

Hukum Ekonomi Syariah; Tinjauan Akad Bisnis youtuber dalam Perspektif Hukum Islam

Yusratun Nafila

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: nafilayusratun@gmail.com

Kata Kunci:

Akad, Youtuber, Hukum, Ekonomi, Islam

Keywords:

Contract, Youtuber, Law, Economic, Islamic

ABSTRAK

Era digital membawa perubahan signifikan, termasuk peluang bagi individu untuk mendapatkan penghasilan melalui platform media sosial seperti YouTube. YouTuber, atau kreator konten, memperoleh pendapatan dari iklan, sponsorship, dan program monetisasi. Namun, bagi kreator Muslim, aktivitas bisnis harus sesuai dengan prinsip syariah, yang menjunjung keadilan, transparansi, dan kehalalan serta menghindari unsur gharar (ketidakpastian) dan riba (bunga). Penelitian ini mengkaji struktur akad dalam praktik bisnis YouTuber dari perspektif Islam. Terdapat tiga jenis akad utama: iklan dan sponsorship, monetisasi konten, serta endorsement. Setiap jenis memiliki pertimbangan khusus untuk memastikan kesesuaian dengan hukum Islam. Misalnya, kontrak iklan harus menjamin produk atau jasa yang dipromosikan halal, sedangkan sponsorship harus memiliki kejelasan mengenai syarat, durasi, dan imbalan. Monetisasi bergantung pada pembagian pendapatan yang adil antara YouTube, pengiklan, dan kreator, tanpa unsur ketidakpastian. Analisis menyoroti tantangan kepatuhan syariah, seperti mekanisme pembagian pendapatan yang tidak jelas atau adanya elemen haram dalam iklan. Rekomendasi mencakup penyusunan kontrak yang jelas dan memanfaatkan fitur platform untuk menyaring iklan yang sesuai syariah.. Studi ini menegaskan pentingnya transparansi, keadilan, dan etika dalam praktik bisnis YouTuber untuk memenuhi standar syariah. YouTuber Muslim harus memastikan aktivitas dan kemitraan mereka mencerminkan prinsip ini, menggabungkan keberhasilan ekonomi dan tanggung jawab moral.

ABSTRACT

The digital era has brought significant changes, including opportunities for individuals to generate income through social media platforms like YouTube. YouTubers, or content creators, earn revenue from advertisements, sponsorships, and monetization programs. However, for Muslim creators, business activities must align with Islamic principles, ensuring fairness, transparency, and halal practices while avoiding elements like gharar (uncertainty) and riba (usury). This study explores the structure of agreements (akad) in YouTuber business practices from an Islamic perspective. It identifies three main types of akad: advertising and sponsorship, content monetization, and endorsement agreements. Each type involves specific considerations to ensure compliance with Shariah law. For example, advertising contracts must guarantee the halal nature of promoted products and services, and sponsorships must be clear regarding terms, duration, and payment. Monetization relies on fair revenue sharing between YouTube, advertisers, and creators, avoiding ambiguity. The analysis highlights potential Shariah compliance challenges, such as unclear revenue-sharing mechanisms or haram elements in advertisements. Recommendations include setting clear contractual terms and leveraging platform features to filter permissible advertisements. This study underscores the importance of transparency, fairness, and ethical conduct in YouTuber business practices to meet Shariah standards. Muslim YouTubers must actively ensure their activities and partnerships reflect these principles, promoting both economic success and moral responsibility.

Pendahuluan



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara individu mencari penghasilan. Salah satu peluang besar yang muncul adalah melalui platform media sosial, seperti YouTube. Sebagai platform berbasis video terbesar di dunia, YouTube menawarkan kesempatan bagi individu, yang dikenal sebagai kreator konten atau YouTuber, untuk menghasilkan pendapatan dari karya mereka. Pendapatan tersebut biasanya berasal dari berbagai sumber, seperti iklan yang ditayangkan di video, sponsorship dari perusahaan atau merek, serta program monetisasi yang ditawarkan oleh YouTube. Bagi sebagian besar kreator, ini adalah peluang menarik untuk menggabungkan kreativitas dengan aspek bisnis. Namun, bagi umat Islam, aktivitas bisnis tidak hanya dilihat dari segi manfaat ekonomi, tetapi juga harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip ini mencakup keadilan, transparansi, dan kehalalan dalam setiap transaksi. Selain itu, hukum Islam juga melarang adanya unsur gharar (ketidakpastian), riba (bunga), dan praktik yang merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, praktik bisnis yang dilakukan oleh YouTuber perlu dikaji lebih lanjut melalui perspektif hukum Islam untuk memastikan kesesuaian dengan syariah.

Salah satu elemen penting yang perlu diperhatikan adalah struktur akad dalam kerja sama antara YouTuber, pengiklan, dan platform YouTube itu sendiri. Dalam konteks ini, akad merupakan kesepakatan atau perjanjian yang menjadi dasar dari setiap transaksi. Misalnya, pendapatan dari iklan yang ditayangkan di video YouTuber melibatkan tiga pihak utama: YouTube sebagai penyedia platform, pengiklan yang membayar untuk menampilkan iklan, dan kreator konten yang mendapatkan sebagian pendapatan dari iklan tersebut. Dari perspektif syariah, akad ini harus jelas dan tidak boleh mengandung unsur gharar, seperti ketidakpastian dalam pembagian keuntungan. Selain itu, pendapatan dari sponsorship juga menjadi salah satu sumber utama bagi banyak YouTuber. Dalam kerja sama sponsorship, penting untuk memastikan bahwa produk atau jasa yang dipromosikan adalah halal dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Sebagai contoh, mempromosikan produk yang dilarang dalam Islam, seperti alkohol atau produk berbasis babi, tentu tidak sesuai dengan prinsip syariah. YouTuber juga memiliki tanggung jawab moral untuk menyampaikan informasi yang jujur dan tidak menyesatkan audiens mereka.

Monetisasi konten melalui YouTube juga memerlukan perhatian khusus. Dalam program ini, kreator mendapatkan penghasilan berdasarkan jumlah tayangan dan interaksi pada konten mereka. Untuk memastikan kesesuaian dengan syariah, konten yang dibuat harus bebas dari hal-hal yang dilarang dalam Islam, seperti konten yang mengandung unsur pornografi, kekerasan, atau fitnah. Konten yang bermanfaat dan memberikan nilai positif kepada masyarakat justru sejalan dengan prinsip Islam, yang mendorong umat untuk menyebarkan kebaikan. Potensi penyimpangan dari prinsip syariah dalam praktik bisnis YouTuber juga perlu diantisipasi. Salah satu contoh adalah jika terjadi ketidakjelasan dalam pembagian pendapatan antara kreator dan YouTube, atau jika iklan yang ditampilkan pada konten kreator mengandung unsur yang dilarang dalam Islam. Untuk itu, penting bagi YouTuber Muslim untuk memahami prinsip-prinsip dasar syariah dalam bisnis dan berupaya mengaplikasikannya dalam setiap aktivitas mereka.

Pembahasan

Jenis Akad Bisnis Youtuber

Dalam dunia digital, bisnis YouTuber menjadi salah satu bentuk wirausaha modern yang menawarkan banyak peluang. Namun, bagi umat Islam, setiap aktivitas bisnis harus dilandasai oleh prinsip-prinsip syariah. Salah satu elemen penting yang perlu dipahami adalah jenis akad

yang digunakan dalam praktik bisnis ini. Dalam konteks YouTuber, terdapat beberapa jenis akad yang sering digunakan yaitu:

Akad Iklan dan Sponsorship

Iklan dan sponsorship merupakan bentuk kerja sama yang melibatkan YouTuber dan pihak ketiga, seperti perusahaan atau agensi, untuk mempromosikan produk atau jasa. Dalam hukum Islam, akad ini dapat digolongkan sebagai ju'alah (akad upah). Ju'alah adalah akad di mana salah satu pihak menawarkan imbalan kepada pihak lain atas suatu jasa yang disepakati. Dalam konteks sponsorship, perusahaan memberikan imbalan kepada YouTuber atas jasanya mempromosikan produk mereka melalui video atau platform lainnya. Untuk memenuhi syariah, akad ini harus jelas dalam hal objek, imbalan, dan durasi. Produk atau jasa yang dipromosikan juga harus halal, seperti tidak mengandung unsur haram atau melanggar nilai-nilai Islam. Misalnya, mempromosikan minuman keras atau judi tidak sesuai dengan prinsip syariah. Namun untuk potensi gharar didalamnya tergantung ketidakjelasan dalam kontrak, seperti tidak dijelaskan berapa lama promosi dilakukan atau bentuk konten promosi, dapat mengarah pada gharar (ketidakpastian) yang dilarang dalam Islam.

Akad Monetisasi Konten

Monetisasi adalah bentuk kerja sama antara YouTuber dan platform YouTube, di mana kreator mendapatkan penghasilan dari iklan yang ditayangkan pada video mereka. Akad ini memiliki karakteristik unik yang perlu dievaluasi berdasarkan hukum Islam. Mekanisme Pendapata Penghasilan berasal dari iklan yang secara otomatis ditempatkan oleh YouTube. Dalam hal ini, akad dapat dilihat sebagai bentuk kemitraan di mana YouTube bertindak sebagai perantara antara pengiklan dan kreator. Pada akad ini, tantangan utama adalah memastikan bahwa iklan yang ditayangkan pada konten sesuai dengan prinsip halal. Misalnya, iklan yang mengandung unsur pornografi, riba, atau produk haram tidak diperbolehkan dalam Islam. Salah satu cara mengatasi pelanggaran syariah didalamnya adalah dengan cara YouTuber Muslim dapat mengatur preferensi iklan melalui fitur yang disediakan oleh platform untuk meminimalkan potensi pelanggaran syariah. Selain itu, penting bagi kreator untuk memastikan bahwa kontennya sendiri tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan nilai Islam.

Akad Endorsement

Endorsement adalah bentuk kerja sama di mana YouTuber secara langsung mempromosikan produk atau jasa dalam kontennya. Akad ini dapat berupa ijarah (sewa jasa) atau wakalah (perwakilan), tergantung pada kesepakatan antara pihak terkait. Dalam ijarah, YouTuber dianggap menyewakan jasanya untuk mempromosikan produk, sedangkan dalam wakalah, YouTuber bertindak sebagai perwakilan yang bertugas menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens. Untuk memenuhi prinsip syariah, produk yang diendorse harus halal dan tidak melanggar aturan Islam. Misalnya, endorsement produk kosmetik harus memastikan bahwa bahan yang digunakan tidak mengandung zat haram atau najis.

Adapun untuk transparansi dan Kejujuran, Islam sangat menekankan pentingnya transparansi dan kejujuran dalam transaksi. Oleh karena itu, YouTuber harus menyampaikan informasi yang benar tentang produk yang diendorse dan tidak menyesatkan audiens.

Evaluasi Kesesuaian Syariah

Setiap jenis akad yang digunakan oleh YouTuber memiliki karakteristik dan tantangan tersendiri dalam perspektif hukum Islam. Evaluasi terhadap kesesuaian syariah dapat dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek berikut:

- Kehalalan Produk atau jasa yang dipromosikan harus halal dan tidak mengandung unsur yang dilarang dalam Islam.
- Semua ketentuan dalam akad harus disepakati secara jelas, termasuk hak dan kewajiban masing-masing pihak.
- Akad harus bebas dari unsur ketidakpastian yang dapat merugikan salah satu pihak.
- Konten yang dihasilkan oleh YouTuber harus memberikan dampak positif

Analisis Syariah terhadap Akad Bisnis YouTuber

Dalam perspektif syariah, setiap akad atau perjanjian bisnis yang dilakukan harus memenuhi prinsip halal. Hal ini mencakup dua aspek utama: objek transaksi dan cara pelaksanaan akad. Objek transaksi yang digunakan dalam bisnis harus sesuai dengan hukum Islam, yang berarti tidak mengandung unsur-unsur haram seperti alkohol, judi, atau produk-produk lain yang dilarang. Sebagai contoh, apabila seorang YouTuber membuat konten yang mempromosikan produk haram, seperti minuman keras, maka akad yang dilakukan dianggap bertentangan dengan prinsip syariah.

Selain itu, cara pelaksanaan akad juga harus halal. Misalnya, jika seorang YouTuber menggunakan cara-cara tidak etis atau melanggar hukum untuk mendapatkan penghasilan, seperti menggunakan bot untuk meningkatkan jumlah penonton atau menyebarkan berita palsu, maka tindakan tersebut bertentangan dengan prinsip syariah. Kepatuhan terhadap prinsip halal ini merupakan fondasi utama dalam bisnis syariah, termasuk bisnis yang dijalankan di platform digital seperti YouTube. Dalam Islam, gharar atau ketidakpastian merupakan salah satu hal yang dilarang dalam akad bisnis. Gharar terjadi ketika ada ketidakpastian yang signifikan mengenai objek transaksi, waktu pelaksanaan, atau manfaat yang diperoleh. Dalam konteks bisnis YouTuber, unsur gharar dapat muncul dalam monetisasi konten, misalnya ketika pihak YouTuber dan pengiklan tidak memiliki kejelasan mengenai hasil atau dampak dari iklan yang ditampilkan. Untuk menghindari gharar, penting bagi YouTuber dan mitra bisnisnya untuk membuat perjanjian yang jelas dan rinci. Perjanjian tersebut harus mencakup semua aspek penting, seperti durasi kontrak, metode pembayaran, dan target yang ingin dicapai. Dengan demikian, risiko ketidakpastian yang merugikan salah satu pihak dapat diminimalkan. Selain gharar, riba juga harus dihindari dalam setiap akad bisnis. Riba, yang secara umum berarti bunga atau keuntungan yang tidak adil, dilarang dalam Islam. Dalam konteks bisnis YouTuber, riba bisa terjadi jika pembayaran dilakukan dengan mekanisme yang mengandung bunga, seperti penggunaan kartu kredit berbunga tinggi untuk membayar biaya produksi konten. Oleh karena itu, YouTuber harus memastikan bahwa semua transaksi keuangan yang dilakukan bebas dari unsur riba.

Prinsip transparansi dan keadilan adalah elemen penting dalam akad syariah. Dalam bisnis YouTuber, transparansi berarti bahwa semua pihak yang terlibat dalam akad, seperti YouTuber, pengiklan, dan platform, harus memiliki pemahaman yang jelas tentang hak dan kewajiban masing-masing. Misalnya, YouTuber harus diberitahu dengan jelas mengenai komisi yang akan diterima dari iklan, sementara pengiklan harus memahami eksposur yang akan didapatkan dari konten yang dibuat. Transparansi ini tidak hanya melibatkan aspek finansial tetapi juga mencakup konten yang diproduksi. Jika ada persyaratan tertentu dari pengiklan mengenai bagaimana produk mereka dipromosikan, persyaratan tersebut harus disepakati di awal dan dituangkan dalam kontrak. Dengan demikian, kedua belah pihak dapat menghindari potensi konflik di masa depan. Selain transparansi, keadilan juga merupakan prinsip utama dalam akad syariah. Keadilan berarti bahwa tidak ada pihak yang dirugikan dalam akad. Sebagai contoh, jika

seorang YouTuber diminta untuk membuat konten yang membutuhkan biaya produksi tinggi tetapi hanya mendapatkan imbalan yang tidak sebanding, maka akad tersebut tidak adil dan tidak sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak yang terlibat untuk memastikan bahwa kesepakatan yang dibuat memenuhi asas keadilan.

Kesimpulan dan Saran

Teks Praktik bisnis YouTuber di era digital memberikan peluang besar bagi kreator untuk menggabungkan kreativitas dan potensi pendapatan yang menjanjikan. Namun, bagi kreator Muslim, aktivitas ini tidak hanya dinilai dari segi ekonomi tetapi juga harus mematuhi prinsip-prinsip syariah. Berbagai jenis akad yang terlibat dalam bisnis YouTuber, seperti iklan, sponsorship, monetisasi konten, dan endorsement, dapat diselaraskan dengan hukum Islam jika memenuhi persyaratan kehalalan, transparansi, dan keadilan. Tantangan utama yang dihadapi adalah memastikan semua transaksi bebas dari unsur gharar (ketidakpastian), riba (bunga), dan produk yang diharamkan, serta menjaga agar konten yang dibuat tidak melanggar nilai-nilai Islam. Dengan memastikan bahwa setiap perjanjian dilakukan secara jelas dan adil, serta memproduksi konten yang memberikan manfaat kepada masyarakat, YouTuber Muslim dapat menjalankan bisnis mereka sesuai dengan prinsip syariah.

Untuk pembaca, penting untuk memahami dasar-dasar prinsip syariah yang relevan dalam bisnis digital. Bagi kreator, langkah awal adalah memastikan bahwa produk atau jasa yang dipromosikan melalui konten mereka halal dan tidak melanggar nilai-nilai Islam. Selain itu, penting untuk menyusun kontrak kerja sama yang jelas dengan semua pihak terkait untuk menghindari potensi konflik atau ketidakpastian dalam pembagian pendapatan. Kreator juga harus menggunakan fitur platform digital, seperti YouTube, untuk memfilter iklan yang sesuai dengan syariah. Di sisi lain, penting untuk menciptakan konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan nilai positif bagi audiens. Konten yang baik dapat menjadi sarana dakwah dan penyebaran kebaikan, sejalan dengan ajaran Islam. Bagi penonton, peran aktif sebagai konsumen yang kritis juga sangat penting. Dukunglah kreator yang mematuhi nilai-nilai etika dan syariah, serta berhati-hatilah terhadap konten yang tidak sesuai dengan prinsip Islam. Dengan kolaborasi antara kreator dan audiens, ekosistem digital yang lebih etis dan sesuai dengan syariah dapat terbentuk, memberikan manfaat bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2022). Akad dalam Bentuk Transaksi Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 45-58.
- Budiwati, S. (2018). Akad Sebagai Bingkai Transaksi Bisnis Syariah. *Jurnal Jurisprudence*, 52-159.
- Hasibuan, L. (2022). Atypical Konsep Promosi Sesuai Perspektif Syariat Islam. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1244-1252.
- Jayadi, J. (2021). Perkembangan Sistem Ekonomi Islam di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*, 25-37.
- Nasyiah, I. S. (2023). "Prosedur Penetapan Kelayakan Tugas Akhir Mahasiswa Berbasis Total Quality Management (Studi di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim). Malang: Sinta Kemenag.
- Rajafi, A. (2018). Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau dari Hukum Islam. *Jurnal EduTech*, 76-85.

- Suhendi, H. (2011). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Yasin, M. N. (2009). *Hukum Ekonomi Islam: Geliat Perbankan Syariah di Indonesia*. Malang: UIN-Maliki Press.