*), penangungan (*al-kafalah*), pemberian kuasa (*al-wakalalah*), gadai (*ar-rahn*), jual beli opsi (*bai al-wafa'*), penitipan (*al-wadi'ah*), pinjam pakai (*al-'ariyah*), hibah (*al-hibah*), pembagian (*al-qismah*), persekutuan (*asy-syirkah*), bagi hasil (*al-mudharabah*), penggarapan tanah (*al-muzara'ah*), pemeliharaan tanaman (*al-musaqoh*), perdamaian (*ash-shulh*), arbitase (*at-tahkim*), pelepasan hak kewarisan (*al-mukharajah*), pinjam mengganti (*al-qardh*), pemberian hak pakai rumah (*al-'umra*), penetapan ahli waris (*al-muwalah*), pemutusan perjanjian atas kesepakatan (*al-iqalah*), perkawinan (*az-zawaj*), wasiat (*al-washiyyah*), dan pengangkatan pengampu (*al-isha'*).⁶²

2) Akad tidak bernama (*al-'uqud gair al-musamma*)

Akad tidak bernama (*al-'uqud gair al-musamma*), adalah akad yang tidak diatur secara khusus dalam kitab-kitab *fiqh*

⁶²Mardani, *Op. Cit.*, h. 78-80.

dibawah satu nama tertentu. Dalam kata lain, akad tidak bernama adalah akad yang tidak ditentukan oleh pembuat hukum namanya yang khusus serta tidak ada pengaturan tersendiri mengenaiya. Terhadapnya berlaku ketentuan-ketentuan umum akad. Akad jenis ini dibuat dan ditentukana oleh para pihak sendiri sesuai dengan kebutuhan mereka.

Kebebasan untuk membuat akad tidak tertentu (tidak bernama) ini termasuk kedalam apa yang disebut sebagai asas kebebasan berakad. Akad tidak bernama ini timbul selaras dengan kepentingan para pihak dan merupakan akibat keputusan manusia yang terus berkembang. Contoh akad tidak bernama, yaitu perjanjian penerbitan, periklanan, dan sebagainya. Dalam sejarah hukum Islam, sering muncul suatu akad baru dan untuk waktu lama tidak mempunyai nama, kemudian diolah oleh para ulama *fiqh*, diberi nama dan diberi aturannya sehingga kemudian menjadi akad bernama.⁶³

d. Akad menurut kedudukannya, dibedakan menjadi:

1) Akad pokok (*asliyah*)

Akad pokok, adalah akad yang berdiri sendiri yang tanpa memerlukan adanya sesuatu yang lain.⁶⁴ Termasuk kedalam jenis ini adalah semua akad yang keberadaanya karena dirinya

⁶³*Loc. Cit.*, h. 81.

⁶⁴Hendi Suhendi, *Op. Cit.*, H. 55.

sendiri, seperti akad jual beli, sewa-meyewa, penitipan, pinjam pakai dan sebagainya.

2) Akad *asesoir*

Akad *asesoir*, adalah akad yang keberadaannya tidak berdiri sendiri, melainkan tergantung kepada suatu hak yang menjadi dasar ada dan tidak sahnya akad. Termasuk kedalam kategori ini yaitu, penanggungan (*al-kafalah*) dan akad gadai (*ar-rahn*). Kedua akad ini merupakan perjanjian untuk menjamin, karena itu keduanya tidak ada apabila hak-hak yang dijamin tidak ada. Terhadap akad jenis ini berlaku kaidah hukum Islam yang berbunyi *at-tabi' tabi* artinya suatu yang mengikut. Artinya perjanjian *asesoir* ini yang mengikut kepada perjanjian pokok, hukumnya mengikuti perjanjian pokok tersebut.⁶⁵

e. Akad dari segi tempo didalam akad, dapat dibagi menjadi:

1) Akad bertempo (*al-'aqd sz-zamani*)

Akad bertempo, adalah akad yang didalamnya unsur waktu merupakan unsur asasi, dalam arti unsur waktu merupakan bagian dari isi perjanjian. Termasuk dalam kategori ini, misalnya akad sewa-menyewa, akad penitipan, akad pinjam pakai, akad pemberian kuasa, dan sebagainya.

2) Akad tidak bertempo (*al-aqd'al-fauri*)

⁶⁵Mardani, *Op. Cit.*, h. 81-82.

Akad tidak bertempo, adalah akad dimana unsur waktu tidak merupakan bagian dari isi perjanjian. Akad jual beli, misalnya dapat terjadi seketika tanpa perlu unsur tempo sebagai bagian dari isi perjanjian.

f. Akad dari segi formalitasnya, dibedakan menjadi:

1) Akad konsensual (*al-‘aqd ar-radha’i*)

Akad konsensual, adalah jenis akad yang untuk terciptanya cukup berdasarkan pada kesepakatan para pihak tanpa diperlukan formalitas-formalitas tertentu. Kebanyakan akad dalam Islam adalah akad konsensual, seperti jual beli, sewa-menyewa, dan utang piutang.

2) Akad formalitas (*al-‘aqd asy-syakli*)

Akad formalitas, adalah akad yang tunduk kepada syarat-syarat formalitas yang ditentukan oleh pembuat akad, dimana apabila syarat-syarat tidak terpenuhi maka akad tidak sah. Contohnya adalah akad nikah, yang disyaratkan adalah kehadiran dan kesaksian dua orang saksi.

3) Akad riil (*al-‘aqd al-‘aini*)

Akad riil, adalah akad yang untuk terjadinya diharuskan adanya penyerahan tunai objek akad, dimana akad tersebut belum terjadi dan belum menimbulkan akibat hukum apabila belum

dilaksanakan. Akad yang termasuk dalam jenis akad ini, yaitu hibah, pinjam pakai, penitipan, kredit, utang piutang, serta gadai.

g. Akad dilihat dari segi dilarang atau tidak dilarangnya oleh *syara'*, akad dibedakan menjadi dua yaitu:

1) Akad *masyru'*

Akad *masyru'*, adalah akad yang dibenarkan oleh *syara'* untuk dibuat dan tidak ada larangan untuk menutupnya, seperti akad-akad yang sudah dikenal luas misalnya jual beli, sewa-menyewa, dan sebagainya.

2) Akad terlarang

Akad terlarang, adalah akad yang dilarang oleh *syara'* untuk dibuat seperti akad jual beli janin, akad donasi harta anak dibawah umur, akad yang bertentangan dengan akhlak Islam (kesusilaan) dan ketertiban umum seperti sewa menyewa untuk melakukan suatu tindakan kejahatan.

h. Akad dari segi mengikat dan tidak mengikatnya, yaitu:

1) Akad mengikat (*al-'aqd al-lazim*)

Akad mengikat, adalah akad dimana apabila seluruh rukun dan syaratnya terpenuhi, maka akad itu mengikat secara penuh dan masing-masing pihak tidak dapat membatalkannya tanpa persetujuan pihak lain. Akad ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu, akad mengikat kedua belah pihak, contohnya : akad jual

beli, sewa menyewa, perdamaian, dan sebagainya. Dan kedua akad mengikat satu pihak, contohnya :*kafalah* dan gadai.

2) Akad tidak mengikat

Akad tidak mengikat, adalah akad pada masing-masing pihak dapat membatalkan perjanjian tanpa persetujuan pihak lain. Akad tidak mengikat penuh ini dibagi menjadi dua, yaitu akad yang memang sifat aslinya tidak mengikat, contohnya: *wakalah*, *syirkah*, *hibah*, *wadiyah*, dan akad pinjam pakai. Dan kedua, yaitu akad yang tidak mengikat karena didalamnya terdapat *khiyar* bagi para pihak.⁶⁶

- i. Akad dari segi berlaku dan tidaknya, dibagi menjadi dua bagian, yaitu:
- 1) Akad *nafidzah*, yaitu akad yang bebas atau terlepas dari penghalang-penghalang akad.
 - 2) Akad *mauqufah*, yaitu akad-akad yang bertalian dengan persetujuan-persetujuan, seperti akad *fudhuli* (akad yang berlaku setelah disetujui pemilik harta).⁶⁷
- j. Akad menurut tanggungan, kepercayaan bersifat ganda dibagi menjadi dua, yaitu:

1) '*Aqd adh-dhaman*

'Aqd adh-dhaman, adalah akad yang mengalihkan tanggungan resiko atas kerusakan barang kepada pihak penerima

⁶⁶*Loc. Cit.*,h. 82-85.

⁶⁷Hendi Suhendi, *Op. Cit.*, h. 53-54.

pengalihan sebagai konsekuensi dari pelaksanaan akad tersebut sehingga kerusakan barang yang diterimanya melalui akad tersebut berada dalam tanggungannya sekalipun sebagai akibat keadaan memaksa.

2) *'Aqd al-'amanah*

'Aqd al-'amanah, adalah akad dimana barang yang dialihkan melalui barang tersebut merupakan amanah di tangan penerima barang tersebut, kecuali kalau ada unsur kesengajaan dan melawan hukum. Termasuk dalam akad jenis ini adalah akad penitipan, akad pinjaman, perwakilan atau pemberian kuasa.⁶⁸

6. Tujuan Akad

Tujuan akad (*maudhu al-'aqd*), ialah maksud atau tujuan utama akad itu sendiri dilakukan. Tujuan akad ini berbeda-beda sesuai dengan jenis akadnya. Jadi motif bertransaksi itu bisa berbeda-beda dalam satu akad, tetapi target akad itu tidak berbeda dan berlaku dalam satu akad.

Seperti tujuan akad jual beli adalah perpindahan kepemilikan objek jual beli dari penjual ke pembeli dan perpindahan uang atau harga dari pembeli ke penjual. Atau sederhana, penjual mendapatkan margin atau keuntungan dan pembeli mendapatkan barang. Begitu pula tujuan akad hibah adalah pemberian hadiah kepada satu pihak tanpa imbalan.⁶⁹

Tujuan akad ijarah adalah manfaat sewa dalam akad. Akad *syirkah* dan *mudharabah* bertujuan untuk mengadakan usaha bersama. Akad *rahn*

⁶⁸Mardani, *Op. Cit.*, h. 85-86.

⁶⁹Oni Sahroni dan M. Hasanuddin, *Op. Cit.*, h. 40-41.

dan *kafalah* bertujuan untuk memperkokok kepercayaan. Akad *wakalah*, bertujuan untuk meyerahkan kekuasaan. Akad titipan, bertujuan untuk melakukan pemeliharaan.⁷⁰

Dari contoh, tersebut diatas tujuan akad itu berbeda sesuai motif bertransaksinya. Namun apabila dalam melakukan transaksi akad-akad tersebut, niatnya bukan karena Allah melainkan hanya untuk mencari keuntungan semata, maka hasilnya pun sesuai dengan apa yang diniatkannya itu. Ditinjau dari segi akaidah yang menentukan keabsahannya suatu akad bukanlah pernyataan redaksi, akan tetapi niat sebenarnya yang mencerminkan tujuan yang akan dicapai. Ketentuan ini berdasarkn kaidah “*segala sesuatu dinilai dengan apa yag menjadi tujuannya*”. Kaidah ini merujuk pada sabda Rasulullah SAW, yang menyatakan bahwa segala sesuatu itu tergantung niatnya.⁷¹

Dengan menempatkan tujuan akad secara lahir dan batin pada waktu permulaan akad, maka diharapkan akan lebih meuntut kesungguhan dari masing-masing pihak yang terlibat sehingga apa yang menjadi tujuan akad dapat tercapai. Dan untuk menjamin tercapainya *kemaslahatan* serta menghindari *kemudharatan*. Para *fuqaha* menegaskan bahwa semua perbuatan yang mengandung tujuan *masyru'* (bertentangan dengan hukum *syara'*), sehingga menimbulkan kemudharatan maka hukumnya haram.

⁷⁰ Hendi Suhendi, *Op. Cit.* h. 56.

⁷¹ Mardani, *Op. Cit.*, h. 90.

Karena itu, untuk menghindari *kemudharatan* dan mencapai *kemaslahatan*, mak setiap amal perbuatan harus sesuai dengan syariah.⁷²

7. Asas Berakad dalam Islam

Asas berasal dari bahasa Arab yaitu *asasun* yang berarti dasar, basis, dan fondasi, fundamen (alas, dasar) bangunan, asal, pangkal, dan prinsip. Sedangkan prinsip adalah dasar atau kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya.

Ada tujuh asas berakad dalam Islam, asas kebebasan, asas persamaan atau kesetaraan, asas keadilan, asas kerelaan, asas kejujuran dan kebenaran, dan asas tertulis. Namun ada asasa utama yang mendasari perbuatan manusia, termasuk perbuatan muamalat, yaitu asaa *ilahiyah* atau asas *tauhid*. Asas ini bertitik tolak dari Allah, dan menggunakan saran yang tidak lepas dari syariat Allah serta bertujuan akhir untuk Allah.

a. Asas Ilahiah

Kegiatan muamalah, tidak akan pernah lepas dari nilai-nilai ketuhanan (*ketauhidan*). Dengan demikian, manusia memiliki tanggung jawab kepada pihak kedua, tanggung jawab kepada diri sendiri, dan tanggung jawab kepada Allah SWT. Akibatnya, manusia tidak akan berbuat sekehendak dirinya sendiri, karena segala perbuatannya akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Ketika manusia hendak bermuamalah, ia selalu berdiri pada batas-batas yang telah ditetapkan Allah, maka ia tidak akan menjauhi segala yang

⁷²Mardani, *Op. Cit.*

diharamkan Allah. Ia tidak akan makan uang haram, memonopoli uang rakyat, korupsi, berjudi, atau melakukan suap-menyuap.⁷³

b. Asas Kebebasan (*Al-Hurriyah*)

Asas ini adalah prinsip dasar bermuamalah dan berakad. Pihak-pihak yang melakukan akad mempunyai kebebasan untuk membuat perjanjian (*freedom of making contract*), baik dari segi objek perjanjian, maupun menentukan persyaratan-persyaratan lain, termasuk menetapkan cara-cara penyelesaian sengketa. Adanya pemaksaan dan pemangsungan kebebasan bagi para pihak yang melakukan perjanjian, maka legalitas perjanjian yang dilakukan dapat dianggap tidak sah.

Dalam kaidah muamalah terdapat kaidah *Fiqh* yang berisikan bahwa “*asal sesuatu adalah boleh, sampai ada dalil yang mengharamkannya*”. Isi kaidah ini, menunjukkan bahwa segala sesuatunya boleh atau *mubah* dilakukan. Kebolehan ini dibatasi sampai ada dasar hukum yang melarangnya.

c. Asas Persamaan atau Kesetaraan (*Al-Musawah*)

Suatu perbuatan muamalah merupakan salah satu jalan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Sering kali terjadi bahwa seseorang memiliki kelebihan dari yang lainnya. Seperti yang tercantum dalam QS. An-Nahl (16) ayat 71, yaitu;

وَاللَّهُ فَضَّلَ بَعْضَكُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ فِي الرِّزْقِ... ٧١

⁷³Mardani, *Op. Cit.*, H. 91

Artinya: “Dan Allah melebihkan sebahagian kamu dari sebagian yang lain dalam hal rezeki...”⁷⁴

Hal ini menunjukkan, bahwa diantara semua manusia masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Untuk itu, antara manusia satu dan yang lain hendaknya saling melengkapi atas kekurangan yang lain dari kelebihan yang dimilikinya. Oleh karena itu, setiap manusia memiliki kesempatan yang sama untuk melakukan suatu perikatan. Dalam melakukan perikatan ini, para pihak menentukan hak dan kesetaraan itu. Tidak boleh ada suatu *kedzaliman* yang dilakukan dalam perikatan tersebut.⁷⁵

d. Asas Keadilan (*Al-Adalah*)

Istilah keadilan tidaklah dapat disamakan dengan suatu persamaan. Menurut Dr. Yusuf Al-Qardhawi, keadilan adalah keseimbangan antara berbagai potensi individu, baik moral maupun materiil, antara individu dan masyarakat, dan antara masyarakat satu dan lainnya yang berlandaskan pada syariat Islam. Dalam asas ini, para pihak yang melakukan perikatan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan, memenuhi perjanjian yang telah mereka buat, dan memenuhi semua kewajibannya.

Sikap adil harus tercermon dalam perbuatan muamalat. Karena Islam telah mengatur hal-hal yang bertentangan dengan sikap adil yang tidak boleh dilakukan oleh manusia. Hal ini

⁷⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, Op. Cit., h. 274.

⁷⁵Mardani, *Op. Cit.*, h. 92-93.

disebut juga dengan *kedzaliman*. Beberapa hal yang termasuk dalam *kedzalimani*, antara lain adalah perbuatan riba, timbangan yang tidak adil, penagguhan pembayaran, utang bagi yang mampu, dan lainnya.⁷⁶

e. Asas Kerelaan (*Ar-Ridho*)

Dalam QS. An-Nisa (4) ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ

مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.⁷⁷

Ayat diatas menunjukkan, bahwa dalam melakukan suatu perikatan hendaklah atas dasar suka sama suka atau sukarela. Tidaklah dibenarkan bahwa suatu perbuatan muamalah, dilakukan dengan pemaksaan ataupun penipuan. Jika hal ini terjadi, dapat membatalkan perikatan tersebut. Unsur sukarela ini menunjukkan keikhlasan dan iktikad baik dari para pihak.

f. Asas Kejujuran dan Kebenaran (*Ash-Shidiq*)

Kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh manusia dalam segala bidang kehidupan termasuk dalam pelaksanaan muamalah. Jika kejujuran itu tidak diterapkan dalam perikatan, maka akan merusak legalitas perikatan itu sendiri. Selain itu jika terdapat

⁷⁶Loc. Cit., h. 94-95.

⁷⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, Op. Cit., H. 83

ketidakjujuran dalam perikatan, maka akan menimbulkan perselisihan diantara para pihak.

Perbuatan muamalah dapat dikatakan benar apabila memiliki manfaat bagi para pihak yang melakukan perikatan dan juga bagi masyarakat dan lingkungannya. Adapun perbuatan *mudharat* adalah dilarang.

g. Asas Tertulis (*Al-Kitabah*)

Dalam QS. Al-Baqarah (2) ayat 282-283, disebutkan bahwa Allah SWT., menganjurkan kepada manusia hendaknya suatu perikatan dilakukan secara tertulis, dihadiri oleh saksi-saksi, dan diberikan tanggung jawab individu yang melakukan perikatan, dan yang menjadi saksi. Selain itu dianjurkan pula bahwa apabila suatu perikatan dilaksanakan tidak secara tunai, maka dapat dipegang suatu benda sebagai jaminannya. Adanya tulisan, saksi dan/atau benda jaminan ini menjadi alat bukti atas terjadinya perikatan tersebut.⁷⁸

8. Berakhirnya Akad

Suatu akad dipandang berakhir apabila telah tercapai tujuannya. Dalam akad jual beli misalnya, akad dipandang telah berakhir apabila barang telah berpindah milik kepada pembeli dan harganya telah menjadi milik penjual. Dalam akad gadai dan pertanggungan (*kafalah*), akad dipandang telah berakhir apabila utang telah dibayar.⁷⁹

⁷⁸Mardani, *Op. Cit.*, h. 97-98.

⁷⁹*Loc. Cit.*, h. 99.

Selain telah tercapai tujuannya, akad dipandang berakhir apabila terjadi dua penyebab berikut:

a. Sebab *Ikhtiyariyah*

Yang termasuk kedalam sebab tersebut adalah *fasakh*, *ikalah*, dan berakhirnya waktu atau pekerjaan yang telah ditentukan dalam akad, seperti dalam sewa-menyewa, atau upah-mengupah.⁸⁰ *Fasakh* adalah pembatalan akad, karena adanya hal-hal yang tidak dibenarkan oleh *syara'*. Misalnya, jual beli barang yang tidak memenuhi syarat kejelasannya.

Sedangkan *iqalah*, adalah salah satu pihak dengan persetujuan pihak lain membatalkan akad karena menyesal atad akad yang baru saja dilakukan. Sebab *ikhtiyariyah* lain yaitu, *khiyar baikkhiyar rukyat*, cacat, syarat, ataupun majlis.⁸¹

b. Sebab *Daruriyah*

Yang termasuk kedalam sebab *daruriyah* tersebut diantaranya adalah rusaknya objek akad (*ma'qud alaih*), seperti dalam akad sewa-menyewa atau upah-mengupah (*ijarah*) dengan rusaknya kendaraan dan robohnya rumah yang akan disewakan, sehingga tidak bisa dimanfaatkan, atau hilangnya modal dalam akad *syirkah*.

Sebab lainnya yaitu, karena peristiwa yang tidak diduga, seperti karena meninggal dunia salah satu pihak atau keduanya, atau karena *udzur* (halangan) yang tidak memungkinkan dapat melanjutkan

⁸⁰Enang Hidayat, *Op. Cit.*, h. 27.

⁸¹Mardani, *Op. Cit.*, h. 100.

akad dengan sempurna. Dan sebab lainnya yaitu, objek akad dirampas (*ghasab*) oleh orang lain. Juga dapat juga karena habis waktunya, dan juga karean tidak dapat izin dari pihak yang berwenang.⁸²

B. Syirkah

1. Pengertian Syirkah

Syirkah menurut bahasa berarti *al-ikhtilath* yang artinya pencampuran. Maksud pencampuran disini ialah seseorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain, sehingga tidak dibedakan antara keduanya.⁸³ Sedangkan menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *syirkah* adalah kerja sama antara dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan, atau kepercayaan dalam usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah.⁸⁴ Akad *Syirkah* berprinsip pada mekanisme bagi hasil, sehingga jika dalam usaha yang dilakukan mendapatkan keuntungan maupun kerugian akan dibagi masing-masing pihak berdasarkan besar dana yang diinvestasikan.⁸⁵

2. Dasar Hukum Syirkah

Syirkah disyaratkan berdasarkan Al-Quran Surat Shad (38) ayat 24,

yaitu sebagai berikut :

... وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ... ٢٤

⁸²Enang Hidayat, *Op. Cit.*, h. 27-28.

⁸³Hendi Suhendi, *Op. Cit.*, h. 125.

⁸⁴Mardani, *Op. Cit.*, h. 218.

⁸⁵Ruslan Abdul Ghofur, *Konstruksi Akad dalam Pengembangan Produk Perbankan Syariah di Indonesia* (Al-Adalah Vol XII, No. 3, Juni 2015), h. 496 (On-line)

Tersedia di <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/203>(diakses pada 22 April 2019, pukul 23.30 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Artinya :“...Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian dari mereka berbuat dzalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh, dan amat sedikitlah mereka itu...”⁸⁶

Dalam hadits Rasulullah SAW, bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ إِلَى النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : إِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ يَقُولُ : أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدٌ هُمَا صَحْبَهُ فَأَدَاخَانَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنَهُمَا
(رواه ابو داود والحاكم وصححه إسناده⁸⁷)

Artinya:“Dari Abu Hurairah yang dirafa’kan kepada Nabi Muhammad, bahwa Nabi SAW bersabda “sesungguhnya Allah SWT berfirman “Aku adalah yang ketiga dari dua orang yang bersekutu selama salah seorang dari keduanya tidak mengkhianati temannya, aku akan keluar dari persekutuan tersebut apabila salah seorang mengkhianatinya”
(HR. Abu Dawud dan Hakim dan menyahihkan sanadnya).⁸⁸

3. Rukun Syirkah

Menurut ulama Hanafiyah, berpendapat bahwa rukun syirkah ada satu, yaitu *shighat*, karnasighat-lah yang mewujudkan adanya transaksi syirkah. Namun, mayoritas ulama berpendapat bahwa rukun syirkah ada empat, yaitu:

- a. *Shighat*, yaitu ungkapan yang keluar dari masing-masing dari dua pihak yang bertransaksi yang menunjukkan kehendak untuk melaksanakannya. *Shighat* terdiri dari *ijab kabul*, yang sah dengan

⁸⁶Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, h.454.

⁸⁷Ibnu Hajar Al-Asqani, *Bulughul Maram Min Adillatil Ahkam* (Surabaya: Maktabah Imarotullah), h. 190-191.

⁸⁸Ibnu Hajar Al-Asqani, *Bulughul Maram Min Adillatil Ahkam, Terjemahan Asep M. Abdullah Jinan* (Jakarta:PT. Elex Media Komputindo, 2012) h. 365.

semua hal yang menunjukkan maksud *syirkah*, baik berupa perbuatan maupun ucapan.

- b. *'Aqidhain*, adalah dua pihak yang melakukan transaksi. *Syirkah* tidak sah kecuali dengan adanya kedua belah pihak yang melakukan transaksi. Disyaratkan bagi keduanya adalah, baligh, berakal, pandai, dan bebas untuk membelanjakan harta.
- c. Objek *Syirkah*, yaitu modal pokok, dapat berupa harta maupun pekerjaan.
- d. Modal pokok *syirkah*, dalam bentuk tunai dari orang-orang yang berserikat.⁸⁹

4. Syarat *Syirkah*

Adapun yang menjadi syarat *syirkah*, menurut kesepakatan ulama, yaitu:

- a. Orang-orang yang berserikat harus berakal, baligh, dan atas kehendaknya sendiri.
- b. Orang-orang yang berserikat sepakat untuk mencampurkan modal-modalnya menjadi satu.
- c. Modal yang diberikan oleh orang-orang yang berserikat harus tunai.
- d. Apabila terdapat keuntungan atau terjadi kerugian, maka harus diukur dari modal yang diserahkan oleh masing-masing pihak yang berserikat.

⁸⁹*Loc. Cit.*

Beberapa syarat *syirkah* secara rinci menurut Utsmani yang dikutip Ascarya, antara lain:

a. Syarat Akad

Karena *syirkah* merupakan hubungan yang dibentuk oleh para mitra melalui kontrak/akad yang telah disepakati bersama, maka otomatis syarat akad berlaku. Misalnya, para mitra usaha harus memenuhi syarat pelaku akad, yakni akad harus dilaksanakan atas persetujuan para pihak tanpa adanya tekanan, penipuan, atau penafsiran yang keliru, dan sebagainya.

b. Pembagian Proporsi Keuntungan dan Kerugian

Menurut para ahli hukum Islam, setiap mitra menanggung kerugian sesuai dengan besaran investasinya. Dalam pembagian proporsi keuntungan harus dipenuhi hal-hal berikut:

- 1) Proporsi keuntungan yang dibagikan kepada mitra usaha harus disepakati di awal kontrak/akad. Jika proporsi belum ditetapkan, akad tidak sah menurut syariah.
- 2) Rasio/nisbah keuntungan untuk masing-masing mitra usaha, harus ditetapkan sesuai dengan keuntungan nyata yang diperoleh dari usaha, dan tidak ditetapkan berdasarkan modal yang disertakan.

c. Penentuan Proporsi Keuntungan

Dalam menentukan proporsi keuntungan untuk kedua belah pihak yang berserikat, dijelaskan ketika akad, seperti 50:50 atau 30:70, dan lain sebagainya.

d. Sifat Modal

Sebagian besar ahli hukum Islam berpendapat bahwa modal yang diinvestasikan oleh setiap mitra harus dalam bentuk tunai. Hal ini berarti bahwa akad *syirkah* hanya dapat dengan uang, dan tidak dapat dengan komoditas.

e. Manajemen *Syirkah*

Prinsip normal dari *syirkah*, adalah setiap mitra mempunyai hak untuk ikut serta dalam manajemen dan bekerja untuk perusahaan dilakukan secara bersama-sama. Namun demikian, para mitra dapat pula sepakat bahwa manajemen perusahaan akan dilakukan oleh salah satu pihak. Dalam kasus ini pihak yang hanya menyertakan modal atau disebut *sleeping partners*, akan memperoleh bagian keuntungan sebatas investasinya saja. Jika semua mitra sepakat untuk bekerja bersama-sama, maka masing-masing mitra harus diperlakukan sebagai agen dari mitra yang lain dalam semua urusan usaha, dan semua pekerjaan yang dilakukan oleh setiap mitra dalam urusan usaha, harus disetujui oleh semua mitra.⁹⁰

5. Jenis-Jenis *Syirkah*

Secara umum, para ulama *Fiqh* klasik, membagi akad *syirkah* menjadi dua jenis, yaitu: *syirkah amlak* dan *syirkah akad*. *Syirkah amlak* (milik), adalah kepemilikan terhadap benda tersebut tanpa adanya maksud berserikat. Sedangkan *syirkah akad*, adalah *syirkah* diantara dua orang

⁹⁰Mardani, *Op. Cit.*, h. 219-221.

atau lebih yang berserikat serta diiringi adanya aksud berserikat dalam harta dan keuntungan.⁹¹

Syaid Sabiq, membagi lagi *syirkah* akad dibagi menjadi empat bagian, antara lain:

a. *Syirkah Inan*

Syirkah inan, yaitu kerjasama antara dua belah pihak atau lebih dalam hal permodalan untuk melakukan suatu usaha bersama dengan cara membagi keuntungan dan kerugian sesuai dengan jumlah modal masing-masing. *Syirkah inan*, pada dasarnya tidak disyaratkan para anggota serikat harus menyetor modal yang sama besarnya, begitu juga dalam masalah wewenang manajemen dan keuntungan yang diperoleh.

b. *Syirkah Mufawadhah*

Syirkah mufawadhah, yaitu kerjasama antara dua orang atau lebih dimana setiap pihak memberikan dana dan mengambil bagian dari kerjasama tersebut. Semua pihak akan membagi untung yang diperoleh dan kerugian yang dialami ditanggung bersama. Persyaratan utama dari musyarakah jenis ini adalah dana, kerja dan tanggung jawab terhadap utang-utang perusahaan dibagi antara dua pihak menurut bagian yang sama.⁹²

c. *Syirkah Abdan*

⁹¹Enang Hidayat, *Op. Cit.*, h. 144.

⁹²Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenamedia Group, 2014), h. 357.

Syirkah Abdan adalah perjanjian antara dua orang atau lebih untuk melaksanakan suatu pekerjaan dan membagi keuntungan yang diperoleh dari pekerjaan tersebut. Misalnya, dua orang yang memiliki profesi yang sama dan memiliki keahlian yang sama bersedia untuk bekerjasama dan membagi keuntungan yang diperoleh dari pekerjaan itu. Dalam kerjasama ini, para pihak menyumbangkan keahlian dan tenaganya untuk mengelola bisnis tanpa memberikan modal.

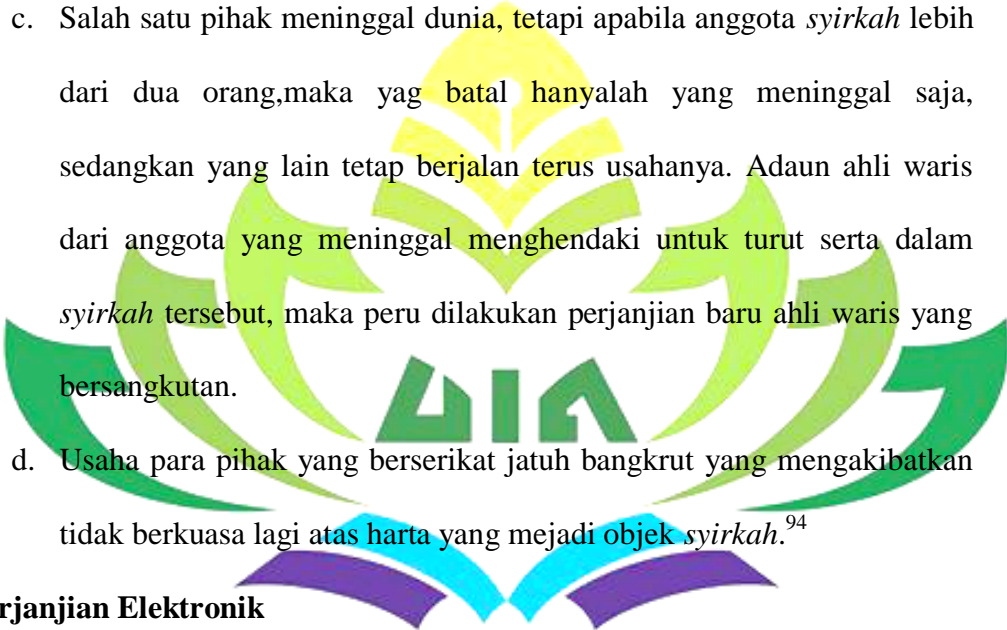
d. *Syirkah Wujud*

Syirkah wujud, adalah suatu perjanjian antara dua orang atau lebih yang memiliki keahlian dan reputasi yang tinggi. Para pihak yang terkait dengan perjanjian tersebut membeli barang secara kredit dari suatu perusahaan (pemasok barang) berdasarkan reputasi mereka. Setelah mereka mendapat barang tersebut secara kredit, selanjutnya mereka menjual barang tersebut kepada pihak lain secara tunai. Baik keuntungan maupun kerugian dari transaksi tersebut, dibagi secara proporsional diantara mereka. Dalam kerjasama ini para pihak tidak perlu memiliki modal karena modalnya kredit yang diberikan oleh pihak yang menyediakan barang.⁹³

6. Batal dan Berakhirnya *Syirkah*

Hal-hal yang menyebabkan batal dan berakhirnya *syirkah*, yaitu sebagai berikut:

⁹³*Ibid.*,h. 344-335.

- 
- a. Salah satu pihak membatalkan perjanjian *syirkah*, meskipun tanpa persetujuan pihak lain. Sebab *syirkah* terjadi atas dasar rela sama rela dari pihak-pihak yang berserikat, maka apabila salah satu pihak tidak lagi menginginkan perjanjian tersebut, maka dapat membatalkan perjanjian *syirkah* tersebut.
 - b. Salah satu pihak kehilangan kecakapan untuk ber-*tasharuf* (kehilangan kemampuan mengelola harta), baik karena gila, pemboros, ataupun karena hal lainnya.
 - c. Salah satu pihak meninggal dunia, tetapi apabila anggota *syirkah* lebih dari dua orang, maka yang batal hanyalah yang meninggal saja, sedangkan yang lain tetap berjalan terus usahanya. Adapun ahli waris dari anggota yang meninggal menghendaki untuk turut serta dalam *syirkah* tersebut, maka perlu dilakukan perjanjian baru ahli waris yang bersangkutan.
 - d. Usaha para pihak yang berserikat jatuh bangkrut yang mengakibatkan tidak berkuasa lagi atas harta yang mejadi objek *syirkah*.⁹⁴

C. Perjanjian Elektronik

Dipandang dari sudut pandang komunikasi suatu perjanjian atau transaksi elektronik pada dasarnya adalah suatu kegiatan pertukaran informasi melalui sistem komunikasi elektronik yang ditujukan untuk melakukan suatu perbuatan hukum tertentu. Perbuatan hukum tersebut dapat dilaksanakan dalam

⁹⁴Khumedi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia* (B. Lampung: Permatanet Publishing, 2016), h. 150.

konteks, hubungan penyelenggaraan negara kepada publik, hubungan perdata para pihak untuk melakukan perikatan atau kontrak elektronik.

Konsekuensinya terhadap komunikasi tersebut, dipersyaratkan adanya jaminan suatu komunikasi yang aman dari berbagai aspek seperti, keautentikan suatu pesan, otoritas kewenangan atau kapasitas hukum pihak yang melakukan, kerahasiaan informasi, dan keutuhan pesan yang dikomunikasikan.⁹⁵

Fakta sekarang ini, perjanjian atau transaksi elektronik sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, baik secara domestik maupun lintas negara. Dengan berpedoman pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt) dan Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), maka suatu perjanjian dapat dibuat secara elektronik dalam bentuk perjanjian elektronik. Menurut KUHPdt, suatu perjanjian dapat dibuat baik secara lisan maupun tertulis selama memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dalam Pasal 1320 KUHPdt. Suatu perjanjian dapat dibuat secara elektronik, selama syarat-syarat umum tersebut terpenuhi. Selain syarat umum, perjanjian elektronik juga harus memenuhi syarat khusus sebagaimana yang dimaksud dalam UU ITE, yaitu dibuat dengan menggunakan sistem elektronik.⁹⁶

Yang dimaksud dengan sistem elektronik adalah sistem komputer dalam arti luas, yang tidak hanya mencakup perangkat keras dan perangkat lunak komputer, tetapi juga mencakup jaringan telekomunikasi dan/atau sistem komunikasi elektronik. Sistem elektronik juga digunakan untuk menjelaskan

⁹⁵Edmon Makarim, *Notaris dan Transaksi Elektronik, Kajian Hukum tentang Cybernotary atau Elektronik Notary*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.45-46

⁹⁶*Ibid.*, h. 43

keberadaan sistem informasi yang merupakan penerapan teknologi informasi yang berbasis jaringan telekomunikasi dan media elektronik, yang berfungsi merancang, memproses, menganalisis, menampilkan, dan mengirimkan atau menyebarkan informasi elektronik. Kegiatan melalui media sistem elektronik, yang disebut juga ruang siber (*cyber space*), meskipun bersifat virtual dapat dikategorikan sebagai tindakan atau perbuatan hukum yang nyata.⁹⁷

Agar perjanjian elektronik dapat sah memenuhi syarat-syarat yang diatur dalam hukum perdata. Syarat-syarat yang ditentukan dalam Pasal 1320 KUHPdt tentang perikatan, yaitu:

1. Adanya Kesepakatan kehendak (*Consensus, Agreement*)

Dengan syarat kesepakatan kehendak dimaksudkan agar suatu kontrak dianggap sah oleh hukum, kedua belah pihak mesti ada kesesuaian pendapat tentang apa yang diatur oleh kontrak tersebut. Setiap pelaku perikatan yang mengadakan perikatan harus:

- a. Ada kebebasan menyatakan kehendaknya sendiri.
- b. Tidak ada paksaan dari pihak manapun.
- c. Tidak ada penipuan dari salah satu pihak.
- d. Tidak ada kekhilafan pihak-pihak yang bersangkutan.

2. Wenang / Kecakapan Berbuat Menurut Hukum (*Capacity*)

Syarat wenang berbuat maksudnya adalah bahwa pihak yang melakukan kontrak haruslah orang yang oleh hukum memang berwenang membuat kontrak tersebut. Setiap pihak dalam perikatan harus memenuhi

⁹⁷Tim Redaksi BIP, *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik* (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017), h. 62-63.

syarat-syarat wenang berbuat menurut hukum yang ditentukan oleh undang-undang sebagai berikut:

- a. Sudah dewasa, artinya sudah berumur 21 tahun penuh.
- b. Walaupun belum dewasa, tetapi sudah pernah menikah.
- c. Dalam keadaan sehat akal (tidak gila).
- d. Tidak berada di bawah pengampuan.
- e. Memiliki surat kuasa jika mewakili pihak lain.

3. Objek Perikatan

Objek perikatan dalam hukum perdata selalu berupa benda. Benda adalah setiap barang dan hak halal yang dapat dimiliki dan dinikmati orang. Dapat dimiliki dan dinikmati orang maksudnya memberi manfaat atau mendatangkan keuntungan secara halal bagi orang yang memilikinya, misalnya kendaraan bermotor, rumah, perhiasan, makanan, hak kekayaan intelektual, dan piutang.

Apabila benda dijadikan objek perikatan, benda tersebut harus memenuhi syarat seperti yang ditetapkan oleh undang-undang, yaitu sebagai berikut:

- a. Benda dalam perdagangan.
- b. Benda tertentu atau dapat ditentukan.
- c. Benda bergerak atau tidak bergerak, berwujud atau tidak wujud.
- d. Benda itu tidak dilarang oleh undang-undang atau benda halal.
- e. Benda itu ada pemiliknya dan dalam penguasaan pemiliknya.
- f. Benda dapat diserahkan oleh pemiliknya.

g. Benda itu dalam penguasaan pihak lain berdasarkan alas hak salah.

4. Kausa yang Diperbolehkan

Maksudnya adalah bahwa suatu kontrak haruslah dibuat dengan maksud atau alasan yang sesuai hukum yang berlaku. Tujuan pihak-pihak mengadakan perikatan adalah terpenuhinya prestasi bagi kedua belah pihak. Prestasi yang dimaksud harus halal, artinya tidak dilarang undang-undang, tidak bertentangan dengan ketertiban umum, dan tidak bertentangan dengan kesusilaan masyarakat (Pasal 1234 KUHPdt).⁹⁸



A. Tentang *YouTube* dan *Youtuber*

1. Pengertian *YouTube* dan *Youtuber*

YouTube adalah saluran portal website yang menyediakan layanan *video sharing*. *YouTube* merupakan salah satu bentuk media sosial yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton dan berbagi video. Pengguna yang telah mendaftar bisa meng-*upload* video miliknya ke server *YouTube* agar dapat dilihat oleh khalayak internet di seluruh dunia. *YouTube* didirikan pada tahun 2005 oleh 3 orang mantan karyawan

⁹⁸Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014), h. 232-236.

PayPal yang merupakan perusahaan pembayaran transaksi melalui internet. Kemudian, pada tanggal 13 November 2006, *Google* membeli situs tersebut dengan harga 1,6 Triliun Dollar.⁹⁹

YouTube merupakan semakin populer akhir-akhir ini, menurut data *Alexa.com* pada Agustus 2017, *YouTube* masuk tiga besar situs yang paling sering diakses di Indonesia.¹⁰⁰ Dengan kepopuleran *YouTube* tersebut banyak orang ingin menjadi *Youtuber* untuk memperoleh ketenaran bahkan menghasilkan uang. Seperti beberapa *Youtuber* Indonesia berikut yang dapat menghasilkan uang ratusan juta rupiah setiap bulannya, yaitu Raditya Dika, Ria Ricis, Atta Halilintar, Reza Oktovian, dan masih lagi.

Youtuber adalah seseorang yang mengunggah, memproduksi, atau tampil di video yang ada di *Youtube*. Sederhannya seseorang dikatakan *Youtuber*, jika sudah memproduksi dan tampil di sebuah video yang diunggah (*upload*) di *YouTube*.¹⁰¹ Motivasi setiap orang untuk menjadi *Youtuber* berbeda-beda, berikut beberapa motivasi seseorang ingin menjadi *Youtuber*, yaitu mengekspresikan pandangan, opini, atau sikap tertentu, melakukan hobi, berbagi pengetahuan, menjadi terkenal, dan untuk promosi bisnis.

2. Langkah-Langkah Menjadi *Youtuber*

⁹⁹Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri YouTube* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2018), h. 1-2.

¹⁰⁰Jefferly Helianthu sonfri, *Yuk Jadi Youtuber*(Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2018), h. 2.

¹⁰¹*Ibid*

Berikut ini adalah langkah-langkah untuk menjadi seorang *YouTuber*:

a. Mendapatkan Tema untuk *ChannelYouTube*

Seseorang dapat menentukan tema untuk *Channel YouTube*-nya dari hobi yang dimiliki, seperti hobi memasak, menyanyi, main musik, membaca, menonton drama Korea, menonton Sepak Bola, main game, fotografi, atau hobi lainnya. Seseorang yang hobii memasak, dapat membuat video tutorial masak di saluran *Youtube*-nya. Seseorang yang hobi main game, dapat membuat video tentang rekomendasi game, tip dan trik, dan video saat bermain game, dan sebagainya. Contoh lainnya, seseorang yang suka membaca buku, dapat membuat video seputar buku, khususnya review dan rekomendasi buku.

Dari pengalaman seseorang pun dapat dijadikan inspirasi saluran *Youtube*, misalkan seseorang mahir desain, maka ia dapat membuat akun *YouTube* tentang desain. Contoh lainnya, seseorang mahir berbahasa Inggris, maka ia dapat membuat akun *YouTube* yang berisi video-video pembelajaran bahasa Inggris, dan lainnya.¹⁰²

Beberapa tema lainnya yaitu, *Vlog* (Video Blog) tentang keseharian seseorang, video tingkah laku binatang, video *tutorial*, video kampanye politik, video galeri photo, review produk-produk yang berkaitan dengan tema yang diangkat, video daftar mengenai sesuatu,

¹⁰²*Ibid.*, h. 6-8

video info terbaru, video promosi bisnis, video opini tentang suatu hal, video cover menyanyi, video kolaborasi, video serial, dan masih banyak lagi.¹⁰³

b. Membuat *Channel YouTube*

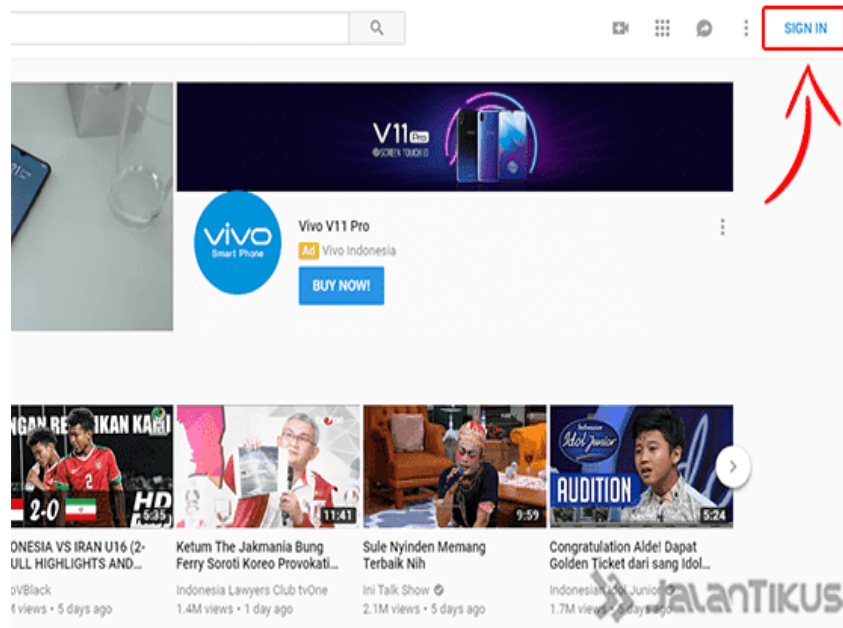
Channel YouTube pada dasarnya adalah “rumah” untuk para *YouTuber* di *YouTube*. Jika para penonton *Youtube* melakukan *subscribe*, mereka dapat melihat seluruh video yang ada di *Channel YouTube* tersebut, dapat melihat informasi-informasi lainnya.¹⁰⁴

Membuat *Channel YouTube* sangatlah mudah, seseorang hanya perlu mempunyai akun di *Google*. Jika seseorang mempunyai akun *e-mail* di *Google*, maka ia sudah mempunyai akun di *Google*. Berikut ini adalah cara membuat *Channel YouTube*:

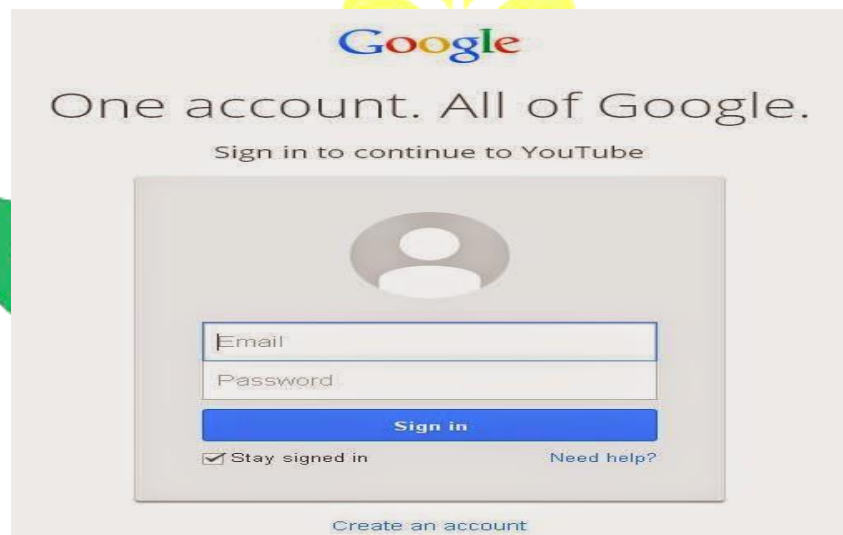
- 1) Membuka www.YouTube.com. Di situs *YouTube* tersebut klik tombol **Sign In** yang ada di pojok kanan atas.

¹⁰³Jefferly Helianthusonfri, *Passive Income dari GoogleAdSense* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2018), h. 170-172

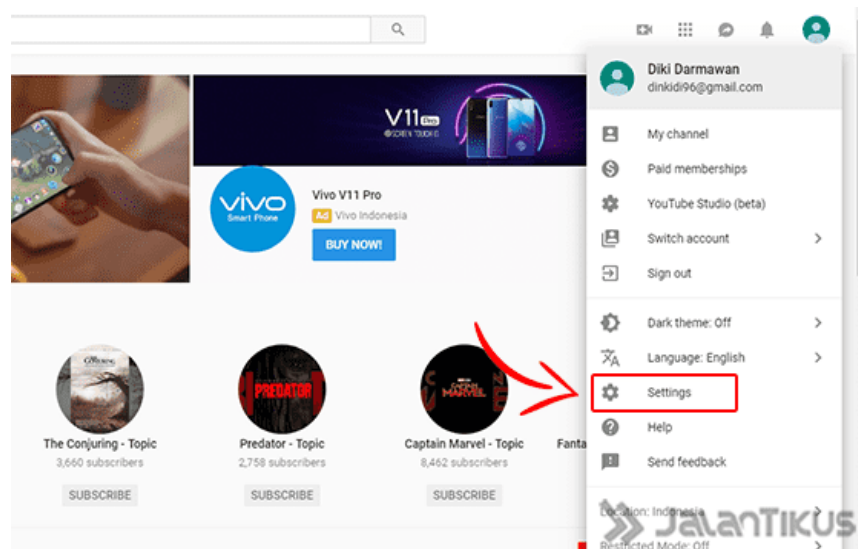
¹⁰⁴Jubilee Enterprise, *Kitab YouTuber* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2018) h. 90.



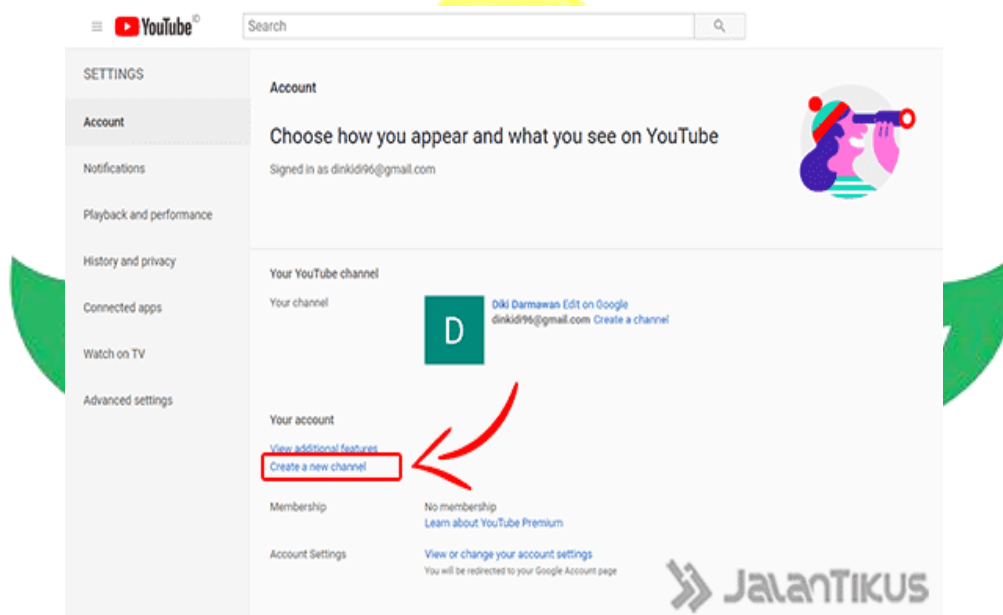
2) Lalu **Sign in** ke akun *Google*.



3) Setelah login di akun *Google* , maka akan diarahkan kembali ke situs *YouTube*. Lalu klik foto profil atau ikon yang ada di pojok kanan atas. Lalu klik **Setting**.

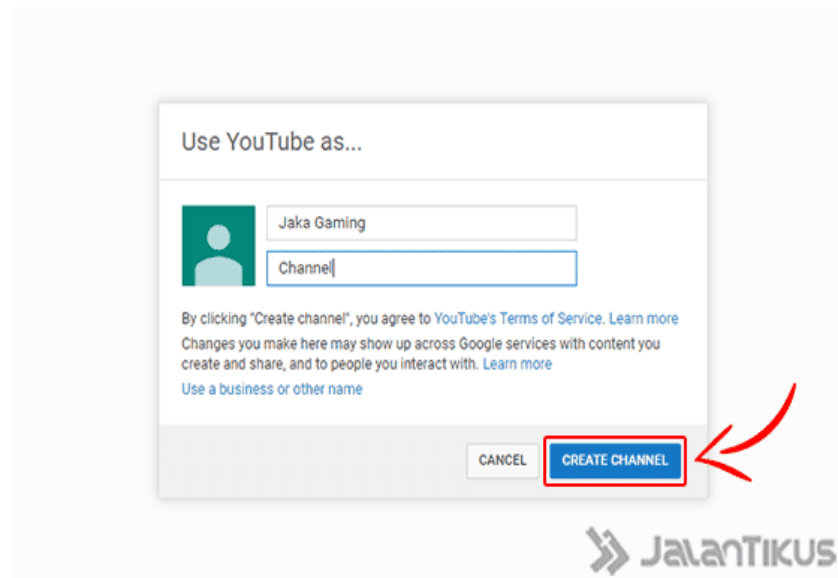


4) Kemudian klik buat **Creat a new Channel**.

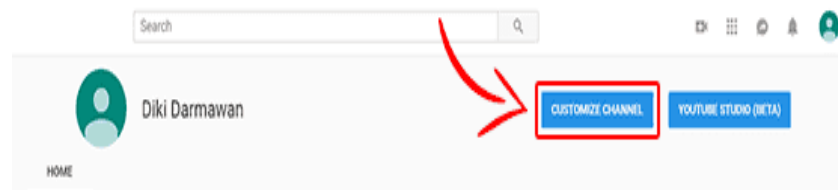


5) Lalu tuliskan nama untuk *Channel YouTube* tersebut. Setelah itu, klik **Creat Channel**.¹⁰⁵

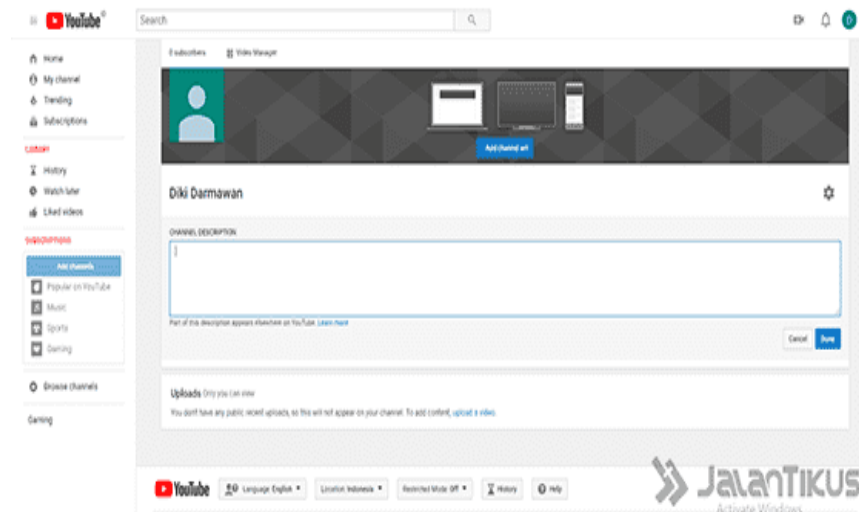
¹⁰⁵Jefferly Helianthusonfri, *Yuk Jadi Youtuber, Op. Cit.*, h. 33-34



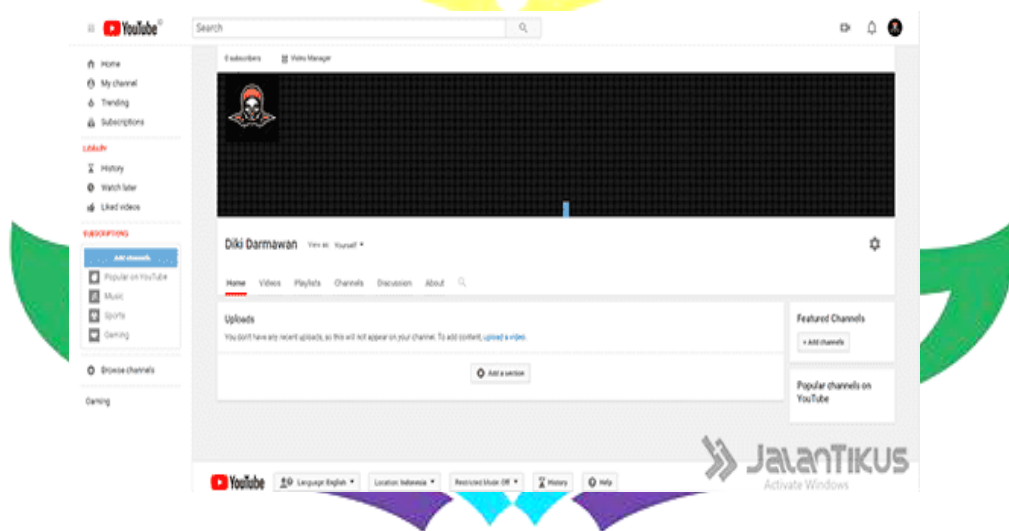
6) Setelah *Channel* selesai dibuat, aturlah tampilan *Chennel* tersebut.



7) Lalu tambahkan foto profil, banner YouTube beserta deskripsi *Channel* tersebut. Lalu simpan, jika dirasa sudah cukup.



8) Seperti inilah *Channel YouTube* yang sudah dibuat. Lalu langkah selanjutnya mengisinya dengan berbagai video.¹⁰⁶



c. Membuat Video

¹⁰⁶Satria Aji Purwoko, "Cara Mudah Membuat Channel YouTub, Bisa Bikin Kaya"(On-line), tersedia di <https://jalantikus.com/tips/cara-membuat-channel-youtube/>, (diakses pada 23 April 2019, pukul 10.33), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Untuk dapat menjadi seorang *YouTuber*, seseorang harus mulai membuat video sesuai tema yang sudah ditentukan sebelumnya. Berikut ini adalah beberapa kemasan video yang sering diunggah di *YouTube*:

1) *YouTuber* tampil langsung di video

Di video jenis ini, *YouTuber* akan tampil langsung di video tersebut, mereka biasanya melakukan sesuatu seperti, berbicara, bermusik, menyanyi, atau aktivitas lainnya. Ada kalanya mereka mereka menampilkan gambar-gambar yang relevan dengan videonya.

2) Video Rekaman Layar Komputer atau Ponsel

Video jenis ini, *YouTuber* tidak akan muncul di videonya. Biasanya yang ditampilkan adalah gambar layar komputer, handphone. Video ini sering disebut video *screencast*. Biasanya video-video *tutorial* banyak dikemas dengan konsep ini, apalagi *tutorial* yang berkaitan dengan komputer, seperti video cara membuat *web*, *tutorial* mendesain logo, video game, *tutorial* pemasaran di media sosial, dan sebagainya.

3) Video *Slideshow*

Dalam video *Slideshow*, hanya menampilkan foto atau video, lalu disajikan dalam bentuk video, dan dapat dilengkapi dengan musik pendukung ataupun rekaman suara. Contoh video

Slideshow, yaitu video tentang pemain sepak bola, profil artis, dan sebagainya.

4) Video Animasi

Sebagian *YouTuber* juga kerap mengemas video dalam bentuk animasi. Keunggulan video berjenis animasi adalah kemasan videonya yang menarik, dan penuh ilustrasi. *Blopp Animation*, menjelaskan ada lima tipe video animasi, yaitu animasi tradisional, animasi 2D, animasi komputer, *motion graphics*, dan *stop motion*.

Setelah mengetahui berbagai macam video yang ada di *YouTube*, berikut adalah proses produksi video untuk *YouTube*, langkah pertama yaitu menentukan tema video, lalu membuat konsep video, kemudian memproduksi video, proses selanjutnya editing video, dan proses terakhir yaitu mempublikasikan video di *Channel YouTube* yang telah dibuat.¹⁰⁷

d. Promosi

Setelah langkah-langkah diatas selesai dilakukan, langkah selanjutnya yaitu promosi. Agar video dan *Channel YouTube* seseorang dapat dilihat oleh banyak penonyon, maka para *YouTuber* harus publikasi secara gencar, seperti membagikan dan mempromosikan lewat media sosial, seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, ataupun *Blog*.

¹⁰⁷*Loc. Cit.*, h. 12-15

e. Mengembangkan *Channel YouTube*

Agar dapat hasil yang lebih memuaskan, maka *Youtuber*, harus mengembangkan *Channel YouTube*-nya, dengan cara melakukan optimalisasi, bahkan juga dapat me-monetasi *Channel YouTube* tersebut.¹⁰⁸

B. Sistem Monetasi YouTube

Sistem *Monetasi*, adalah cara untuk menghasilkan uang dari *YouTube*, dapat dengan menampilkan iklan, menerima sponsor dari pihak lain, menjual produk sendiri, dan lain sebagainya. Sebagai seorang *Youtuber*, agar dapat me-monetise video harus bergabung dengan *YouTube Partner Program (YPP)*.¹⁰⁹

Youtuber dapat menghasilkan uang dari iklan yang ditayangkan di videonya, serta dari subscriber *YouTube* premium yang menonton kontennya. Ada dua macam *YouTube Partner Program*, yaitu *Google AdSense* dan *MCN (Multi Channel Network)*.

Untuk dapat bergabung dengan *YouTube Partner Program* harus memenuhi syarat-syarat berikut:

1. *Channel YouTube* harus mempunyai setidaknya 10.000 Penayangan

Artinya jika ingin me-monetise *Channel YouTube*, video-video di *Channel YouTube* tersebut harus ditonton setidaknya 10.000 kali.

¹⁰⁸ *Loc. Cit.*, h. 4

¹⁰⁹ *Loc. Cit.*, h. 134-135.

2. Video-Video di *Channel YouTube* sudah ditonton 4.000 jam dalam jangka 1 Tahun dan memiliki minimal 1.000 Pelanggan (*Subscribers*)

Pada tahun 2018 YouTube merubah persyaratan kelayakan untuk *monetisasi* menjadi 4.000 jam tayangan dalam 12 bulan terakhir dan 1.000 pelanggan (*Subscribers*). Perubahan persyaratan *monetisasi YouTube* ini dilakukan untuk memperbaiki pedoman dan kebijakan *YouTube*.¹¹⁰

3. Menaati Pedoman Komunitas *YouTube*

Menurut pedoman komunitas *YouTube*, berikut hal-hal yang tidak boleh ditampilkan di video *YouTube* :

- a. Konten yang berisi muatan *seksual* atau ketelanjangan.
- b. Konten yang merugikan atau berbahaya, misalkan konten yang mendorong orang-orang untuk melakukan hal berbahaya, hal-hal yang menyebabkan terluka, atau tindakan lainnya yang merugikan.
- c. Konten kekerasan atau *vulgar*.
- d. Konten yang melanggar hak cipta, artinya *YouTuber* tidak diperbolehkan mengunggah video milik orang lain tanpa izin penggunaan dari pemilik video asli
- e. Konten yang mengandung kebencian, seperti ujaran kebencian, mempromosikan kekerasan terhadap individu atau kelompok berdasarkan ras atau etnis, agama, disabilitas, jenis kelamin, usia, kebangsaan, status veteran, atau orientasi *seksual* ataupun identitas *gender*.

¹¹⁰Jubilee Enterprise, *Kitab YouTuber, Op. Cit.*, h. 20.

- f. Konten yang mengandung ancaman. Dalam pedoman komunitas *YouTube*, mereka akan menindak dengan tegas perilaku seperti menindas, menguntit, mengancam, melecehkan, mengintimidasi, melanggar privasi, mengungkapkan informasi pribadi orang lain, dan menghasut orang lain untuk melakukan tindak kekerasan atau melanggar persyaratan penggunaan *YouTube*.
- g. Konten yang mengandung *spam* atau informasi menyesatkan.¹¹¹

4. Mempunyai Hak Komersial atas Video-Video di *Chanel YouTube*

Video yang dapat hak komersial yakni, video-video hasil produksi sendiri. Termasuk gambar dan audio adalah buatan sendiri. Jika menggunakan gambar, audio, ataupun elemen dari pihak lain, maka harus dapat hak untuk memakainya demi kepentingan komersial.¹¹²

Hampir semua jenis video dapat didaftarkan untuk di-*monetasi*, mulai dari video *tutorial*, komedi, musik, cuplikan film, *review* produk, dan lain sebagainya. Namun demikian, *YouTube* memberikan aturan yang ketat, khususnya mengenai hak cipta. Hak cipta meliputi gambar, suara, musik, materi video, merek, dan lain sebagainya. Jika aturan ini dilanggar *YouTube* tidak segan-segan menonaktifkan pemasangan iklan (tidak dapat di-*monetasi*), atau bahkan dapat menutup *Channel YouTube* seseorang. Pemegang hak cipta juga diberi kesempatan untuk melayangkan keberatan

¹¹¹Jefferly Helianthusonfri, *Yuk Jadi Youtuber*, Op. Cit., h. 47.

¹¹²Loc. Cit., h.135.

video mereka yang di-*upload* oleh orang lain tanpa izin. Jika terdapat pelanggaran hak cipta didalam video.¹¹³

Berikut ini adalah contoh video yang dapat di-*monetasi*:

1. Video yang berisi musik tanpa royalti, dan dapat membuktikan hak penggunaannya.
2. Video hasil buatan orang lain, namun mendapat izin untuk menggunakan serta mendapatkan hasil dari video tersebut.
3. Video yang menampilkan musik buatan sendiri dan tidak dikontrak oleh sebuah label.

Dan berikut ini adalah contoh video yang tidak memenuhi syarat untuk di-*monetasi*:

1. Video yang berisi musik yang dibeli di situs musik, atau video yang direkam dari televisi, dsb.
2. Mengedit kompilasi video yang dibuat oleh orang lain tanpa izin.
3. Video tentang kekerasan dan/atau ketelanjangan.¹¹⁴

C. Tentang *Google AdSense*

1. Pengertian *Google AdSense*

AdSense adalah salah satu layanan dari *Google AdSense* bergerak di bidang periklanan *online*. *AdSense* seperti agensi periklanan *online*. Jika iklan membutuhkan media, layaknya majalah dan koran, maka dalam periklanan *online* ini *Publisher* lah yang menjadi media tersebut. Oleh sebab itu, syarat utama untuk memperoleh penghasilan dari *Google*

¹¹³Deny Setyawan, *Rahasia Mendapat Dollar dari YouTube* (Jakarta:PT. Elex Media Komputindo, 2016) h. 3.

¹¹⁴Deny Setyawan, *Op. Cit.*, h. 4-5.

AdSense adalah memiliki *website*, ataupun *blog*. Di *website* dan akun tersebut iklan dari *Google AdSense* akan ditempatkan. Pemilik *website*, *blog*, tersebut menyisipkan iklan-iklan dari *Google AdSense* di beberapa tempat.¹¹⁵

Dalam periklanan *online* ini, *Google* akan membayar para pemilik *website*, *blog*, yang menayangkan iklan-iklan *Google* berdasarkan jumlah klik iklan oleh pengunjung dengan tarif yang berbeda-beda berdasarkan jenisnya. Iklan *Google* semacam dapat ditemui ketika seseorang menggunakan fasilitas pencarian *Google* dengan memasukan kata kunci, contohnya Camera.

Maka, nantinya pada halaman hasil pencarian yang muncul akan terdapat bagian iklan produk yang berada di sisi kanan atau bagian atas halaman hasil pencarian tersebut. Bila diklik pada salah satu tampilan iklan tersebut, maka akan masuk ke halaman promosi produk tersebut dan seseorang dapat melakukan transaksi di halaman tersebut. Iklan-iklan semacam ini pun dapat dijumpai di halaman-halaman *website*, *blog*, maupun yang telah menjadi anggota *Google AdSense*.

Iklan-iklan yang disajikan pun, tidak hanya berupa baris-baris kata melainkan bisa pula berupa gambar, banner, bahkan video. Iklan tersebut dipilih tidak secara acak melainkan diseleksi sesuai dengan isi halaman *website* dan *blog*, sehingga memiliki relevansi. Misalnya sebuah situs mengenai hewan peliharaan juga akan memuat iklan yang berkaitan

¹¹⁵Fahrizal Alamsyah dan SmitDev Community, *Easy Money from Internet Meraih Penghasilan dengan Google AdSense* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008), h. 3.

dengan hewan peliharaan, seperti iklan makanan hewan, program *training* untuk hewan, dan lain sebagainya.¹¹⁶ *Google AdSense* di *YouTube* sama dengan yang ada di *website*. Bedanya adalah iklan yang muncul berada di dalam video. Setiap jumlah tayangan, lama durasi dan jumlah klik menjadi penentu bagian pembayaran untuk pemasang video.¹¹⁷

2. Jenis Iklan yang Terdapat di *YouTube*

Berikut ini adalah jenis iklan yang terdapat di *YouTube*:

a. *Non-skippable in-stream ads*

Non-skippable in-stream ads adalah iklan video yang dapat muncul di awal, di tengah, atau di akhir video. Durasi iklan video ini antara 15-20 detik, dan para penonton harus menonton iklan tersebut sebelum dapat menonton video utama, artinya tidak dapat di-*skip* (dilewatkan) seperti jenis iklan lainnya. Iklan jenis ini dijual berdasarkan CPM (*Cost Per Mille*) yaitu biaya per seribu tampilan yang dikenakan kepada pemasang iklan.

Jenis iklan ini dapat menghasilkan nilai lebih tinggi dibandingkan format iklan lainnya di *YouTube*. Namun karena durasi yang sedikit lebih lama, iklan ini memiliki rasio pengabaian yang tinggi, yang akan menyebabkan penurunan jumlah penayangan video dan waktu menonton.¹¹⁸

¹¹⁶Jubilee Enterprise, *Google AdSense untuk Pemula*(Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), h. 1-4.

¹¹⁷Deny Setyawan, *Op. Cit.*, h. 3.

¹¹⁸*Loc. Cit.*, h. 6.

b. *True View in-stream ads*

Iklan ini muncul sebagai iklan sebelum video utama dimainkan atau di tengah tayangan video utama sedang dimainkan, berdurasi pendek atau panjang di dalam tayangan video *YouTube*. Penonton memiliki pilihan untuk menonton iklan lengkap atau dapat di-*skip* (diloncati/diabaikan) setelah menontonnya selama beberapa detik.¹¹⁹

Dalam hal ini pemasang iklan, hanya ditagih jika pemirsa menonton selama 30 detik atau menonton keseluruhan iklan. Tidak ada panjang maksimum untuk iklan ini. Dengan adanya iklan ini, penonton dapat mengabaikan, namun jika belum di-*skip* oleh penonton selama 30 detik, maka pemasang iklan akan mendapat bayaran besar dari iklan ini.

c. *Overlay in-video ads*

Overlay in-video ads merupakan iklan hamparan transparan atau disebut *banner* yang muncul dalam porsi yang lebih sedikit dari video utama. *Banner* tersebut dapat berbentuk gambar maupun teks yang ditulis didalam box hitam semi transparan. Iklan ini biasanya muncul pada titik 15 detik, yang dapat ditutup oleh penonton jika diinginkan, dan iklan ini akan otomatis diminimalkan jika penonton tidak melakukan apa pun. Iklan ini paling banyak dihitung berdasarkan yang diklik pengunjung atau penonton.

¹¹⁹Jubilee Enterprise, *Kitab YouTuber, Op. Cit.*, h. 22.

d. *Display ads*

Ini adalah jenis iklan yang menghasilkan pendapatan rendah, karena memang hanya sedikit munculnya. Biasanya dijalankan diseluruh area situs kecuali di Beranda. Iklan tersebut tersedia dalam bentuk iklan berukuran 300x250pxl yang muncul di sebelah kanan video unggulan atau di atas daftar video yang disarankan. Iklan tersebut dapat muncul sebagai penggiring iklan yang muncul di dalam video atau sebagai iklan yang berdiri sendiri.¹²⁰

3. Penghasilan dari *Google AdSense*

Jika pemilik *website, blog*, maupun akun *YouTube*, telah menjadi anggota *Googe AdSense* maka nantinya besar jumlah pendapatan bergantung pada iklan yang terpasang. Masing-masing iklan tersebut memiliki nilai yang berbeda-beda berkisar antara 0,5 hingga 30 Dollar untuk satu kali klik ini disebut sistem PPC (*Pay Per Click*). Besarnya nilai iklan tersebut tentu saja bergantung pada kepopuleran sebuah kata kunci. Misalnya saja halaman *website, blog*, seseorang dikunjungi 500 orang sehari. Dan dari jumlah tersebut 10% diantaranya mengklik pada iklan yang terpasang dengan nilai 1 dollar per kliknya. Maka dalam sehari seseorang telah menghasilkan 50 Dollar atau 1500 Dollar dalam sebulan.¹²¹

Sedangkan *Google AdSanse* di *YouTube* menggunakan sistem CPM yaitu singkatan dari *Cost per Mille*, atau biasa dipahami dengan istilah

¹²⁰Deny Setyawan, *Op. Cit.*, h. 6-7.

¹²¹Jubilee Enterprise, *Google AdSense untuk Pemula*, *Op.Cit.*, h. 8.

penghasilan yang didapat untuk 1.000 penayangan. Jumlah CPM dapat bervariasi, tidak sama setiap kasus dan tempat yakni domisili *YouTuber*.

Namun dari *Googling* CPM di Indonesia dapat diambil kisaran antara 0.3 hingga 0.8 Dollar. Jika dirata-rata CPM yang didapat *YouTuber* sebesar 0.5 Dollar, maka setiap video yang sudah ditonton 1.000 kali, *YouTuber* berhak mengantongi uang sebesar Rp. 6.750 dengan kurs 1 Dollar sebesar Rp. 13.500. Maka jika sudah mendapat total penayangan 1.000.000 kali, maka pendapatan *YouTuber* dapat mencapai Rp.6.750.000.¹²²

D. Tentang MCN (*Multi Channel Network*)

Cara lain untuk *me-monetasi* video di *YouTube* adalah melalui MCN. MCN adalah jenis *network YouTube* yang berdiri sendiri, artinya jaringan ini memiliki kendali penuh pada akses manajemen jaringannya. Dalam beberapa tahun terakhir sebagian besar MCN telah membuka pintu mereka untuk para *YouTuber* baru dan belum populer, yang berarti siapa pun dapat menggunakan layanan yang mereka tawarkan. Ini berarti pengguna akan mendapatkan uang dari video mereka dengan lebih mudah, terutama bagi mereka yang belum atau sudah menjadi mitra *YouTube*.

MCN menyediakan berbagai fasilitas bagi pembuat video yang tidak mau repot dengan urusan peraturan *Google AdSense*. Dengan mengunggah video di *YouTube*, para *YouTuber* dapat lebih mudah mendapatkan penghasilan. Namun, yang perlu diperhatikan saat bergabung dengan MCN adalah

¹²²Jubilee Enterprise, *Kitab YouTuber, Op. Cit.*, h.20.

seseorang harus mempelajari kontrak kerja samanya. Misalnya, lama durasi kontrak, pembayaran, sejauh mana MCN akan membantu *YouTuber*, dan mengenai seberapa cepat MCN merespon.¹²³Berikut ini beberapa MCN *YouTube*:

1. MCN Freedom

Sudah banyak sekali *YouTuber* menggunakan jasa MCN Freedom, bahkan anggotanya sudah mencapai ratusan ribu. Kelebihan menggunakan MCN ini, yaitu jika ingin bergabung syaratnya mudah hanya dengan memiliki *Channel YouTube* dengan reputasi naik. Kelebihan lainnya, yaitu MCN Freedom sudah memiliki *dashbor* tersendiri yang akan menampilkan penghasilan *Channel YouTube* seseorang.

Namun MCN ini memiliki beberapa kekurangan, yaitu pembagian keuntungan yang terbilang *ekstrem* yaitu dengan persentasi 60:40. Jadi, para *YouTuber* hanya mendapat 60% dari total penghasilan dan sisanya untuk pihak MCN. Kekurangan lainnya, yaitu jika *Channel YouTube* seseorang terkena pelanggaran dari *YouTube*, maka dengan sepihak MCN memutuskan kerjasamanya.

2. MCN *Lifentw* atau *Quizgroup*

Syarat untuk bergabung dengan MCN *Lifentw* mudah, yaitu seseorang harus memiliki *Channel YouTube* dengan reputasi baik. Video-video di *Channel YouTube* tersebut harus memiliki 1.000 view dalam waktu 28 hari, dan memiliki minimal 10 *subscriber*. Kelebihan

¹²³Deny Setyawan, *Op. Cit.*, h. 9.

menggunakan MCN ini yaitu pembagian keuntungan yang lebih baik dari MCN Freedom yaitu 80:20, 80% untuk *YouTuber* dan 20% untuk pihak MCN.

Untuk pembayaran dilakukan satu bulan sekali dengan menggunakan *Paypal* ataupun transfer melalui BANK. Kelebihan lainnya yaitu, jika *Channel Youtube* terkena pelanggaran dari *YouTube* bahkan *suspend*, akan tetap dilakukan pembayaran untuk sisa yang masih ada. Namun MCN ini memiliki beberapa kerugian yaitu, setiap pembayaran akan dikenakan biaya 1 Dollar.

3. MCN Zoomin Indostream.neta

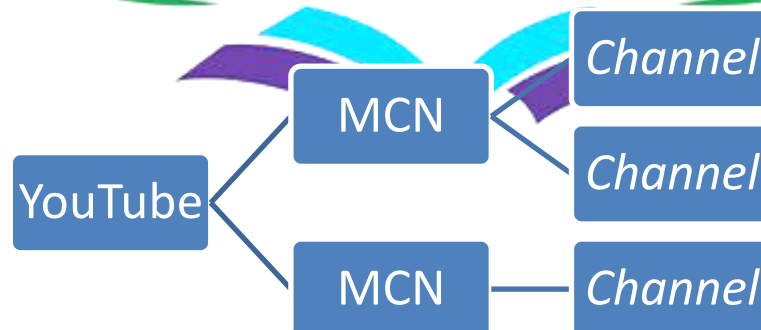
MCN ini memiliki lebih banyak kelebihan dibandingkan MCN lain. Kelebihan menggunakan MCN ini yaitu pembagian keuntungan sama seperti MCN *Lifentw* yaitu 80:20, 80% untuk *YouTuber* dan 20% untuk pihak MCN. Untuk pembayaran dilakukan dengan menggunakan *Paypal*, transfer melalui BANK atau bisa dengan *Western Union*, dan tidak ada biaya potongan 1 Dollar setiap pembayaran.

Kelebihannya lainnya yaitu, pihak MCN membantu mengiklankan video-video seseorang tanpa dikenalan biaya tambahan. Iklan yang dimunculkan pun tidak dapat di-*skip* oleh penonton, jadi *YouTuber* dapat memperoleh hasil yang maksimal. *YouTuber* dapat langsung me-*monetasi* video tanpa *review* dari pihak *YouTube*. Kelebihan yang terakhir yaitu,

penghasilan dapat langsung dicairkan walau belum sampai 100 Dollar, seperti yang ada di *Google AdSense*.¹²⁴

Kesimpulannya, seorang *YouTuber* yang bergabung dengan MCN yaitu, mendapat berbagai keuntungan yaitu, video dapat langsung di-*monetasi* tanpa review. Dan jika terjadi sengketa hak cipta, pihak MCN sendiri memberikan dukungan teknis, dan akan membantu sengketa hak cipta, serta tidak akan di-*banned* oleh pihak *YouTube*. Serta, untuk pencairan penghasilan, tidak harus menunggu sampai 100 Dollar.

Namun, terdapat juga beberapa kerugian, seperti saat seseorang bergabung dengan MCN secara otomatis tidak lagi menjadi *YouTube Partner* dengan *Google AdSense*, karena semua penghasilan yang didapatkan dikelola oleh pihak MCN. Lalu penghasilan tersebut dilakukan sistem bagi hasil sesuai aturan mereka. Namun kebanyakan proporsi pembagian keuntungan tidak adil. Berikut ini adalah gambaran sistem kerja MCN:



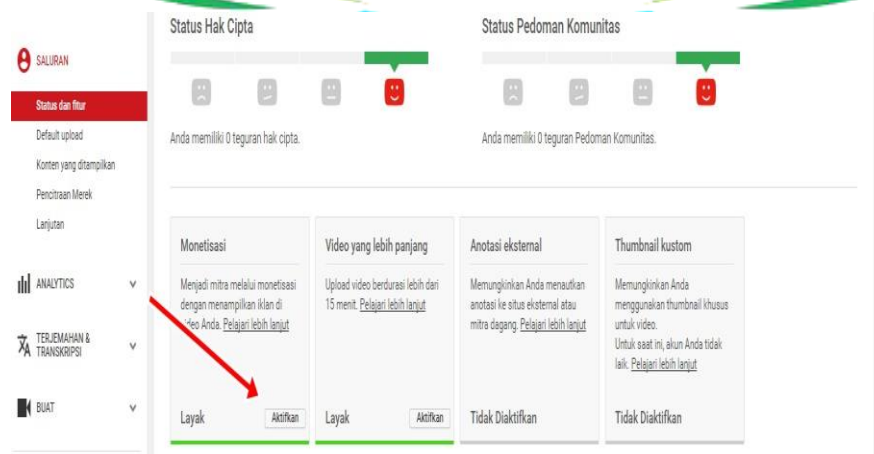
¹²⁴Anakkost.TV, “3 MCN Terbaik YouTube dan Cara Daftarnya”(On-line), tersedia di <https://www.anakkost.tv/daftar-mcn-youtube/>(diakses pada 22 April 2019, pukul 10.13 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Kerugian lainnya, ketika sudah bergabung dengan MCN, *Channel YouTube* seseorang banyak yang tidak berkembang. Dan banyak orang yang mengeluh tentang MCN bahwa setelah bergabung dengan MCN, mereka tidak bisa memutuskan hubungan dengan MCN sebelum masa kontrak berakhir. Saat mendaftar, *Youtuber* harus menyetujui kontrak yang mengikat secara hukum. Biasanya lama kontrak dengan MCN ini selama satu tahun. Bahkan banyak MCN yang merugikan para *Youtuber* dengan kontrak rumit yang membatasi pengguna dalam jumlah waktu yang lama, serta penguasaan atas kepemilikan dan hak kekayaan intelektual dan konten video.¹²⁵

E. Cara Bergabung dengan *Youtube Partner Program*

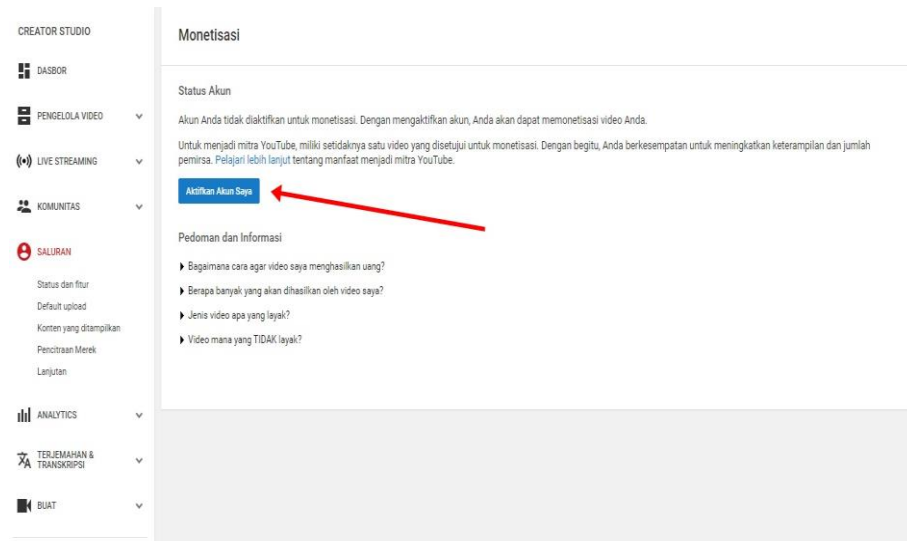
Jika *Channel YouTube* seseorang telah memenuhi persyaratan, dapat langsung bergabung dengan *Youtube Partner Program*, caranya yaitu sebagai berikut:

1. Masuk *Creator Studio*, lalu masuk ke menu *Channel*.
2. Di bagian *Monetasi*, klik tombol **Aktifkan**.

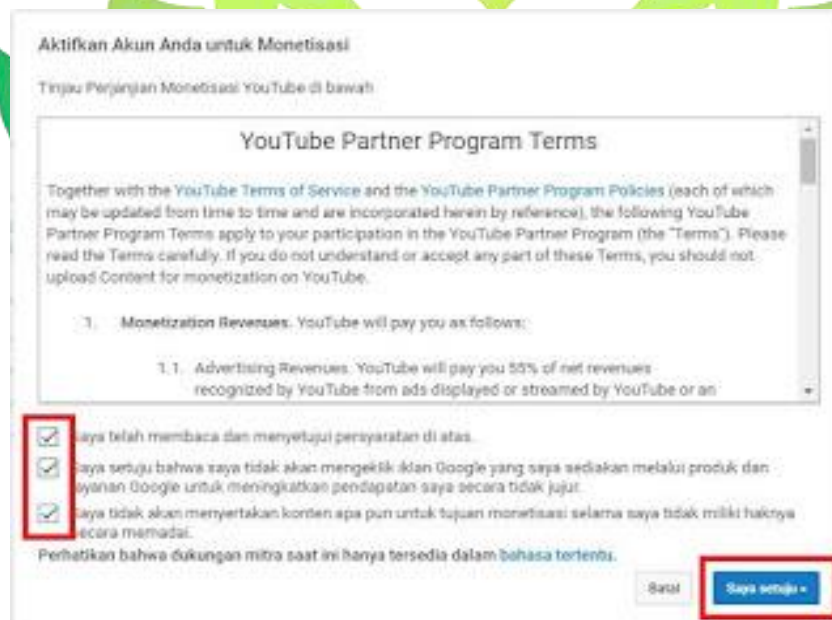


¹²⁵Deny Setyawan, *Op. Cit.*, h. 10-11.

3. Lalu klik **Aktifkan Akun Saya**.



4. Ikuti langkah-langkah pengajuan *Monetasi*. Baca dan pahami persyaratan yang disampaikan *YouTube*. Jika setuju, beri keterangan Setuju. Selanjutnya klik, **Saya Setuju**.



YouTube Partner Program Terms, berisi sebagai berikut:

Setiap orang dapat mengirim pengajuan untuk bergabung dengan YPP, tetapi Anda harus memenuhi beberapa pedoman kami. Checklist ini dimaksudkan untuk memandu Anda melewati proses pengajuan.

a. Pastikan channel Anda mengikuti kebijakan dan pedoman kami.

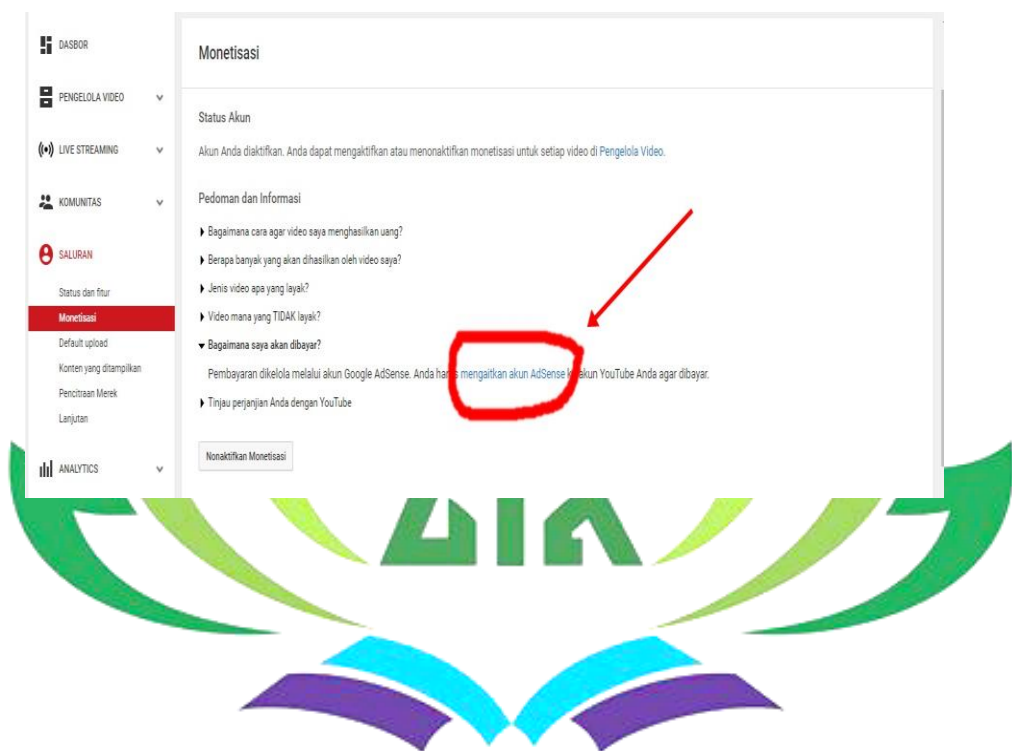
Ketika mengajukan diri, Anda akan melewati proses peninjauan standar untuk melihat apakah channel Anda memenuhi kebijakan dan pedoman kami atau tidak. Hanya channel yang memenuhi kebijakan dan pedoman kami yang akan diterima dalam program ini. Kami juga akan terus memeriksa channel dalam program untuk melihat apakah channel tersebut terus memenuhi kebijakan dan pedoman kami atau tidak.

b. Pastikan Anda hanya memiliki 1 akun AdSense. Setelah mengikuti program, Anda akan memerlukan akun AdSense untuk mendapatkan bayaran. Jika Anda sudah memiliki akun AdSense, gunakan akun yang sudah disetujui. Anda dapat menautkan channel sebanyak mungkin ke satu akun AdSense. Jika Anda belum memiliki akun AdSense, Anda dapat membuatnya saat mendaftar di Program Partner YouTube (YPP).

c. Pastikan Anda memiliki minimal 1.000 subscriber dan 4.000 jam waktu tonton publik. Saat kami menilai channel untuk mendapatkan akses ke Program Partner YouTube, kami membutuhkan konteks.

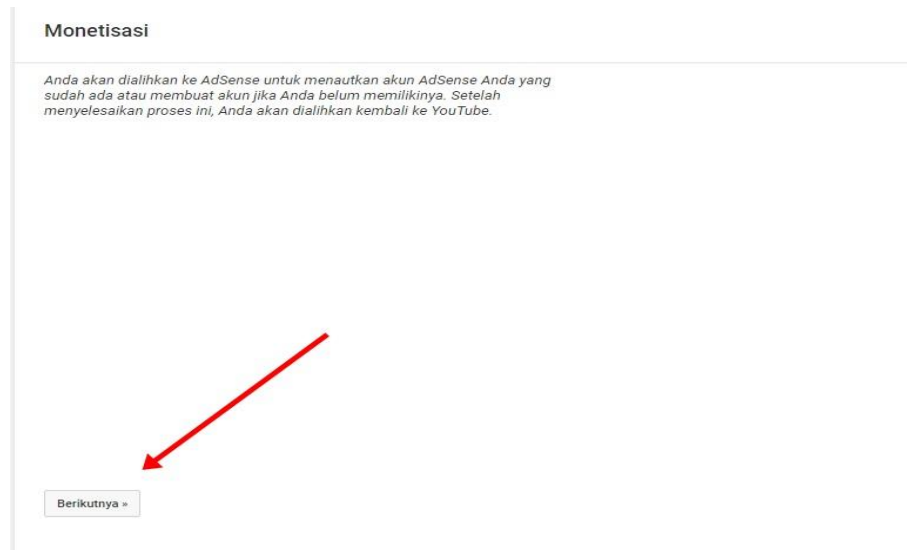
Ketika Anda mencapai jumlah minimum ini, biasanya berarti Anda memiliki lebih banyak konten. Jumlah minimum membantu kami membuat keputusan yang lebih tepat terkait apakah channel Anda memenuhi kebijakan dan pedoman kami atau tidak.¹²⁶

5. Lalu langkah selanjutnya, mengaitkan *Channel* dengan akun *Google AdSense*.

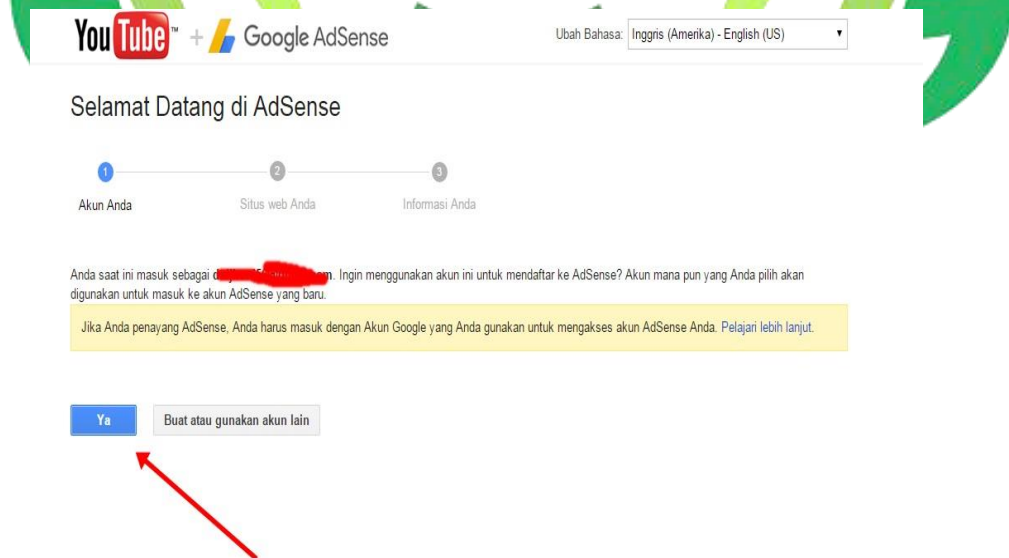


¹²⁶YouTube, “Bantuan YouTube: Ringkasan, Checklist Pengajuan & Faq Program Partner *YouTube*” (On-line), tersedia di <https://support.google.com/youtube/answer/72851> (diakses pada 01 Juli 2019, pukul 23.51 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

6. Klik tombol berikutnya.



7. Ada dua opsi yang tersedia. Jika sudah punya akun *Google AdSense* yang aktif langsung log in ke akun tersebut. Tapi, jika belum punya akun *Google AdSense*, daftar dahulu. Untuk daftar akun baru, klik tombol **Buat Akun**. Nantinya, akan diminta melengkapi data diri.



8. Selanjutnya, akan muncul perintah untuk menautkan saluran *YouTube* dengan akun *AdSense*. Tentukan bahasa yang dipakai pada video-video yang ada di *Channel YouTube*. Jika sudah, klik **Setujui Pengaitan**.

YouTube + Google AdSense duljho156@gmail.com

Selamat Datang di AdSense

1 Akun Anda 2 Situs web Anda 3 Informasi Anda

Situs web saya: <http://www.youtube.com/channel/UCTCSeB6vum2j4Qc1mT3jfQ>

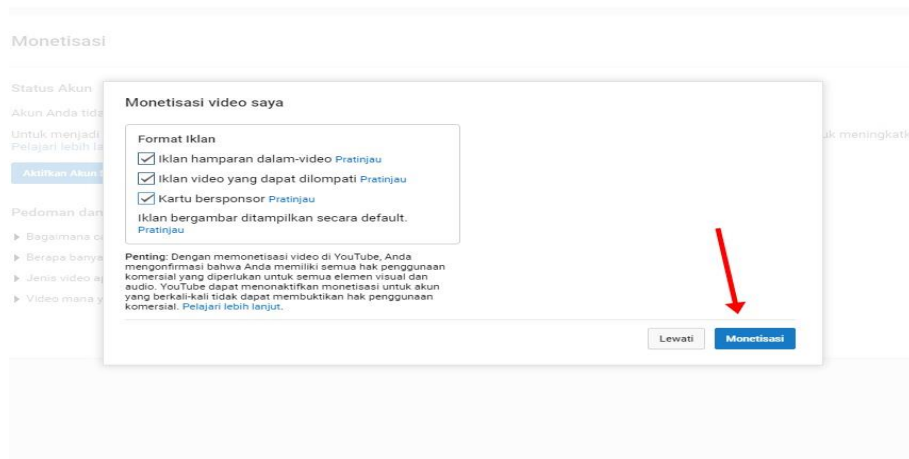
Bahasa konten: Inggris - English
Silakan tentukan bahasa utama situs web Anda.

9. Sekarang *Channel YouTube* dan akun *AdSense* sudah terhubung.



10. Lalu, lanjut ke langkah berikutnya, yaitu menentukan preferensi *Monetasi*. Klik tombol **Mulai**.

11. Kalau ingin me-monetasi semua video di *Channel YouTube*, beri keterangan pada **Monetasi semua video yang ada dan mendatang**. Lalu tentukan jenis iklan yang ingin ditampilkan di video nantinya. Jika sudah klik **Simpan**.



12. Pengajuan *Monetasi* akan di-*review* oleh *YouTube*. Nantinya, akan ada pemberitahuan via *e-mail* mengenai pengajuan diterima atau tidak. Lalu, cek video di bagian pengelola video jika monetisasi sudah aktif maka dollarnya berwarna hijau.¹²⁷



¹²⁷Jefferly Helianthusonfri, *Yuk Jadi Youtuber*, Op. Cit., h. 136-138.

F. Pembayaran Sistem *Monetasi YouTube*

Jika akun *AdSense* sudah aktif dan fitur saluran sudah diaktifkan, maka *Youtuber* bisa segera me-*monetasi* video-videonya. Langkah yang perlu dilakukan adalah mengaktifkan status *monetasi* pada setiap video. Berikut ini langkahnya:

1. Setiap kali mengunggah video, pastikan klik tab ***Monetisasi***.
2. Tentukan juga format iklan yang akan ditampilkan di video.
3. Di bagian bawah halaman, juga bisa ditentukan kapan iklan video akan ditampilkan. Jika sudah, simpan pengaturan atau publikasikan videomu seperti biasanya.
4. Untuk video-video lama, tinggal aktifkan pengaturan serupa. Yang perlu dilakukan adalah masuk ke *Creator Studio*, buka menu **Pengelola Video**. Kemudian, klik **Edit** di video yang ingin diaktifkan *monetasi*-nya.

Lalu setelah itu, iklan akan mulai ditampilkan pada video-video yang di-*monetasi*. Sehingga video-video tersebut menghasilkan uang. Untuk melihat pendapatan iklan, dapat masuk ke *Creator Studio*. Setelah itu klik menu **ANALYTICS**, lalu ke sub menu **Pendapatan**.



Selain lewat menu **ANALYTICS** laporan pendapatan juga akan ditampilkan di akun *Google AdSense*. setiap bulan, pendapatan di iklan *YouTube* akan dijumlah. Selanjutnya, laporan akumulasi tersebut disajikan di akun *Google AdSense*, jadi para *YouTuber* bisa cek pendapatan di akun *Google AdSense*.

Semua pendapatan akan diakumulasi di akun *Google AdSense*. Dengan begitu, pendapatan akan dibayarkan saat sudah mencapai ambang batas yang ditentukan oleh *Google AdSense*. Saat ini, ambang batasnya adalah 100 Dollar, kalau dirupiahkan sebesar 1.3 Juta Rupiah. Pembayaran akan dilakukan melalui metode pembayaran yang dipakai pada *Google AdSense*.

Jadi, jika metode pembayaran transfer BANK di *Google AdSense*, maka pendapatannya akan ditransfer ke rekening pengguna. Metode pembayaran lainnya juga dapat melalui *Western Union*.¹²⁸Metode pembayaran dapat dipilih sendiri oleh *YouTuber*. Transfer dana melalui *Western Union* banyak dipilih oleh *YouTuber* Indonesia. Tempat untuk menraik pembayaran juga banyak terdapat di kota-kota besar dan kecil di Indonesia.

Untuk dapat mencairkan dana, *YouTuber* dapat melakukannya, di Kantor POS, BANK, Indomaret, dan tempat lain yang bekerja sama dengan *Western Union*. Agar tidak terjadi kesulitan saat melakukan penarikan uang dari pembayaran *Google*, pengguna harus mengisi data dengan benar sesuai dokumen yang digunakan sebagai rujukan, seperti KTP atau SIM.¹²⁹

¹²⁸*Loc. Cit.*, h. 139-140.

¹²⁹Deny Setyawan, *Op. Cit.*, h. 181-182

G. Perbuatan *YouTuber* yang melanggar Perjanjian dengan *YouTube Partner Program*

Berikut ini adalah pelanggaran yang dilakukan *YouTuber*:

1. Membuat Dan Mengunggah Video Yang Melanggar Hak Cipta

YouTube Copyright Strike adalah kondisi disaat sebuah video terindikasi menggunakan konten yang tidak original milik orang lain. Biasanya video *YouTube* yang melanggar hak cipta tidak bisa di-*monetasi* atau pemilik hak cipta yang dapat me-*monetasi*. Ketika sebuah channel *YouTube* mendapatkan peringatan *Copyright Strike* atau Pelanggaran Hak Cipta pada salah satu video yang diunggahnya, ini artinya sebagian atau seluruh isi dari video tersebut merupakan karya atau properti milik orang lain .

YouTube sendiri memang sangat ketat dalam menjaga agar setiap video yang diunggah kedalam *YouTube* harus konten original atau konten ber hak cipta namun memiliki izin atau lisensi resmi dari pemilik aslinya . Hal tersebut bisa kita lihat dengan adanya sebuah Formulir Permohonan Khusus atau formulir *claim* bagi para pemilik karya cipta yang merasa karyanya dicuri tanpa izin oleh salah satu channel *YouTube* . Pelanggaran hak cipta pada sebuah video *YouTube* biasanya terjadi ketika sebuah video menggunakan lagu ber hak cipta atau jika video tersebut merupakan reupload dari video ber hak cipta. Agar lebih mudah dalam memahami mekanisme dari *Copyright Strike* atau pelanggaran hak cipta di *YouTube*, berikut beberapa contoh kasus pelanggaran hak cipta.

Contoh kasus pertama, Andy memiliki seekor kucing yang lucu, saking lucunya Andy merekam kegiatan binatang peliharaannya tersebut dan berencana untuk mengunggahnya di *YouTube*. Namun karena Andy sedang senang mendengarkan musik *The Chainsmokers* berjudul *Closer*, Andy menjadikan lagu tersebut sebagai *background* atau lagu latar video kucingnya tersebut sebelum mengunggahnya ke *YouTube*. Lagu *Closer* dari *The Chainsmokers* tersebut merupakan lagu ber hak cipta yang sudah hanya boleh didistribusikan di *YouTube* oleh Vevo selaku channel resmi perusahaan rekaman musik tersebut. Akibatnya, Video Andy terkena *Copyright Strike* secara otomatis .

Contoh kasus kedua, Udin sedang menonton TV, tiba-tiba ada sebuah acara yang sangat menarik untuk ditonton. Udin merasa jika video tersebut akan banyak disukai oleh ribuan viewers jika diupload ke *YouTube* . Udin memutuskan untuk mencari rekaman acara TV tersebut di channel resmi milik stasiun TV yang bersangkutan. Setelah mendapatkan video yang dia inginkan , Udin lalu bergegas mengupload ulang video tersebut ke *YouTube* melalui akun pribadinya . Stasiun TV yang bersangkutan mengetahui aktivitas udin tersebut , dan merasa bahwa Udin telah melanggar hak cipta sehingga mereka melaporkan video Udin agar ditindak lanjuti oleh *YouTube*.

Berikut adalah beberapa hal yang biasanya terjadi terhadap sebuah video ketika terindikasi melakukan tindakan pelanggaran hak cipta :

- a) Video di-*mute*, yaitu video tetap ada namun suara atau audio yang melanggar hak cipta dihilangkan.
- b) Video secara permanen di negara tertentu atau seluruh dunia bahkan bisa berimbas kepada penghentian *Channel Youtube* atau disebut *Channel Suspended*
- c) Video dimonetisasi oleh pemilik hak cipta, semua royalti atau penghasilan dari video *YouTube* tersebut menjadi milik pemegang hak cipta .
- d) Statistik video bisa diakses oleh pemilik hak cipta.

Semua tergantung dari kasus pelanggaran hak cipta yang kalian lakukan, biasanya *YouTube* hanya akan melakukan ke empat hal diatas, namun tidak jarang juga pelanggaran hak cipta berujung ke pengadilan dan penggantian rugi.¹³⁰

Untuk pelanggar hak cipta, pelanggaran itu dapat diberikan sanksi oleh pihak *YouTube*, jika ada pemilik hak cipta telah mengirimkan permintaan hukum lengkap dan valid, yang meminta kami untuk menghapusnya. Jika pemilik hak cipta memberi tahu pihak *YouTube* secara resmi bahwa *YouTuber* tidak memiliki izin untuk memposting

¹³⁰Giswara Darusman, "Cara Menghindari *Copyright YouTube* (On-line), tersedia di <https://ngelag.com/cara-menghindari-copyright-youtube/> (diakses ada 22 Juni 2019, pukul 23.50 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

kontennya di situs, maka pihak *YouTube* akan menghapus video yang telah diunggah demi mematuhi undang-undang hak cipta.¹³¹

YouTube, mengerti bahwa orang dapat melakukan kesalahan dan tidak berniat melanggar kebijakan. Itulah sebabnya pelanggaran pertama hanyalah peringatan. Perlu diperhatikan bahwa *YouTuber* akan mendapatkan peringatan sekali. Saat video kembali ditemukan melanggar Pedoman Komunitas, *YouTuber* akan menerima teguran. Teguran pertama, *YouTuber*, tidak akan dapat mengupload video, dan aktivitas lainnya di *YouTube* selama satu minggu. Hak penuh akan dipulihkan secara otomatis setelah satu minggu.

Jika mendapatkan teguran kedua dalam periode 90 hari yang sama dengan teguran pertama, *YouTuber* tidak akan dapat memposting konten selama 2 minggu. Jika tidak ada masalah lebih lanjut, hak penuh akan otomatis dipulihkan setelah 2 minggu, tetap setiap teguran akan berakhir 90 hari setelah dikeluarkan. Jika menerima tiga kali teguran dalam periode 90 hari, *Channel YouTube* akan dihapus secara permanen dari *YouTube*. Perhatikan juga bahwa setiap teguran akan berakhir dalam 90 hari sejak

¹³¹YouTube, "Bantuan YouTube: Dasar-Dasar Teguran Hak Cipta" (On-line) tersedia di <https://support.google.com/youtube/answer/2814000?hl=id> (diakses pada 19 Mei 2019, pukul 23.30 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

dikeluarkan. Dan *YouTuber* tidak akan dapat membuat *Channel YouTube* kembali.¹³²

Di Indonesia setidaknya dilindungi oleh dua Undang-Undang, yakni Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta dan Undang-Undang RI No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Regulasi ini mengatur tentang barang ciptaan, termasuk konten yang dibuat oleh pengguna media sosial. Misalnya, pada Pasal 2 Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta dijelaskan bahwa:

“Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan”.

Sementara pasal 25 Undang-Undang RI No. 11 Tahun 2008 Tentang ITE disebutkan bahwa:

“Informasi Elektronik dan/atau dokumen elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan”.

¹³²YouTube, “Bantuan YouTube: Informasi tentang Teguran Panduan Komunitas (On-line), tersedia di <https://support.google.com/youtube/answer/2802032?hl=id> (diakses pada 19 Mei 201, Pukul 23.40 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Peraturan tersebut, jelas menunjukkan bahwa segala bentuk konten baik teks, video, audio, visual, dan sebagainya, yang ada di media sosial jika merupakan hasil karya, gagasan, dan inovasi sendiri, mendapat perlindungan hukum. Oleh karena itu, tindakan menyalin (*copy-paste*), menyebarkan sebuah konten dari media sosial tanpa izin dari pembuatnya dan terlebih lagi digunakan untuk kepentingan pribadi, merupakan pelanggaran hukum.¹³³

2. Membuat dan Mengunggah Video Ketelanjangan.

Video yang berisi konten ketelanjangan akan dihapus atau dikenai pembatasan usia sehingga hanya pemirsa di atas usia tertentu yang dapat melihat konten tersebut. Video yang berisi ketelanjangan atau konten seksual lainnya dapat diizinkan jika tujuan utamanya adalah pendidikan, dokumenter, ilmiah, atau artistik, dan bukanlah gambar yang serampangan. Misalnya, film dokumenter tentang kanker payudara dianggap pantas, tapi mengespos klip yang tak ada hubungannya dengan film dokumenter tersebut, tidak diperbolehkan.

Jika melanggar kebijakan tersebut, *YouTube* akan menghapus konten tersebut dan mengirimkan email pemberitahuan kepada pemilik *Channel*. Jika pemilik *Channel*, pertama kalinya memposting konten yang melanggar Pedoman Komunitas, *Channel* tersebut akan mendapatkan peringatan tanpa penalti. Jika sudah pernah melakukan pelanggaran,

¹³³Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017, h. 184-185).

Channel tersebut akan mendapatkan teguran pertama. Channel akan dihentikan jika menerima teguran hingga tiga kali.¹³⁴

3. Membuat dan Mengunggah Video Kekerasan.

Konten kekerasan atau mengerikan yang ditujukan untuk mengejutkan atau membuat penonton merasa jijik, atau konten yang mengajak orang lain untuk melakukan tindakan kekerasan tidak diizinkan di *YouTube*. Jika pengguna *YouTube*, menemukan beberapa video, komentar, atau channel pengguna yang ingin dilaporkan, dapat mengunjungi fitur pelaporan yang dapat digunakan untuk mengirimkan keluhan yang lebih mendetail.

Jangan memposting konten di *YouTube* jika memenuhi salah satu deskripsi di bawah ini.

- a) Menghasut orang lain untuk melakukan tindakan kekerasan terhadap seseorang atau kelompok orang tertentu
- b) Perkelahian yang melibatkan anak di bawah umur
- c) Rekaman, audio, atau gambar yang menampilkan kecelakaan di jalan, bencana alam, dampak perang, akibat serangan teroris, perkelahian jalanan, serangan fisik, serangan seksual, korban untuk persembahan, penyiksaan, mayat, protes atau kerusuhan,

¹³⁴YouTube, “Bantuan YouTube: Kebijakan terkait Konten Ketenjangan dan Seksual” (Online), tersedia di https://support.google.com/youtube/answer/2802002?hl=id&ref_topic=2803176 (diakses pada 23 Juni 2019, pukul 01.45 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

perampokan, prosedur medis, atau skenario lain yang dimaksudkan untuk mengejutkan atau menimbulkan perasaan jijik kepada penonton

- d) Rekaman video atau gambar yang memperlihatkan cairan tubuh, seperti darah atau muntah, dengan tujuan mengejutkan atau menimbulkan perasaan jijik kepada penonton
- e) Konten yang menampilkan penyiksaan yang dilakukan secara sengaja terhadap hewan sehingga mengakibatkan hewan menderita
- f) Konten yang menampilkan hewan yang dipaksa bertarung oleh manusia
- g) Rekaman hasil dramatisasi atau fiktif apa pun yang tercantum di atas tanpa konteks yang cukup bagi penonton untuk menentukan apakah rekaman tersebut adalah dramatisasi atau

Berikut adalah beberapa contoh konten yang dilarang di YouTube.

- a) Mendorong orang lain untuk menuju ke suatu tempat dan melakukan kekerasan, melakukan kekerasan pada waktu tertentu, atau menargetkan kekerasan terhadap seseorang atau kelompok
- b) Ponsel, kamera dasbor, atau rekaman CCTV yang menunjukkan korban luka atau tewas dalam kecelakaan di jalan, disertai dengan judul seperti "Kecelakaan ugali-ugali" atau "Peringatan: Banyak darah"

Jikamelanggar kebijakan tersebut, *YouTube* akan menghapus konten tersebut dan mengirimkan email pemberitahuan kepada pemilik *Channel*. Jika pemilik *Channel*, pertama kalinya memposting konten yang melanggar Pedoman Komunitas, *Channel* tersebut akan mendapatkan peringatan tanpa penalti. Jika sudah pernah melakukan pelanggaran, *Channel* tersebut akan mendapatkan teguran pertama. *Channel* akan dihentikan jika menerima teguran hingga tiga kali.¹³⁵

4. Membeli *Subscriber* (Pelanggan) dari pihak ketiga atau disebut *Subscriber spam*.

Jumlah pengguna yang telah subscribe ke *Channel YouTube* seseorang, mencerminkan jumlah orang yang mengikuti. Jumlah subscriber yang ditampilkan di lokasi berikut diperbarui secara real time, yaitu dari: halaman *Channel*, pengalih akun, halaman tonton video, serta dari situs dan aplikasi pihak ketiga yang menggunakan *API Data YouTube*.

YouTube secara berkala memverifikasi keabsahan akun dan tindakan di *Channel YouTube*. Ini dilakukan untuk memastikan Situs bebas dari spam, penyalahgunaan, serta akun yang ditutup, agar *YouTube* tetap menjadi tempat yang adil bagi semua penggunanya. Sangat penting bagi *YouTuber* untuk menjaga validitas jumlah *subscriber*, untuk memastikan bahwa peningkatan jumlah *subscriber* terjadi karena

¹³⁵YouTube, “Bantuan YouTube: Kebijakan terkait Konten Kekerasan dan Vulgar” (On-line), tersedia di https://support.google.com/youtube/answer/2802008?hl=id&ref_topic=2803176 (diakses pada 23 Juni 2019, pukul 01.48 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

membangun komunitas dari penggemar sejati, yang akan terus menonton dan mendukung *YouTuber*. Akun yang ditutup serta subscriber yang teridentifikasi sebagai spam tidak akan disertakan dalam penghitungan jumlah total subscriber, dan tidak akan ditampilkan di daftar *subscriber*. Karena ini adalah tindakan buatan, menghapusnya tidak memengaruhi penayangan atau waktu tayang.

YouTube, percaya bahwa mengembangkan *Channel* harus dilakukan dengan menciptakan konten berkualitas yang menarik penonton untuk subscribe, bukan melalui pertukaran buatan atau terkoordinasi. Penawaran untuk subscribe ke *Channel YouTuber* lain sebagai pertukaran untuk subscribe ke *Channel* milik sendiri, juga disebut "*Sub4Sub*", tidak diperbolehkan. *YouTuber* yang menawarkan pertukaran seperti ini berisiko kehilangan jumlah *subscriber*, menerima teguran Persyaratan Penggunaan, atau bahkan *channel*nya akan dihentikan. Selain itu, layanan yang mencoba meningkatkan jumlah subscriber YouTube melalui cara otomatis atau marketplace, juga dinilai melanggar pedoman komunitas *YouTube*.¹³⁶

¹³⁶YouTube, "Bantuan YouTube: Jumlah Subscriber" (On-line), tersedia di <https://support.google.com/youtube/answer/6051134?hl=id> (diakses pada 20 Mei 2019, pukul 00.10 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

BAB IV

ANALISIS SISTEM *MONETASI YOUTUBE*

A. Analisis Pelaksanaan Kerjasama Dalam Sistem *Monetasi YouTube* antara *YouTuber* dan pihak *YouTube Partner Program*

Pergeseran zaman yang disebabkan oleh perkembangan teknologi yang pesat menjadi faktor yang dapat mempengaruhi tradisi masyarakat. Bahkan termasuk minat dalam berkarier pada generasi muda saat ini. Sebelumnya, anak-anak kecil akan bangga ketika ditanya mengenai cita-cita mereka dan menjawab ingin menjadi Dokter, TNI, Polisi, Pilot, dan profesi lainnya. Saat ini banyak anak-anak yang ditanya cita-citanya, mereka akan menjawab ingin jadi *YouTuber*. Hal ini karena penghasilan seorang *YouTuber* tidak sedikit dan dapat menjamin mereka untuk tetap eksis dan dikenal, serta dapat menjamin hidup mereka. Pilihan karier ini membuat mereka lebih terkenal dibandingkan menjadi Dokter. Tentu saja, hal ini dikarenakan oleh berbagai faktor, termasuk perubahan dari teknologi dan pola pemikiran.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi semua pilihan karier saat ini. Terlebih lagi sekarang terdapat fenomena bahwa menjadi terkenal akan memudahkan mereka mendapatkan uang. Ada juga faktor lain, seperti ingin memanfaatkan kemudahan akan akses media sosial. Atau bahkan mereka ingin menjadi bagian dari proses berbagai pengembangan teknologi. Namun, bukan hanya itu yang mengakibatkan bergesernya minat karier ini, tetapi juga tingkat popularitas dan juga penghasilan yang sangat menjanjikan. Para *Youtuber* bisa menghasilkan uang jutaan hingga miliaran. Hal tersebut kini

tengah menjadi tren dan membuat banyak orang berlomba-lomba untuk menjadi terkenal.

YouTube adalah salah satu media sosial, yang memungkinkan para penggunanya menonton, mengunggah, dan berbagi video. Semenjak dibeli oleh *Google*, *YouTube* menjadi salah satu bisnis iklan yang menjanjikan bagi *Google*. *YouTube* yang saat ini berada di peringkat nomor tiga internet dunia, dikunjungi hampir 1 miliar orang setiap bulan. Jumlah video yang diunggah pun sangat fantastis. Dari segi iklan, sudah jutaan *YouTuber* atau disebut juga penayang iklan (*Publisher*) yang menjadi partner dari *Youtube Partner Program* dengan memasang iklan di video mereka. Demikian juga pemasang iklan di *YouTube*, jumlahnya mencapai jutaan *advertiser*. Jumlah uang yang digunakan untuk memasang iklan di *YouTube* mencapai ratusan juta Dollar. Dari hal tersebut, kesempatan untuk para *YouTuber* mendapatkan uang dari *YouTube* sangatlah besar. Jika, mereka serius mendalami bisnis ini maka pundi-pundi uang akan mengalir ke kantong mereka, bahkan saat mereka sedang tidur.

Banyak *channel-channel* *YouTube* yang memiliki banyak *subscriber* atau bisa juga disebut *follower*, hingga para pemiliknya menjadi terkenal di dunia nyata dan menjadi idola. Seperti Atta Halilintar yang sudah mempunyai 14 juta *Subscriber*, ini merupakan jumlah *Subscriber* terbesar se-Asia Tenggara, dengan jumlah penonton hingga mencapai ratusan juta orang dari 413 video yang diunggahnya. Pemilik nama lengkap Muhammad Attamimi Halilintar ini sangat konsisten dalam menyuguhkan konten-konten yang

menjadi andalannya berupa *social prank* hingga berkunjung ke rumah-rumah kalangan artis untuk melihat-lihat isi rumahnya. Walau videonya terbilang sederhana tapi Atta berhasil meraup penghasilan sebesar 633 jutaRupiah hingga 10,1 MiliarRupiah per bulannya.

Ada juga Ria Ricis dengan *Channel YouTube* Ricis Official, dengan 12 juta Subscriber, dengan jumlah penontonnya bisa mencapai ratusan juta dari 469 video dan. Dengan jumlah penonton dan pengikut sebanyak itu, bisa diperkirakan bahwa Ricis bisa mendapatkan penghasilan bulanannya bisa mencapai 363 Juta Rupiah- 5,8 Miliar Rupiah. Dan masih banyak lagi *Youtuber-Youtuber* sukses yang berasal dari Indonesia dan luar negeri yang menjadi motivasi orang lain untuk menjadi seorang *Youtuber*, dengan motivasinya masing-masing mulai dari ingin terkenal sampai menjadikannya sebagai ladang penghasilan.

Untuk dapat me-*monetasi* video mereka, para *Youtuber* bergabung dengan *YouTube Partner Program*. Ada dua macam *YouTube Partner Program*, yaitu *Google AdSense* dan *MCN (Multi Channel Network)*. *Google AdSense* adalah program periklanan yang disediakan oleh Google, dan para *Youtuber* harus menaati peraturan yang dibuat oleh *Google AdSense*. Sedangkan *MCN (Multi Channel Network)* adalah jenis *networkYouTube* yang berdiri sendiri, artinya jaringan ini memiliki kendali penuh pada akses manajemen jaringan.

Google AdSense di *YouTube* sama dengan yang ada di *website*. Bedanya adalah iklan yang muncul berada di dalam video. Setiap jumlah tayangan,

lama durasi dan jumlah klik menjadi penentu bagian pembayaran untuk pemasang video. Untuk bergabung dengan *Google AdSense* seseorang harus mempunyai akun *Google* setelah itu mereka diharuskan menyetujui semua persyaratan yang disampaikan *YouTube* dengan meng-klik **Setuju** semua peraturannya. *Google AdSense* di *YouTube* menggunakan sistem CPM yaitu singkatan dari *Cost per Mille*, atau biasa dipahami dengan istilah penghasilan yang didapat untuk 1.000 penayangan. Jumlah CPM dapat bervariasi, tidak sama setiap kasus dan tempat yakni domisili *Youtuber*. Namun dari *Googling* CPM di Indonesia dapat diambil kisaran antara 0.3 hingga 0.8 Dollar. Jika dirata-rata CPM yang didapat *Youtuber* sebesar 0.5 Dollar, maka setiap video yang sudah ditonton 1.000 kali, *Youtuber* berhak mengantongi uang sebesar Rp. 6.750 dengan kurs 1 Dollar sebesar Rp. 13.500. Maka jika sudah mendapat total penayangan 1.000.000 kali, maka pendapatan *Youtuber* dapat mencapai Rp.6.750.000. Namun agar dapat mencairkan penghasilan dari *YouTube* atau *Monetasi*, ada ambang batasnya yaitu ketika *Channel YouTube* seseorang telah mencapai penghasilan 100 Dollar atau senilai 1.3 Juta Rupiah.

Cara lain untuk *me-monetasi* video di *YouTube* adalah melalui MCN. MCN adalah jenis network *YouTube* yang berdiri sendiri, artinya jaringan ini memiliki kendali penuh pada akses manajemen jaringannya. Namun dalam perkembangannya para *Youtuber* lebih banyak memilih bergabung dengan *Google AdSense*. Hal ini dikarenakan, banyaknya kerugian yang didapat ketika bergabung dengan MCN, seperti yang sudah dijelaskan diatas.

Namun dalam praktiknya banyak *YouTuber* yang melakukan pelanggaran komunitas *YouTube* yang telah disepakati saat awal melakukan perjanjian seperti yang telah dijelaskan diatas yakni seperti, melanggar hak cipta, membuat dan mengunggah video yang berisi kekerasan atau ketelanjangan, serta melakukan *Subscriber spam*, dan pihak *YouTube* akan melakukan berbagai teguran seperti tidak dapat mengunggah video, dan aktivitas lain di *YouTube* dalam jangka waktu tertentu, bahkan pihak *YouTube* tidak segan-segan menghapus *Channel YouTube* yang tetap melakukan pelanggaran.

B. Analisis Hukum Islam terhadap Sistem *Monetasi YouTube*

SyirkahAbdan, adalah suatu bentuk kerjasama antara dua orang atau lebih untuk mengerjakan suatu bentuk kerjasama antara dua orang atau lebih untuk mengerjakan suatu pekerjaan bersama-sama, dan upah kerjanya dibagi antara mereka sesuai dengan persyaratan yang telah disepakati.

Contohnya, misalnya tukang kayu, tukang batu, tukang keramik, dan tukang besi berserikat untuk melakukan suatu pekerjaan membangun gedung sekolah, rumah, hotel, dan lain sebagainya. Dalam perserikatan ini, tidak disyaratkan kesamaan profesi atau keahlian, tetapi boleh berbeda profesi. Namun, disyaratkan bahwa pekerjaan yang dilakukan merupakan pekerjaan halal. Tidak boleh berupa pekerjaan yang haram.

Menurut Malikiyah, Hanafiyah, Hanabilah, dan Zaidiah, *Syirkah Abdan* hukumnya boleh dari tolong-menolong antar sesama, selama tidak menyalahi hukum syara`.

Dari konsep perjanjian tersebut, maka akad yang terjadi antara *YouTuber* dan *YouTube Partner Program*, berupa akad untuk bekerjasama mengiklankan suatu produk termasuk kedalam konsep *Syirkah Abdan*. Perjanjian ini melibatkan dua pihak yaitu *YouTuber* sebagai pelaksana untuk mengiklankan suatu produk dengan pihak *Youtube Partner Program* selaku pihak yang memberikan iklan. *YouTuber* akan mendapatkan penghasilannya, dari sitem bagi hasil dengan pihak *YouTube Partner Program* sesuai kebijakan yang telah ditentukan.

Jika, sudah bergabung dengan *YouTube Partner Program*, *YouTuber* hanya bertugas untuk memasang iklan di setiap video yang diunggahnya di *Channel YouTube*-nya, dan selebihnya mempromosikan sendiri *Channel YouTube*-nya agar mendapat banyak penonton dan *Subscriber*. Lalu, pihak *YouTube Partner Program* yang akan mengelola penghasilan yang didapat dari setiap videonya, setelah mencapai ambang batas pencairan, maka *YouTuber* dapat melakukan pencairan penghasilan atau disebut *Monetasi*.

Akad kerjasama yang terjadi antara *YouTuber* dan *YouTube Partner Program* dalam Sistem *Monetasi YouTube*, antara lain:

1. *Shighat Ijab Qabul*

Dalam kerjasama ini, *ijab qabul*-nya menggunakan cara tertulis dengan sistem meng-*klik* atau menyetujui persyaratan yang diberikan oleh *YouTube Partner Program* saat akan bergabung. *YouTuber* menyetujui persyaratan yang dibuat oleh pihak *YouTube Partner Program*, tersebut secara sadar dan sesuai dengan kemampuannya. Menurut Hukum

Ekonomi Islam, hal tersebut dibolehkan, karena pada dasarnya setiap akad harus dilaksanakan oleh semua pihak sesuai kesepakatan yang ditetapkan oleh yang melakukan kerjasama agar tidak terjadi cidera janji. Menurut KUHPdt perjanjian yang dilakkan dalam sistem monetasi *YouTube* disebut Perjanjian Elektronik dan perjanjian tersebut diperbolehkan karena sesuai dengan ketentuan perjanjian di dalam Pasal 1320 KUHPdt.

2. Para Pihak yang Melakukan Akad

Pada kerjasama ini satu pihak selaku pengiklan yaitu *Youtuber*, dan satu pihak selaku penyedia iklan yaitu *YouTube Partner Program*. Sebagai pengiklan, *Youtuber* hanya akan mendapatkan uang apabila, mendapatkan banyak penonton pada video di *Channel YouTube*, tanpa melompati iklan yang dipasang. Lalu tugas *YouTube Partner Program*, yaitu mencari pengiklan sebanyak-banyaknya dan iklan-iklan tersebut diteruskan kepada mitra-mitranya yaitu *Youtuber* yang meyepakati kerjasama tersebut.

Dengan sistem kerja tersebut, telah terjadilah pembagian kerja yang jelas antara kedua belah pihak, sehingga dari sistem kerja yang dijalankan keduanya maka akan menghasilkan keuntungan. Pembagian keuntungan *Youtuber* dengan pihak *YouTube Partner Program*, yaitu ada yang 70:30, ada juga yang 80:20. Dan itu sudah sesuai ketentuan yang telah dibuat oleh pihak *YouTube Partner Program*, dan telah disetujui oleh para *Youtuber*, maka hal itu diperbolehkan dalam Islam karena ada kerelaan dari kedua belah pihak.

3. Objek Akad

Objek akad dalam kerjasama sistem *Monetasi YouTube* antara *Youtuber* dan *YouTube Partner Program* tersebut adalah iklan dari sebuah produk. Dalam sistem kerjanya, *Youtuber* memiliki tugas pokok untuk mengiklankan produk dari perusahaan atau perorangan penyedia iklan. Sehingga kemampuan *Youtuber* mendatangkan banyak penonton dan *Subscriber* di *Channel YouTube*-nya tersebut adalah modal utama dalam kerjasama ini. Maka dari itu, kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh *Youtuber* dalam menjalankan kerjasama ini, pihak *YouTube Partner Program* dapat memberikan peringatan atau bahkan memutuskan kontrak kerjasamanya.

Keridhaan dalam transaksi adalah prinsip. Maka dari itu, transaksi barulah akan sah, apabila didasarkan pada ridha keduanya.

Dalam QS. An-Nisa (4) ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Ayat diatas menunjukkan, bahwa dalam melakukan suatu perikatan hendaklah atas dasar suka sama suka atau sukarela. Tidaklah dibenarkan

bahwa suatu perbuatan muamalah, dilakukan dengan pemaksaan ataupun penipuan. Jika hal ini terjadi, dapat membatalkan perikatan tersebut.

Kaidah ini adalah sebuah kaidah umum yang menunjukkan bahwa semua bentuk transaksi yang dilaksanakan berdasarkan rasa suka sama suka maka itu diperbolehkan selagi tidak terdapat larangan dari Allah dan Rasul. Namun jika bertentangan dengan larangan dari Allah dan Rasul, meskipun dilaksanakan atas dasar suka sama suka maka itu jelas terlarang.

Perjanjian yang dilakukan oleh *YouTuber* dan pihak *YouTube Partner Program*, adalah dengan keridhaan dari *YouTuber* dengan menyetujui persyaratan yang dibuat oleh *YouTube Partner Program* dengan mengklik **Setuju** semua peraturannya. Dalam hal ini, hukum Islam membolehkan bergabung dengan *YouTube Partner Program*, setelah memastikan bersihnya berbagai situs yang diiklankan dari hal-hal yang haram, seperti iklan rokok, minuman keras, dan sebagainya. Karena tidak diperbolehkan mengumumkan, mengiklankan, dan membantu menyebarkan kemungkaran.

Jika memang, dalam prakteknya para *YouTuber* dapat memastikan iklan-iklan yang disajikan oleh pihak *YouTube Partner Program*, bersih dari segala sesuatu yang dilarang dan bertentangan dengan ajaran dan syariat Islam maka diperbolehkan untuk menjalankan kerjasama tersebut. Tetapi, jika dalam perkembangannya, terdapat hal-hal yang bertentangan dengan syariat Islam tetap muncul di situs iklan video mereka, maka wajib bagi seorang *YouTuber* tersebut memutuskan kerjasamanya dengan pihak *YouTube Partner Program*.

Namun dalam praktiknya banyak sekali *YouTuber* yang melakukan perbuatan yang melanggar perjanjian dengan pihak *YouTube*, seperti melanggar hak cipta, membuat dan mengunggah video yang berisi kekerasan atau ketelanjangan, serta melakukan *Subscriber spam*.

Pelanggaran hak cipta yang kerap dilanggar oleh para pemilik akun *YouTube*, seperti mengunggah video yang berisi musik yang dibeli di situs musik, atau video yang direkam dari televisi, mengedit kompilasi video yang dibuat oleh orang lain tanpa izin, dsb. Untuk kasus pelanggaran hak cipta, jika ada pihak yang dirugikan melaporkannya secara patut ke pihak *YouTube*, maka pemilik akun *YouTube* yang melanggar hak cipta, dapat dikenakan sanksi oleh *YouTube*. Namun jika tidak ada yang melaporkannya maka video yang sudah diunggah, tidak akan dikenakan sanksi seperti video dihapus, bahkan *YouTuber* tersebut dapat *monetasi* videonya, dan pundi-pundi rupiah tetap masuk ke kantong pribadi mereka.

Akan tetapi, penghasilan yang dihasilkan dari cara itu menjadi haram hukumnya, karena *YouTuber* tersebut melanggar perjanjian atau akad yang telah dibuat dengan pihak *YouTube*, di sisi lain secara tidak langsung mereka mengambil harta pemilik hak cipta, yang kontennya digunakan oleh mereka. Dengan kata lain mereka mencuri hasil karya orang lain. Seperti yang kita ketahui mencuri adalah perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT, karena mengambil harta orang lain dengan cara yang *batil*.

Dalam hukum positif pun para *YouTuber* yang melakukan Pelanggaran Hak Cipta (*Copyright Strike*) dapat dikenakan sanksi, karena karya seseorang

dilindungi oleh dua Undang-Undang, yakni Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta dan Undang-Undang RI No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Regulasi ini mengatur tentang barang ciptaan, termasuk konten yang dibuat oleh pengguna media sosial.

Peraturan tersebut, jelas menunjukkan bahwa segala bentuk konten baik teks, video, audio, visual, dan sebagainya, yang ada di media sosial jika merupakan hasil karya, gagasan, dan inovasi sendiri, mendapat perlindungan hukum. Oleh karena itu, tindakan menyalin (*copy-paste*), menyebarkan sebuah konten dari media sosial tanpa izin dari pembuatnya dan terlebih lagi digunakan untuk kepentingan pribadi, merupakan pelanggaran hukum.

YouTube, yang mengunggah video berupa kekerasan atau ketelanjangan pun, ada yang lolos dari pengawasan *YouTube*, penghasilan yang mereka hasilkan dari *monetasi* video tersebut pun menjadi haram, dikarenakan dari video itu mereka mengajak dan mengajarkan seseorang untuk berbuat kemungkaran, dan melakukan perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT. Seharusnya sebagai sesama muslim, diwajibkan untuk mengajak orang kepada kebaikan dan melarang untuk berbuat kemungkaran.

Dalam sebuah hadits, menjelaskan bahwa orang yang memberi teladan perbuatan baik, maka ia akan mendapatkan pahala orang yang mengikutinya sampai hari kiamat. Dan orang yang memberikan contoh perbuatan buruk,

kejelekan, kemungkarannya, dan kesesatan maka ia mendapat dosa orang yang mengikutinya. Jadi, jika *YouTuber* yang mengunggah video berisi kekerasan, ketelanjangan, dan video lain yang mengajak melakukan perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT., videonya dilihat oleh banyak orang, dan dipraktikkan oleh banyak orang maka ia akan menanggung semua dosa penonton videonya tersebut.

Dan yang terakhir *YouTuber* yang melakukan *Subscriber spam*, penghasilan yang mereka hasilkan pun menjadi haram karena mereka menggunakan cara curang agar menambah jumlah *Subscriber* mereka, dan dapat membuat penghasilan mereka lebih besar dari sebelumnya. Padahal perbuatan curang sangat dibenci oleh Allah dan akan mendapat siksa yang pedih di akhirat kelak.

Kesimpulannya, sebenarnya Islam menghalalkan melakukan perjanjian atau akad dengan *YouTube Partner Program* dalam Sistem Monetasi *YouTube*, asalkan sesuai dengan dengan kaidah Islam dan tidak melanggar pedoman Komunitas *YouTube*. Namun, dalam praktiknya banyak *YouTuber*, yang tidak mengindahkan hal tersebut, dengan melanggar hak cipta, membuat dan mengunggah video berisi kekerasan, dan ketelanjangan, serta melakukan *Subscriber Spam*, maka penghasilan yang didapatkannya menjadi haram. Karena melanggar perjanjian dengan pihak *YouTube*, dan pedoman komunitas *YouTube*, serta melanggar syariat Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian pembahasan di atas, peneliti dapat menyimpulkan:

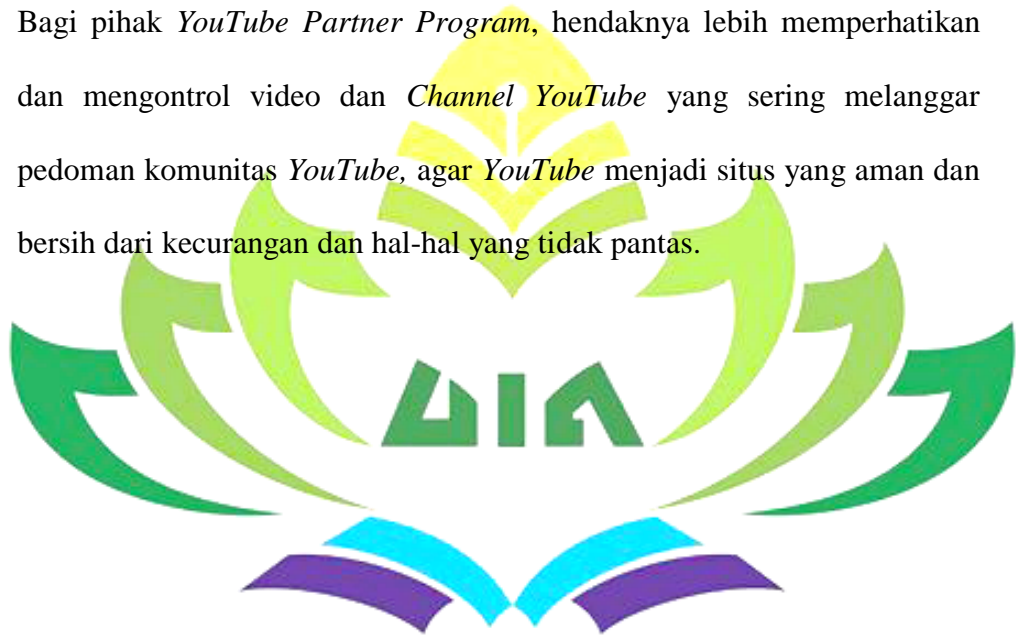
1. Cara untuk menghasilkan uang dari *YouTube* atau disebut sistem *Monetasi*, mengharuskan para *YouTuber* melakukan perjanjian kerjasama dengan pihak *YouTube Partner Program*, dengan cara menyetujui segala peraturan yang dibuat dengan meng-klik kata Setuju. Namun dalam praktiknya banyak *YouTuber* yang melakukan pelanggaran komunitas *YouTube* yang telah disepakati saat awal melakukan perjanjian seperti yang telah dijelaskan diatas yakni seperti, melanggar hak cipta, membuat dan mengunggah video yang berisi kekerasan atau ketelanjangan, serta melakukan *Subscriber spam*, dan pihak *YouTube* akan melakukan berbagai teguran seperti tidak dapat mengunggah video, dan aktivitas lain di *YouTube* dalam jangka waktu tertentu, bahkan pihak *YouTube* tidak segan-segan menghapus *Channel YouTube* yang tetap melakukan pelanggaran.
2. Analisis hukum Islam terhadap sistem *Monetasi YouTube* antara *YouTuber* dan pihak *YouTube Partner Program*, yaitu tidak dibolehkan jika *YouTuber* melakukan pelanggaran komunitas *Youtube*, dan syariat Islam seperti melakukan melanggar hak cipta, membuat dan mengunggah video yang berisi kekerasan atau

ketelanjangan, serta melakukan *Subscriber spam*, dan penghasilan yang didapat pun menjadi haram.

B. Saran

Adapun, saran-saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Bagi *YouTuber*, hendaknya mematuhi peraturan yang telah disepakati, oleh pihak *YouTube* agar tidak mendapatkan teguran dari *YouTube*, dan agar penghasilan yang didapat pun mejnjadi halal.
2. Bagi pihak *YouTube Partner Program*, hendaknya lebih memperhatikan dan mengontrol video dan *Channel YouTube* yang sering melanggar pedoman komunitas *YouTube*, agar *YouTube* menjadi situs yang aman dan bersih dari kecurangan dan hal-hal yang tidak pantas.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Asqani, Ibnu Hajar. *Bulughul Maram Min Adillatil Ahkam*, Surabaya: Maktabah Imarotullah
- Al-Asqani, Ibnu Hajar. 2012, *Bulughul Maram Min Adillatil Ahkam, Terjemahan Asep M. Abdullah Jinan*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Alamsyah, Fahriza, SmitDev Community. 2008, *Easy Money from Internet Meraih Penghasilan dengan Google AdSense*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ashofha, Burhan. 2013, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Departemen Agama RI. 2015, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung Diponegoro
- Departemen Pendidikan Nasional. 2011, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Djamil, Fathurrahman, 2001. *Hukum Perjanjian Syariah dalam Kompilasi Hukum Perikatan Oleh Mariam Darus Badrul Zaman*, Bandung: PT. Cipta Adiya Bhakti.
- Enterprise, Jubilee. 2018, *Kitab Youtuber*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Enterprise, Jubilee. 2008, *Google AdSense untuk Pemula*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Fauzia, Ika Yunia. 2014, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana.
- Hadi, Sutrisno. 1981, *Metode Research Jilid 1*, Yogyakarta: Yayasan Penerbit, Fakultas Psikologi UGM.
- Helianthusonfri, Jefferly. 2018, *Passive Income dari Google AdSense*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Helianthusonfri, Jefferly. 2018, *Yuk Jadi Youtuber*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hidayat, Enang. 2016, *Transaksi Ekonomi Syariah*, Bandung: Rosda.
- Kartono, Kartini. 1999, *Pengantar Metodologi Research*, Bandung: Sosial Mandar Maju.

- Ja'far, Khumed.2016, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, B. Lampung: Permatanet Publishing.
- Kindarto, Asdani. 2018, *Belajar Sendiri YouTube*, Jakarta:PT Elex Media Komputindo.
- Mardani.2015, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, Jakarta: Prenamedia Group.
- Makarim, Edmon, 2016, *Notaris dan Transaksi Elektronik, Kajian Hukum tentang Cybernotary atau Elektronik Notary*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Moeleong J Lexy. 2001, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Muhammad, Abdul Kadir, 2014,*Hukum Perdata Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Narbuko Cholid danAchmadi, Abu.2015, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT.BumiAksara.
- Nasrullah, Rulli. 2017, *Media Sosial*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, Moh. 2014, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rozalinda, 2016, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada.
- Sahroni, Oni dan M. Hasanuddin.2016, *Fiqh Muamalah: Dinamika Teori Akad DanImplementasinya Dalam Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Saleh, Noer danMusanet.1989, *Pedoman Membuat Skripsi*, Jakarta: Gunung Agung.
- Setyawan, Denny. 2016, *Rahasia Mendapat Dollar dari YouTube*, Jakarta:PT Elex MediaKomputindo.
- Sholihin, Ahmad, Ifhan. 2010,*Buku Pintar Ekonomi Syari'ah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suhendi, Hendi. 2014,*Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014.
- Susiadi. 2015,*Metode Penelitian*, Lampung: PusatPenelitiandanPenerbitan LP2M InstitutAgama Islam NegeriRadenIntan Lampung.
- Syafe'i, Rachmat. 2000, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Cv Pustaka Setia.

Syafe'i, Rachmat, 2001, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia Bandung.

Syah, Ismail Muhammad. 1999, *Filsafat Hukum Islam*, Jakarta: Bumi Aksara.

Tika, Muhammad Pabundu. 2006, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara.

Tim Redaksi BIP, 2017, *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.

Jurnal

Eribka Ruthellia D., Sondakh, Mariam. dan Harilama, Stefi. *Pengaruh Konten Vlog terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa FISIP Universitas Sam Ratulangi*. e-journal "Acta Diurna" Volume VI No. 1 Tahun 2007 (On-line). Tersedia di <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/view/15479> (diakses pada 01 Februari 2019, pukul. 21.30 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Ghofur, Ruslan Abdul. *Konstruksi Akad dalam Pengembangan Produk Perbankan Syariah di Indonesia*. Al-Adalah Vol XII, No. 3, Juni 2015. (On-line). Tersedia di <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/203> (diakses pada 22 April 2019, pukul 23.30 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Rachmawati, Eka Nuraini. dan Ab Mumin bin Ab Ghani. *Akad Jual Beli dalam Perspektif Fikih dan Praktiknya di Pasar Modal Indonesia*. Al-Adalah, Vol.12, No. 4, Desember 2015. (On-line). Tersedia di <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/214> (diakses pada 22 April 2019, pukul 22.30 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Rohman, Abdur. *Analisis Penerapan Akad Ju'alah dalam Multi Level Marketing (MLM) Studi atas Marketing Plan www.Jamaher.Network*, Al-Adalah Vol. XIII, No. 2, Desember, 2016. (On-line). Tersedia di <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/1856> (diakses pada 20 April 2019, pukul 15.10 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Yusup, Deni K. *Peran Notaris dalam Praktik Perjanjian Bisnis di Perbankan Syariah Tinjauan Dari Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. Al-Adalah Vol. XII, No. 4, Desember 2015.

(On-line). Tersedia di <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/view/208> (diakses pada 20 April 2019, pukul 17.00 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Internet

Anakkost.TV,. “3 MCN Terbaik YouTube dan Cara Daftarnya. (On-line), tersedia di <https://www.anakkost.tv/daftar-mcn-youtube/> (diakses pada 22 April 2019, pukul 10.13 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Darusman, Giswara. “Cara Menghindari *Copyright YouTube* (On-line), tersedia di <https://ngelag.com/cara-menghindari-copyright-youtube/> (diakses pada 22 Juni 2019, pukul 23.50 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Purwoko, Satria Aji. “Cara Mudah Membuat Channel YouTube, Bisa Bikin Kaya” (On-line), tersedia di <https://jalantikus.com/tips/cara-membuat-channel-youtube/> (diakses pada 23 April 2019, pukul 10.33), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

YouTube, “Bantuan YouTube: Dasar-Dasar Teguran Hak Cipta” (On-line), tersedia di <https://support.google.com/youtube/answer/2814000?hl=id> (diakses pada 19 Mei 2019, pukul 23.30 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

YouTube, “Bantuan YouTube: Informasi tentang Teguran Panduan Komunitas (On-line), tersedia di <https://support.google.com/youtube/answer/2802032?hl=id> (diakses pada 19 Mei 2019, pukul 23.40 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

YouTube, “Bantuan YouTube: Jumlah Subscriber” (On-line), tersedia di <https://support.google.com/youtube/answer/6051134?hl=id> (diakses pada 20 Mei 2019, pukul 00.10 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

YouTube, “Bantuan YouTube: Ringkasan, Checklist Pengajuan & Faq Program Partner *YouTube*” (On-line), tersedia di <https://support.google.com/youtube/answer/72851> (diakses pada 01 Juli 2019, pukul 23.51 WIB), dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.