

**PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP  
PENGHASILAN SELEB APLIKASI TikTok  
(Studi Kasus di Banjarnegara)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Syariah UIN Saifuddin Zuhri untuk Mamenuhi  
Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH)**

**Oleh Puspa Marini  
NIM. 1617301131**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SAIFUDDIN ZUHRI  
2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya,

Nama : Puspa Marini  
Nim : 1617301131  
Jenjang : S-1  
Jurusan : Muamalah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah  
Fakultas : Syariah

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **“Pandangan Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi Tiktok (Studi Kasus di Banjarnegara)”** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, bukan dibuat orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 16 Juli 2021

Saya yang menyatakan,



*Puspa Marini*  
**Puspa Marini**  
NIM. 1617301131

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**"Pandangan Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok (Studi Kasus di Banjarnegara)"**

Yang disusun oleh **Puspa Marini** (NIM. 1617301131) Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri (UIN) Saifuddin Zuhri, telah diujikan pada tanggal 29 September 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Hukum (S.H.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/ Penguji I



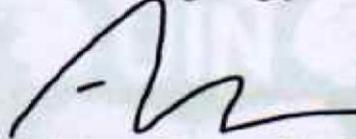
Agus Sunarvo, M.S.I  
NIP. 1917904282009011006

Sekretaris Sidang/ Penguji II



Muhammad Fuad Zain, M.Sv.  
NIDN. 2016088104

Pembimbing/ Penguji III



Khoirul Amru Harahap, L.c, M.H.I.  
NIP. 19760405200501101

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Syari'ah



21/10-2021

Dr. Supani, S.Ag., M.A.  
NIP. 197007052003121001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Munaqosah Sdr. Puspa Marini

Lampiran : 1 Ekslembar

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah UIN Saifuddin Zuhri  
di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa:

Nama : Puspa Marini

Nim : 1617301131

Jurusan : Muamalah

Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Syari'ah

Judul : PANDANGAN HUKUM EKONOMI SYARI'AH  
TERHADAP PENGHASILAN SELEB APLIASI TikTok  
(STUDI KASUS DI BANJARNEGARA)

Sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Saifuddin Zuhri untuk dimunaqosahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.).

Demikian, atas perhatian Bapak, saya mengucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaim Wr.Wb.*

Purwokerto, 16 Juli 2021  
Pembimbing,



**H. KHOIRUL AMRU HARAHAP,**  
**Lc., M.H.I.**  
**NIP. 19760405200501101**

## **MOTTO**

“Jangan pernah menyerah, apalagi berbalik arah. Yang membuat nama mu besar  
adalah kerja keras dan do’a”



## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur atas nikmat dan karunia-Nya, sholawat serta salam tercurah kepada junjungan kita Nabi agung Muhammad SAW, penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Bapak Rochadi dan Ibu Darmiati, selaku orangtua penulis. Semoga ini menjadi awal untuk membahagiakan Bapak dan Mamah.
2. Bapak H Khoirul Amru Harahap, Lc., M.H.I. selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas bimbingan dan ilmu yang bapak barikan kepada penulis.



**PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARI'AH TERHADAP  
PENGHASILAN SELEB APLIKASI TikTok  
(Studi Kasus di Banjarnegara)**

**ABSTRAK  
PUSPA MARINI  
1617301131**

**Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah, Program Studi Hukum Ekonomi  
Syari'ah, Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri**

Pada masa sekarang banyak publik figur atau selebriti yang memanfaatkan popularitasnya sebagai jalan untuk menyewakan jasa dalam mempromosikan produk. Kegiatan tersebut dikenal dengan istilah *endorment*, sistem *endorment* merupakan salah satu strategi pemasaran yang belakangan ini banyak digunakan para pembisnis. Tetapi tidak semua seleb memperhatikan transaksi yang mereka lakukan, apakah sudah sesuai dengan hukum secara Islam atau belum, banyak dari mereka melakukan transaksi hanya memperhatikan keuntungan, bahkan banyak dari mereka kurang memperhatikan sah tidaknya transaksi tersebut. Adapun tujuan penelitian skripsi ini adalah untuk meneliti bagaimana proses adanya sistem transaksi dalam kerjasama antara produsen dengan seleb aplikasi TikTok, yang berlokasi di Banjarnegara, Jawa Tengah.

Penelitian yang peneliti kaji merupakan penelitian lapangan (*field research*) dimana peneliti terjun langsung untuk mendapatkan data-data lapangan dari sumber mengenai mekanisme pemberian jasa pada seleb aplikasi TikTok. Jenis penelitian yang peneliti gunakan yaitu kualitatif deduktif, kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deduktif baik tertulis maupun lisan dari para seleb aplikasi TikTok. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan normatif dan empiris. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara observasi dan dokumentasi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa akad yang digunakan oleh produsen dengan seleb aplikasi TikTok yaitu akad *ijarah*. Proses kerjasama yang dilakukan oleh produsen dan seleb aplikasi TikTok merupakan bentuk kerjasama menyewa jasa seleb aplikasi TikTok dalam mempromosikan produknya. Tujuannya agar produk dari masing-masing produsen lebih banyak dikenal orang dan mengundang banyak ketertarikan konsumen untuk membelinya. Dalam tahapan untuk mencapai syarat sah berakad, diharuskan terpenuhinya rukun dan syarat akad *ijarah*. Sehingga kerjasama yang dilakukan antara Produsen dan Seleb Tiktok untuk memperoleh penghasilan telah sesuai dengan rukun dan syarat akad *ijarahnya*.

**Kata Kunci:** *Aplikasi TikTok, Ijarah, Hukum Ekonomi Syari'ah*

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ṡa	Ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥ	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍa'	Ḍ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	Koma terbalik di atas

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

**B. Ta' Marbutah di akhir kata Bila dimatikan tulis *h***

إجارة	Ditulis	<i>Ijārah</i>
شفعية	Ditulis	<i>Syafi'iyah</i>
حشية	Ditulis	<i>Hasyiyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

**C. Vokal Pendek**

---َ---	Fatħah	Ditulis	A
---ِ---	Kasrah	Ditulis	I
---ُ---	D'ammah	Ditulis	U

**D. Vokal Panjang**

1.	Fatḥah + alif	Ditulis	ā
	صاحب المال	Ditulis	<i>Ṣāḥib al-māl</i>
	الباطل	Ditulis	<i>Al-Bātīlī</i>
.2.	Kasrah + ya'mati	Ditulis	ī
	الزحيلي	Ditulis	<i>Al-Zuḥayfī</i>

### E. Vokal Rangkap

No.	Fatḥah + ya' mati	Ditulis	Ay
1.	الزحيل	Ditulis	<i>Al- Zuḥayfī</i>
2.	حيث	Ditulis	<i>Ḥaisu</i>

### F. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القراض	Ditulis	<i>Al-Qirāḍ</i>
--------	---------	-----------------

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*

التقوى	Ditulis	<i>At-Taqwā</i>
--------	---------	-----------------

### G. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ان تكون تجارة عن تراض	Ditulis	<i>An Takūna Tijārah</i>
-----------------------	---------	--------------------------

### H. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

عبد الله	Ditulis	<i>Abdullah</i>
شفعية	Ditulis	<i>Syafi'iyah</i>

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Allah SWT sang maha pengasih dan penyayang, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang senantiasa dinantikan syafa'atnya di hari akhir nanti, aamiin.

Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok (Studi Kasus di Banjarnegara)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) dari Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri.

Selama penulisan skripsi ini, pastinya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis hanya bisa mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

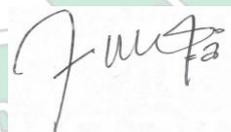
1. Dr. H. Moh. Roqib M. Ag. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Saifuddin Zuhri.
2. Dr. Supani S. Ag. M. A. Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Saifuddin Zuhri.
3. Dr H. Ahmad Sidiq, M.H.I., M.H. Wakil Dekan I Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Saifuddin Zuhri.
4. Dr. Hj Nita Triana, M.Si. Wakil Dekan II Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Saifuddin Zuhri.
5. Bani Syarif Maulana, M. Ag., LL.M Wakil Dekan III Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Saifuddin Zuhri.
6. Agus Sunaryo, M.S.I. Ketua Jurusan Muamalah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Saifuddin Zuhri.
7. H. Khoirul Amru Harahap, Lc., M.H.I. Pembimbing skripsi yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

8. Segenap Dosen, Staff Administrasi, dan Staff Perpustakaan UIN Saifuddin Zuhri yang telah memberikan ilmu dan pelayanan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
9. Kedua orangtua Bapak Rochadi dan Ibu Darmiati yang senantiasa memberikan dukungan baik do'a maupun materi untuk kesuksesan penulis, untuk adik saya Tatas Maninggar dan Wicak Respati yang telah memberi semangat dan motivasi berserta keluarga besar Mbah Sawirja dan Mbah Djanuri.
10. Rieza Hanifa, Syafiqah Adelia Vegiliane dan Irma Puspita sebagai informan yang penulis mintai keterangan, guna melengkapi hasil skripsi penulis.
11. Sahabat terbaik Khalda, Tiwi, Qonita, April, Fionda semoga persahabatan ini akan tetap terjaga sampai akhir hayat.
12. Teman-teman Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah 2016
13. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, semua kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan. Amiin Ya Rabbal Alamin.

Purwokerto, 16 Juli 2021

Penulis,



Puspa Marini

NIM: 1617301131

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITRASI</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	4
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
E. Kajian Pustaka .....	7
F. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II     AKAD IJARAH DAN APIKASI TikTok</b>	
A. Akad Ijarah .....	10
1. Definisi Ijarah .....	10
2. Dasar Hukum .....	12
3. Rukun dan Syarat .....	15
4. Macam-macam Ijarah .....	20
5. Pembatalan dan Berakhirnya Ijarah .....	22
6. Akad Ijarah Dalam KHES .....	23
B. Aplikasi TikTok .....	25
1. Definisi Aplikasi TikTok .....	25
2. Sejarah Aplikasi TikTok .....	25
3. Manfaat Aplikasi TikTok .....	27

4. Penggunaan Aplikasi TikTok .....	29
5. Dampak Negatif Penggunaan Aplikasi TikTok .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	31
B. Penentuan Lokasi Penelitian .....	31
C. Sumber Data .....	32
D. Pendekatan Penelitian .....	32
E. Subjek dan Objek Penelitian .....	33
F. Metode Pengumpulan Data .....	33
<b>BAB IV ANALISIS TERHADAP PENGHASILAN SELEB APLIKASI TikTok BANJARNEGARA PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARI'AH</b>	
A. Gambaran Umum Banjarnegara .....	35
1. Sejarah Banjarnegara.....	35
2. Letak Geografis Banjarnegara.....	35
3. Perekonomian Banjarnegara .....	38
B. Gambaran Umum Sistem Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok di Banjarnegara.....	39
1. Latar Belakang Penggunaan Aplikasi TikTok di Banjarnegara .....	39
2. Pelaku Seleb Aplikasi TikTok di Banjarnegara .....	41
3. Produk-produk yang di Endors .....	41
4. Sistem Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok .....	43
5. Teknis Kerjasama Seleb Aplikasi TikTok banjarnegara...	55
C. Analisis Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok Banjarnegara.....	56
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR SINGKATAN

- SWT : *Subhānahūwata'ālā*  
SAW : *Sallalāhu 'alaihiwasallama*  
Q.S : Qur'an Surat  
Hlm : Halaman  
S.H : Sarjana Hukum  
Vol : Volume  
No : Nomor  
Ha : Hektar  
C : *Celcius*  
UU : Undang-Undang  
BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan  
Terj : Terjemahan



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam Islam, kegiatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari diatur dalam muamalah. Muamalah adalah hukum syariat yang mengatur suatu kegiatan yang berhubungan dengan tata cara hidup sesama umat untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, baik hukum yang mengatur mengenai harta, pernikahan, perceraian dan perkara-perkara lainnya. Sedangkan, yang termasuk dalam kegiatan muamalah diantaranya jual beli, sewa menyewa, pinjam meminjam, utang piutang dan lain sebagainya.<sup>1</sup> Dalam pengertian tersebut, dapat dipahami muamalah memiliki dua arti, arti umum dan arti khusus. Arti umum, muamalah mencakup semua jenis hubungan antara manusia dengan manusia dalam suatu bidang, perkawinan termasuk dalam bidang muamalah karena didalamnya diatur hubungan antara manusia dengan manusia yaitu suami dan istri. Arti khusus, muamalah mencakup dengan harta dan benda. Muamalah memiliki tujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antar sesama manusia, sehingga tercipta hubungan yang rukun dan tentram, karna muamalah memiliki sifat tolong menolong yang di anjurkan dalam agama islam.<sup>2</sup> Seperti yang tertera pada penggalan surah Al Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Abdul Rahman Ghazaly dkk. *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 03.

<sup>2</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 15.

<sup>3</sup> Tim penterjemah al-Qur'an Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Surakarta: Azziadah, 2014), hlm. 558

Ayat tersebut mencakup kemaslahatan umat, baik kemaslahatan *hablu minallah* hubungan terhadap Allah SWT dan *hablu minannas* kewajiban sebagai makhluk sosial terhadap sesamanya. Contoh tolong menolong dengan sesama bisa terlihat dari hubungan persahabatan, saling tolong menolong dalam hal kebaikan dalam mendapat ridha Allah SWT.

Dalam *muamalah*, akad *ijarah* merupakan bagian dari bentuk kerjasama. Salah satu bentuk kerjasama dalam kegiatan ekonomi Islam atau *muamalah* adalah *ijarah* atau sewa menyewa atau upah mengupah. Objek akad *ijarah* terdiri dari *ijarah* manfaat barang dan *ijarah* manfaat jasa. Salah satunya, akad *ijarah* atas jasa (*ijarat al-a'mal* atau *ijarat al-asykhash*) yaitu akad *ijarah* atas kegiatan yang diberikan seseorang untuk melakukan pekerjaan tertentu dan karena pekerjaan tersebut maka berhak mendapatkan upah (*ujrah*).

Di Indonesia, banyak publik figur atau selebriti yang memanfaatkan popularitasnya sebagai jalan untuk menyewakan jasa dalam mempromosikan produk, melalui jasa yang diberikan publik figur atau selebriti tersebut dapat memperluas jangkauan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Kegiatan tersebut dikenal dengan istilah *endorsment*, sistem *endorsment* merupakan salah satu strategi pemasaran yang banyak digunakan para pembisnis pada masa sekarang. Menurut Martin Roll, *endorsement* adalah saluran dari komunikasi merek, di mana selebriti berperan sebagai juru bicara dan mendukung merek tersebut dengan segala atribut kepopuleran, kepribadian, dan status sosial selebriti tersebut. Dengan demikian, *endorsment* adalah strategi komunikasi dengan menggunakan jasa seleb yang cukup dikenal dan sangat

terkenal dalam bidang promosi atau pemasaran.

Dalam penelitian ini, peneliti mendefinisikan *endorsement* sebagai bentuk memberikan upah (*ujrah*) atas jasa dalam mempromosikan produk. Sebelum terlaksananya sistem *endorsement*, terlebih dahulu adanya proses kerjasama dan kesepakatan antara produsen dan seleb TikTok, dengan demikian maka produsen atau pemilik usaha menggunakan jasa seleb TikTok dalam mempromosikan produknya melalui media sosial aplikasi TikTok dengan adanya imbalan (*ujrah*). Dengan menggunakan jasa seleb aplikasi TikTok, memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam melakukan pemasaran, dengan tujuan menarik perhatian dan minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

Dengan demikian, membuat banyak seleb TikTok yang membuka jasa *endorsement*, tetapi tidak semua seleb memperhatikan transaksi yang mereka lakukan, apakah sudah sesuai dengan hukum secara Islam atau belum, banyak dari mereka melakukan transaksi hanya memperhatikan keuntungan, bahkan banyak dari mereka kurang memperhatikan sah tidaknya transaksi tersebut.<sup>4</sup>

Dengan adanya permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana proses adanya sistem transaksi dalam kerjasama antara produsen dengan seleb aplikasi TikTok, yang berlokasi di Banjarnegara, Jawa Tengah. Penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam bagaimana seleb TikTok memperoleh penghasilan dari aplikasi TikTok dilihat dari sudut pandang Hukum Ekonomi Syari'ah, berhubung penelitian tersebut belum ada yang meneliti,

---

<sup>4</sup> Muhammad Sholahudin, *Fatwa-fatwa Muamalah Kontemporer* (Surabaya: Pustaka Progresif, 2004), hlm. 3.

maka peneliti tertarik menjadikan permasalahan tersebut sebagai bahan penulisannya dalam judul **“PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARI’AH TERHADAP PENGHASILAN SELEB APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus di Banjarnegara)”**

## **B. Definisi Operasional**

### 1. Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah

Perspektif sama halnya dengan sudut pandang, sedangkan kata hukum yang dikenal dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Arab *hukm* yang berarti putusan (*judgement*) atau ketentuan (*Provision*). Dalam ensiklopedi Hukum Islam, hukum berarti menetapkan sesuatu atas suatu tindakan atau meniadakannya.<sup>5</sup> Sementara persoalan halal-haram merupakan salah satu lingkup kajian hukum, hal tersebut menunjukkan keterkaitannya antara hukum, ekonomi dan syariah. Pemakaian kata syariah sebagai fiqh erat kaitannya pada pencantuman syariah Islam seperti perbankan syariah, asuransi syariah, ekonomi syariah. Hukum Ekonomi Syariah sendiri yaitu hukum yang mengatur segala hal yang berkaitan dengan kegiatan sistem ekonomi yang dilandasi dan didasari oleh nilai-nilai Islamiah yang tercantum dalam Al-Qur’an, Hadist, dan ijtihad para ulama.

Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *ijarah*, untuk mencari hukum tentang hasil jasa yang diberikan produsen kepada seleb aplikasi TikTok tersebut, dan bagaimana hukum seorang muslimah memanfaatkan aplikasi TikTok.

---

<sup>5</sup> HA. Hafizh Dasuki, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: FIKIMA Ihtiar Baru van Hoeve, 1997), hal. 571.

## 2. Penghasilan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia penghasilan atau pendapatan adalah hasil kerja yang dilakukan seseorang atau orang banyak.<sup>6</sup> Penghasilan atau pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi atau hasil yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan penghasilan atau pendapatan dari kekayaan, besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.<sup>7</sup> Penghasilan yang dimaksud peneliti dalam penelitian yang dilakukan adalah *ujrah* atau uang yang didapat seleb dari produsen atau pembisnis yang menggunakan jasa seleb dalam memperluas pemasaran.

## 3. Seleb Aplikasi TikTok

Seleb TikTok adalah sebutan bagi orang yang cukup dikenal di aplikasi TikTok, dengan minimal *followers* seratus ribu.<sup>8</sup> Aplikasi ini memiliki dampak sangat bagus untuk berbisnis atau menarik konsumen, apalagi melalui jasa seleb TikTok, dengan tujuan memperluas pemasaran dan menarik minat konsumen pada produk tersebut. Seleb TikTok pada penelitian ini yaitu Rieza Hanifa, Syafiqah Ardelia Vegiliane dan Irma Puspita, mereka merupakan seleb TikTok asal Banjarnegara, Jawa Tengah.

---

<sup>6</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hal. 185.

<sup>7</sup> Sadono Sukirno, Teori Pengantar Mikro Ekonomi, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2006), hal. 47.

<sup>8</sup> Anonim, "Seleb aplikasi TikTok", <https://www.tomtekno.com/>, Diakses pada 12 Juni 2021, 20.28 WIB.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana para seleb aplikasi TikTok memperoleh penghasilan dari aplikasi TikTok?
2. Bagaimana Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah terhadap penghasilan seleb aplikasi TikTok?



## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui bagaimana para seleb TikTok memperoleh penghasilan dari aplikasi TikTok.
- b. Untuk mengetahui Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah terhadap penghasilan seleb aplikasi TikTok.

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Teoritis

Secara teoritis, diharapkan penelitian ini memberikan wawasan keilmuan bagi penulis dan pengguna aplikasi TikTok dalam memanfaatkan media sosial aplikasi TikTok dengan baik.

#### b. Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pengguna aplikasi TikTok yang membutuhkan informasi mengenai aplikasi TikTok, dan dapat menjadi masukan bagi pengguna aplikasi TikTok dalam memanfaatkan aplikasi TikTok.

## **E. Kajian Pustaka**

Penulis melakukan kajian pustaka dengan tujuan untuk menghindari duplikasi dan kesalahpahaman terhadap penelitian terdahulu. Berikut kajian pustaka yang penulis temukan berkaitan dengan “Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok” antara lain:

No.	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Bagus Priambodo, 2018. Program studi Broadcasting, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya	Pengaruh “TikTok” Terhadap Kreatifitas Remaja Surabaya	Sama-sama membahas mengenai Aplikasi TikTok	Penelitian Bagus membahas pengaruh para remaja yang menggunakan aplikasi TikTok, sedangkan penelitian ini membahas tentang pendapatan seleb aplikasi TikTok
2.	Alfiana Yunia Rahmawati, 2019. Program studi Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad	Sama-sama membahas mengenai aplikasi TikTok	Penelitian Alfiana membahas tentang penyampaian dakwah, sedangkan penelitian penulis membahas mengenai penghasilan seleb aplikasi TikTok menurut Hukum Ekonomi Syari’ah
3.	Aldi Fatriadi. Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare	Perspektif Dakwah Islam Dalam Penggunaan Aplikasi TikTok Dimasa Pandemi Covid-19	Sama-sama membahas mengenai aplikasi TikTok	Penelitian Aldi menggunakan metode kuantitatif dan penggunaan aplikasi TikTok Perspektif Dakwah Islam, sedangkan penelitian ini membahas penghasilan seleb aplikasi TikTok Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah menggunakan metode kualitatif

## **F. Sistematika Pembahasan**

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menyusun sistematika pembahasan menjadi 5 (lima) bab yang saling berkaitan satu sama lain. Untuk mempermudah penyusunan penelitian ini maka perlu adanya sistematika penulisannya, yaitu antara lain:

*Bab pertama* merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

*Bab kedua* merupakan landasan teori yang diuraikan tentang akad ijarah dan pembahasan mengenai Aplikasi TikTok.

*Bab ketiga* merupakan metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, penentuan lokasi penelitian, sumber data, pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, metode pengumpulan data.

*Bab keempat* merupakan pembahasan inti dari skripsi. Bab ini berisi tentang pemberian upah profesi melalui jasa seleb aplikasi TikTok berdasarkan Hukum Ekonomi Syari'ah.

*Bab kelima* merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran sebagai kajian lebih lanjut.

## BAB II

### AKAD IJARAH DAN APLIKASI TikTok

#### A. Akad *Ijārah*

##### 1. Definisi *Ijārah*

*Ijārah* dipahami dalam dua dimensi kehidupan. *Ijārah* sebagai proses perjanjian para pihak, pihak pertama sebagai penyedia barang atau jasa (*mu'jir*) sedangkan pihak kedua sebagai pengguna dan penerima manfaat barang atau jasa (*musta'jir*). Akad *ijārah* sama dengan akad *al-ijar*, *al-isti'jar*, *al-iktira'* dan *al-ikra'*.<sup>9</sup> Umat Islam berkeyakinan bahwa hidup di dunia ini adalah *mazra'at al-akhirah* (tempat bercocok tanam untuk kebaikan di akhirat kelak) sebagai bekal di akhirat.

Arti *ijārah* secara bahasa, seperti dijelaskan dalam kitab *al-Qumus al-Muhith* karya Al-Fairuz Abadi, yaitu jual beli manfaat.<sup>10</sup> *Ijārah* merupakan kata dasar (*mashdar*) yang semakna dengan kata *al-ajr* yang memiliki arti perbuatan (*al-fi'l*). Oleh karena itu, *ijārah* secara etimologis adalah imbalan atas adanya perbuatan.<sup>11</sup>

Secara etimologis *ijārah* merujuk pada imbalan atas adanya perbuatan, baik duniawi (*ujrah*) maupun *ukhrawi* (*ajr*).<sup>12</sup> Serta dalam adanya pekerjaan yang menjadi alasan berhaknya *mu'jir* mendapatkan *ujrah*, yaitu

---

<sup>9</sup> Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh* (Damaskus: Dar al-Fikr, 2006), Vol. V, hal. 3.800.

<sup>10</sup> Umar Abdullah Kamil, *al-Qawa'id al-Fiqhiyyah al-Kubra wa Atsaruhā fi al-Mu'amalat al-Maliyah* (Maesir: Universitas al-Azhar, t.t), hlm. 508.

<sup>11</sup> Universitas Madinah, *Fiqh al Mu'amalat* (Kerajaan Saudi Arabia: Universitas Madinah, 2009), hlm. 626.

<sup>12</sup> Al-Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah* (Beirut: Dar al-Fikr, 1983), Vol. III, hlm. 198.

adanya manfaat barang atau jasa dan tenaga.

*Al Ijārah* bisa diartikan sebagai akad pemindahan hak guna atas suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, dengan melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan hak kepemilikan atas suatu barang.<sup>13</sup> Keterkaitan dengan penulisan yang penulis kerjakan, adanya keterkaitan antara dua pihak yaitu seleb aplikasi dan produsen, dengan objeknya yaitu jasa dan dengan adanya pembayaran atau upah. Berikut definisi *ijārah* menurut para ulama:<sup>14</sup>

a. Ulama Syafi'iah

*Ijārah* adalah akad atas manfaat yang dituju, diketahui, dan dibolehkan dengan adanya imbalan (*ujrah*) yang jelas diketahui.

b. Ulama Malikiah dan Hanabilah

*Ijārah* adalah akad untuk memindahkan hak kepemilikan suatu manfaat yang dibolehkan, dalam jangka waktu yang jelas diketahui dengan adanya imbalan (*ujrah*)

c. Umar Abdullah Kamil

Umar Abdullah Kamil menginformasikan tiga definisi *ijārah* secara istilah, yaitu :

- 1) Ulama Hanafiah, dalam kitab *Hasyiyah Ibn Abidin* (3/4-6) akad *ijārah* adalah akad atas manfaat dengan adanya imbalan (*ujrah*).

---

<sup>13</sup> Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh* (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), Vol. II, hlm. 732.

<sup>14</sup> Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh* (Damaskus: Dar al-Fikr, 2006), Vol. VIII, hlm. 3.804.

- 2) Kitab *al-Bahr al-Ra'iq Syarh Kanz al-Daqa'iq* (7/297) karya Ibn Nujaim menjelaskan bahwa akad *ijārah* secara istilah adalah jual-beli manfaat yang sudah diketahui dengan adanya imbalan (*ujrah*) yang jelas.
- 3) Umar Abdullah Kamil menyebutkan bahwa akad *ijārah* merupakan<sup>15</sup> akad yang menyebabkan berpindahnya kepemilikan manfaat dengan adanya imbalan (*ujrah*).

Dari beberapa rumusan definisi di atas dapat disimpulkan *ijārah* adalah *isti'jar*, yaitu akad pemindahan atas kepemilikan manfaat barang atau jasa yang disertai dengan adanya upah.<sup>16</sup> Definisi upah pada Undang-undang No.13 Tahun 2003, Pasal 1 ayat 30 tentang ketenagakerjaan “Upah adalah hak pekerja atau buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja atau buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan atau jasa yang telah atau akan dilakukan”<sup>17</sup> Dalam konteks tersebut membahas mengenai hak pekerja yang telah ditetapkan menurut kesepakatan atau peraturan perundang-undangan.

## 2. Dasar Hukum

---

<sup>15</sup> Umar Abdullah Kamil, *al-Qawa'id al Fiqhiyyah al-Kubra wa Atsaruha fi al-Maliyah* (Maesir: Universitas al-Azhar, t.t), hlm. 508.

<sup>16</sup> Universitas Madinah, *Fiqh al Mu'amalat* (Kerajaan Saudi Arabia: Universitas Madinah, 2009), hlm. 627.

<sup>17</sup> *Undang-undang Ketenagakerjaan* (Jakarta: Sinar Grafika, 2007), hlm. 5.

*Ijārah* dan jual-beli termasuk pada pertukaran. *Ijārah* merupakan pertukaran harta dengan manfaat. Karena definisi tersebut maka ulama pada umumnya menjelaskan bahwa *ijārah* adalah jual-beli manfaat barang, karena definisi jual-beli adalah pertukaran harta dengan harta. Oleh karena itu, *ijārah* merupakan bagian dari akad jual-beli. *Ijārah* dari segi objeknya dapat dibedakan menjadi dua, antara lain:

- a. *Ijārah* yang objeknya manfaat barang atau benda disebut sewa (*al-ijarah*).
- b. *Ijārah* yang objeknya jasa (tenaga ahli manusia) disebut upah atau buruh (*al-kira'*).<sup>18</sup>

Dalam memahami hubungan antara akad jual-beli dan akad *ijārah*, diketahui bahwa keduanya termasuk dalam pertukaran. Jual beli secara etimologis adalah pertukaran dengan harta. Di samping itu, akad *ijārah* dan akad jual-beli memiliki dua kesamaan, antara lain :

- a. Akad *bai'* dan akad *ijārah* bersifat *tamlik wa tamalluk*, yaitu obyek yang dipertukarkan *mutsman* (manfaat) maupun *tsaman* (*ujrah*) berpindah kepemilikannya.
- b. Akad *bai'* dan akad *ijārah* bersifat *mulzim*, tidak dapat diubah atau dibatalkan secara sepihak. Hanya saja, berbeda karena dalam hal jual beli berlaku *khiyar*. Dari segi manfaat obyek, *ijārah* bersifat kontinu (jangka waktu tertentu).

Keduanya (akad *bai'* dan akad *ijārah*) memiliki karakter yang berbeda, terutama bila dihubungkan dengan syarat sah mengenai obyek jual-

---

<sup>18</sup> Ahmad Hasan, *Nazhariyyat al-Ujur fi al-Fiqh al-Islami* (t.k: Dar Iqra', t.t), hlm. 13.

beli, yaitu obyek jual-beli berupa *mutsman* (barang yang dijual) dengan *tsaman* (harga) harus diketahui secara pasti dan jelas (*ma'lum*). Sementara manfaat barang termasuk benda yang tidak dapat dilihat (*ghair ma'lum jahalah* atau *gharar*).

Dikarenakan obyek *ijārah* termasuk obyek yang tidak dapat diketahui maka Abu Bakr al-Asham, Ismail Ibn 'Ulayah, al-Hasan al-Bashri, al-Qasyani, al-Nahrawani dan Ibn Kisan melarang (mengharamkan) *ijārah* karena transaksi yang objeknya manfaat (barang) atau jasa (keahlian) termasuk transaksi *ma'dum* atau bagian dari *gharar*.<sup>19</sup>

Dalil Al Qur'an mengenai *ijārah* adalah QS. al-Thalaq (65): 6 dan QS. al-Qashash (28): 26-27:

أَسْكِنُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ سَكَنْتُمْ مِنْ وُجْدِكُمْ وَلَا تُضَارُّوهُنَّ لِيُضَيِّقُوا عَلَيْهِنَّ وَإِنْ كُنَّ  
أُولَاتٍ حَمْلٍ فَأَنْفِقُوا عَلَيْهِنَّ حَتَّى يَضَعْنَ حَمْلَهُنَّ فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآتُوهُنَّ أُجُورَهُنَّ  
وَأْتَمِرُوا بَيْنَكُمْ بِمَعْرُوفٍ وَإِنْ تَعَاَسَرْتُمْ فَسَرِّضْ لَهَا أُخْرَى

Tempatkanlah mereka (para istri) di mana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu, dan janganlah menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka. Dan jika mereka (istri-istri yang sudah ditalak) itu sedang hamil, berikanlah mereka nafkah hingga mereka bersalin; kemudian jika mereka menyusahkan (anak-anak)mu untukmu, berikanlah kepada mereka Upahnya, dan musyawarahkan lah di antara kamu (segala sesuatu) dengan baik; dan jika kamu menemui kesulitan, perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya.<sup>20</sup>

Hukum asal *ijārah* adalah *ibahah* (boleh) maka hukumnya berubah-ubah sesuai dengan kondisi. Misalnya, hukum menyewakan ruko adalah

<sup>19</sup> Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Isami wa Adillatuhu* (Damaskus: Dar al-Fikr, 2006), Vol. V, hlm. 3.801.

<sup>20</sup> Tim penterjemah al-Qur'an Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Surakarta: Azziadah, 2014), hlm. 558.

boleh (halal), tetapi menjadi haram jika ruko tersebut disewakan untuk menyelenggarakan usaha yang bertentangan dengan syariah (misalnya dijadikan tempat penjualan khamr).

### 3. Rukun dan Syarat

Rukun *ijārah* bersifat umum, yaitu:

- a. *Mu'jir* dan *musta'jir*, yaitu orang yang melakukan akad sewa-menyewa atau upah-mengupah. *Mu'jir* merupakan sebutan bagi orang yang memberikan upah dan yang menyewakan, *musta'jir* merupakan orang yang menerima upah untuk melakukan sesuatu dan yang menyewa sesuatu, disyaratkan pada *mu'jir* dan *musta'jir* adalah baligh, berakal, cakap melakukan *tasharruf* (mengendalikan harta) dan saling meridhai.<sup>21</sup>

Kedua pelaku transaksi disyaratkan berakal dan *mumayyiz* (mengerti harga, takaran, dan timbangan). Apabila salah satu dari kedua pelaku transaksi merupakan orang anak kecil atau orang yang mengalami gangguan jiwa (gila) maka transaksi *ijārah* dianggap batal dan tidak sah.<sup>22</sup>

- b. *Shighat ijab qabul* antara *mu'jir* dan *musta'jir* (*ijab qabul*)

Ijab qabul sewa-menyewa dan upah-mengupah, yaitu ijab qabul sebagai manifestasi dari perasaan suka sama suka, dengan catatan keduanya terdapat kecocokan dan kesesuaian. Qabul diucapkan selesai pernyataan ijab tanpa jeda, seperti halnya dalam jual beli.

Contoh pernyataan ijab dan qabul, misalnya *mu'jir* mengucapkan,

---

<sup>21</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2010), hal. 117-118.

<sup>22</sup> Syaikh Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2009), hal. 803.

“Aku sewakan bejana ini kepadamu selama setahun dengan uang sewa sekian” lalu penyewa berkata “Aku terima” atau “Aku sewa”. Menurut pendapat ashah, *ijārah* sah dengan ucapan “Aku menyewakan manfaat barang ini kepadamu” dan tidak sah dengan redaksi “Aku jual manfaat barang ini kepadamu” karena istilah “jual beli” digunakan untuk mengalihkan hak kepemilikan suatu barang dan tidak berlaku dalam pengalihan manfaat.<sup>23</sup>

c. Barang yang disewakan/objek yang diupahkan

Syarat barang yang disewakan dengan ketersediaan yang jelas, ada lima yaitu: Pertama, barang yang disewakan harus jelas. Menyewakan salah satu dari dua barang yang tersedia hukumnya tidak sah. Kedua, barang berikut manfaatnya dapat diserahkan. Artinya barang dapat diterima sehingga manfaat yang diinginkan langsung dapat dinikmati begitu terjadi kesepakatan akad. Ketiga, manfaat dapat dinikmati langsung begitu akad sewa disepakati. Keempat, pemanfaatan barang tidak sampai menghabiskan barang tersebut. Kelima, *mu'jir* menyewakan barang sampai jangka waktu yang pada umunya barang tersebut masih dalam kondisi baik walaupun sampai seratus tahun.<sup>24</sup> Objek *ijārah* barang yang dapat disewakan seperti rumah, kendaraan, sewa tanah, alat-alat perkatoran dan lain sebagainya.

d. *Ujrah* (imbalan atas jasa)

---

<sup>23</sup> Ibid, hlm. 41.

<sup>24</sup> Ibid, hal. 48.

Imbalan atas jasa disyaratkan diketahui jumlahnya oleh kedua belah pihak, baik dalam sewa-menyewa maupun dalam upah-mengupah.<sup>25</sup> Upah atau sewa tidak boleh sama dengan jenis manfaat *ma'qud alaih*. Apabila upah atau sewa sama dengan jenis manfaat barang yang disewa, maka *ijārah* tidak sah.<sup>26</sup>

Pada dasarnya, cara penentuan *ujrah* dengan jumlah yang harus dibayarkan oleh *musta'jir* kepada *mu'jir* ditentukan atas dasar kesepakatan. Untuk mencapai adanya kesepakatan tersebut, dapat dilakukan dengan dua cara:

- 1) *Musyawamah* (tawar-menawar) *ujrah* ditentukan dengan tawar-menawar antara *musta'jir* dan *mu'jir* dengan mempertimbangkan manfaat, lokasi serta kemudahan fasilitas akses publik (listrik, air, telepon).
- 2) *Syibh al-musawamah* (semi tawar-menawar) *ujrah* ditentukan oleh *mu'jir*, sedangkan pihak *musta'jir* atau *ajir* memiliki hak pilih untuk menyetujuinya atau menolaknya.

Dalam hal sewa menyewa barang yang berwujud (*ijārah ain* atau penyewaan barang) disyaratkan upah harus diketahui jenis, kadar dan sifatnya layaknya harga dalam akad jual beli, karena *ijārah* merupakan akad yang berorientasi pada keuntungan, akan tidak sah tanpa menyebutkan nilai kompensasi layaknya jual beli. Uang sewa menjadi hak

---

<sup>25</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2010), hal. 117-118.

<sup>26</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), hal. 327.

milik *mu'jir*, dilindungi hukum begitu akad *ijārah* disepakati. Artinya ketika masa penyewaan habis, kompensasi tersebut tetap menjadi haknya, jadi kepemilikan *mu'jir* atas uang tersebut sebagai hasil penyewaan barang telah berkekuatan hukum.<sup>27</sup> Adapun beberapa syarat sahnya akad *ijārah*, diantaranya:

- 1) Kerelaan kedua belah pihak, kedua belah pihak yang berakad menyatakan kerelaan untuk melakukan akad *ijārah*. Apabila salah seorang diantaranya terpaksa melakukan akad itu, maka akadnya tidak sah. Berdasarkan pada ayat Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29:<sup>28</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۝

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama-suka di antara kamu.

Dari penjelasan ayat diatas bahwa transaksi dalam muamalah jika dilakukan dengan cara terpaksa/ tidak saling rela, maka transaksi tersebut hukumnya tidak sah. Kedua pihak yang berakad merupakan *musta'jir* (penerima sewa) yaitu pihak yang menyewa barang dan *mu'jir* (pemberi sewa) yaitu pihak yang menyewakan barang. Adapun syarat sebagai pelaku akad (*musta'jir* dan *mun'jir*):

- a) Baligh
- b) Berakal

---

<sup>27</sup> Wahbah Zuhaili, *Fiqih Imam Syafi'i* 2, (Jakarta: Almahira, 2008), hal. 42.

<sup>28</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya, Jakarta: Magfirah Pustaka, 2006, h. 83.

- c) Cakap melakukan *tasharruf* (mengendalikan harta)
- 2) Objek akad (manfaat) diketahui sifatnya guna menghindari perselisihan.

Apabila manfaat yang akan menjadi objek akad *ijārah* itu tidak jelas, maka akadnya tidak sah. Kejelasan manfaat dapat dilakukan dengan menjelaskan jenis manfaatnya, dan penjelasan berapa lama manfaat di tangan penyewa. Menurut kesepakatan fuqaha, akad *ijārah* tidak dibolehkan terhadap sesuatu yang tidak dapat diserahkan, baik secara nyata (*hakiki*), seperti menyewakan kambing yang lepas dan orang bisu untuk bicara, maupun secara *syara* seperti menyewakan wanita haid untuk membersihkan masjid, seorang dokter untuk mencabut gigi yang masih sehat.<sup>29</sup>

- 3) Syarat-syarat upah (*ujrah*)

*Ujrah* dalam akad *ijārah* berkedudukan sebagai harga (*tsaman*) dan manfaatnya berkedudukan sebagai *mutsmān* maka manfaat dan *ujrah* harus terhindar dari *gharar*. Keduanya harus diketahui oleh *mu'jir* dan *musta'jir* atau *ajir* pada saat akad *ijārah* dilakukan, adapun syarat-syarat upah (*ujrah*):

- a) Upah tersebut harta bernilai dan diketahui. Sayyid Sabiq, menyatakan bahwa upah harus berbentuk harta dengan nilai jelas, konkret atau dengan menyebutkan kriteria-kriterianya.

---

<sup>29</sup> Wahbah Zuhaili, *Fiqih Imam Syafi'i 2*, (Jakarta: Almahira, 2008), Vol. V, hlm. 3.814

b) Upah tidak berbentuk manfaat yang sejenis dengan objek akad (ma'qud alaih). Sebagai contoh, *ijārah* tempat tinggal dibayar dengan tempat tinggal, jasa dibayar dengan jasa, penunggang dibayar dengan penunggang, dan pertanian dibayar dengan pertanian. Syarat ini menurut Ulama Hanafiyah adalah cabang dari riba.

Wahbah al-Zuhaili, dalam kitab *al-fiqh al-Islami wa Adillatuh* dengan mengutip kitab *al-Mabsuth* (15/113) karya al-Syarkhasi, menjelaskan bahwa di antara cara sah untuk mengetahui atau memberitahu jumlah *ujrah* serta syarat-syarat pembayaran, diantaranya:<sup>30</sup>

- a) *Al-isyarah*, karena akad dalam fikih boleh dilakukan dengan isyarat selama para pihak paham dengan isyarat yang disampaikan oleh masing-masing pihak.
- b) *Al-ta'yin*, *ujrah* diketahui jumlahnya dan syarat-syarat serta teknis pembayarannya melalui musyawarah (negosiasi) untuk mufakat.
- c) *Al-bayan*, penjelasan dari salah satu pihak (baik *ajir* atau pun *musta'jir* maupun *mu'jir*) yang disetujui atau disepakati oleh pihak pendengar atau *partner* bicaranya.

#### 4. Macam-macam *Ijārah*

Akad *ijārah* dilihat dari objeknya dibagi menjadi dua, yaitu *ijārah*

---

<sup>30</sup> Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh* (Damaskus: Dar al-Fikr, 2006), Vol. V, hlm. 3.823.

bersifat manfaat dan *ijārah* bersifat pekerjaan :

a. *Ijārah* bersifat manfaat

Beberapa ulama berpendapat bahwa objek *ijārah* adalah barang yang disewakan (misalnya ruko) dan *ujrah*-nya (bayaran sewa). Sedangkan ulama lainnya berpendapat bahwa objek akad *ijārah* adalah manfaat benda yang disewakan (misalnya ruko) dan *ujrah*-nya. Akan tetapi, pendapat yang lebih kuat adalah pendapat yang kedua. Secara implisit menunjukkan objek *ijārah* menjadi tiga, antara lain:<sup>31</sup>

- 1) *Mahal manfa'ah* (misalnya ruko)
- 2) Manfaat (misalnya ruko difungsikan sebagai tempat bisnis)
- 3) *Ujrah* (bayaran sewa)

b. *Ijārah* bersifat pekerjaan

Dalam masyarakat, *ajir* atas jasa dikenal dari mulai pekerjaan kasar (misalnya kuli menaikturunkan pasir dari truk) sampai pekerjaan yang elitis (misalnya agen serta profesi bisnis dan hukum).

Syekh 'Ala' al-Din Za'tari menggambarkan bahwa *ijārah* atas jasa atau keahlian, dapat digambarkan dalam dua bentuk, antara lain:<sup>32</sup>

1) *Ajir Khash* (pekerjaan khusus)

Pekerja yang melakukan pekerjaan dan manfaatnya ditujukan bagi *mu'jir* khusus, seperti pengawal pribadi, supir pribadi dan pembantu rumah tangga. *Ajir* berhak mendapatkan *ujrah* sesuai jangka

---

<sup>31</sup> Ibid, hlm. 3.809.

<sup>32</sup> Ala' al-Din Za'tari, *Fiqh al-Muamalat al-Malikiyyah al-Muqaran: Shiyaghah Jadidah wa Amsilah Mu'ashirah* (Damaskus: Dar al-'Ashma, 2008), hlm. 301.

waktu yang disepakati dengan cara pembayarannya sesuai kesepakatan dan peraturan perundang-undangan atau kebiasaan yang berlaku di masyarakat.

## 2) *Ajir Musytarak* (pekerjaan umum)

Pekerja yang melakukan suatu pekerjaan yang manfaatnya ditujukan kepada banyak *mu'jir* dan yang lainnya, seperti dokter yang melakukan praktik umum, konsultan hukum atau konsultan bisnis. *Ajir* (dokter) berhak mendapatkan *ujrah* atas dasar pekerjaan yang dilakukannya, yang cara pembayarannya dilakukan sesuai kesepakatan dan peraturan perundang-undangan atau kebiasaan yang berlaku di masyarakat.

## 5. Pembatalan dan berakhirnya *ijārah*

*Ijārah* merupakan akad pertukaran, karena tidak membolehkan adanya *fasakh* pada salah satu pihak, kecuali bila didapati hal-hal yang mewajibkan *fasakh*. *Ijārah* akan berakhir dan batal *fasakh* bila ada hal-hal sebagai berikut:

- a. Adanya cacat pada barang saat penyewaan.
- b. Rusaknya barang sewaan, mobil yang disewa tidak dapat dikendarai.
- c. Rusaknya barang yang diupahkan *ma'jur 'alaih*, seperti pakaian yang diupahkan untuk dijahitkan.
- d. Terpenuhinya manfaat dalam akad, berakhir dan selesainya masa pekerjaan.
- e. Wafatnya salah satu pihak yang berakad.

f. Menurut Hanafiyah, boleh *fasakh ijārah* dan salah satu pihak, seperti menyewa toko untuk dagang, kemudian ada yang mencuri dagangannya, maka ia dibolehkan memfasakhkan sewaan itu.<sup>33</sup>

Pembatalan tersebut harus berkaitan dengan asalnya, bukan didasarkan pada pemenuhan akad. Jumhur ulama berpendapat bahwa *ijārah* merupakan akad lazim yang tidak mudah dibatalkan kecuali dengan adanya sesuatu yang merusak pemenuhannya, seperti hilangnya manfaat.<sup>34</sup> Ketika proses *ijārah* sempurna dan adanya kesepakatan, maka *ijārah* bersifat tetap. Masing-masing dari salah satu pihak tidak boleh membatalkan secara sepihak, kecuali ditemukan adanya kecacatan.

#### 6. Akad ijarah dalam kompilasi hukum ekonomi syari'ah

Akad ijarah dalam kompilasi hukum ekonomi syari'ah sebagai berikut:

##### a. Pasal 296

- 1) Shigat akad ijarah harus menggunakan kalimat yang jelas.
- 2) Akad ijarah dapat dilakukan dengan lisan, tulisan, dan atau isyarat.  
Shigat pada akad ijarah diharuskan menggunakan kalimat atau bahasa yang jelas dan mudah dipahami, karena dalam akad ijarah dapat dilakukan dengan lisan, tulisan dan isyarat.

##### b. Pasal 297

Akad ijarah dapat diubah, diperpanjang, dan atau dibatalkan berdasarkan kesepakatan.

Apabila mu'jir akan mengubah kesepakatan awal dan disetujui oleh musta'jir, maka kesepakatan tersebut dapat diubah. Begitu juga

---

<sup>33</sup> Anonim, "Rukun dan syarat ijarah pembatalan dan berakhirnya ijarah", *www.123dok.com*, Diakses pada 15 Mei 2021, 19.45 WIB.

<sup>34</sup> Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hal. 130.

apabila musta'jir akan mengubah kesepakatan awal dan disetujui oleh mu'jir, maka kesepakatan tersebut dapat diubah. Sama halnya jika kedua pihak sepakat untuk membatalkan kesepakatan diawal, maka hukumnya boleh atau sah.

c. Pasal 302

Akad ijarah dapat dilakukan dengan tatap muka maupun jarak jauh.

Untuk mencapai adanya kesepakatan, dalam berakad dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu tatap muka dan jarak jauh. Tatap muka atau bertemu langsung antara mu'jir dan musta'jir sedangkan jarak jauh antara mu'jir dan musta'jir dapat dilakukan dengan salah satu contoh menggunakan surat elektronik atau email.

d. Pasal 308

- 1) Uang muka ijarah yang sudah dibayar tidak dapat dikembalikan kecuali ditentukan lain dalam akad.
- 2) Uang muka ijarah harus dikembalikan oleh mu'jir apabila pembatalan ijarah dilakukan olehnya .
- 3) Uang muka ijarah tidak harus dikembalikan oleh mu'jir apabila pembatalan ijarah dilakukan oleh musta'jir.

Uang muka menandakan untuk mengamankan barang atau jasa yang akan dibeli atau disewakan. Jika adanya pembatalan oleh pihak mu'jir, maka uang harus dikembalikan oleh pihaknya. Sedangkan jika adanya pembatalan dari pihak musta'jir, maka uang muka tidak harus dikembalikan oleh pihak musta'jir.

## B. Aplikasi TikTok

### 1. Definisi Aplikasi TikTok

TikTok adalah aplikasi video pendek dilengkapi dengan *special effects* menarik yang dapat digunakan oleh pengguna, sehingga hasil video menjadi lebih menarik.<sup>35</sup> Masa pandemi membuat banyak orang lebih kreatif, dengan banyak munculnya hal-hal baru (memasak, tutorial membuat hiasan rumah, pembelajaran sekolah atau kampus, keilmuan medis dan sebagainya) salah satunya berfesyen yang kita kenal istilah *OOTD (Outfit Of The Day)*, banyak pengguna aplikasi TikTok yang menggunakan tema fesyen dengan tujuan memasarkan apa yang pengguna gunakan dalam berfesyen, dengan menarik perhatian pengguna lain maka pakaian yang mereka promosikan akan lebih banyak dikenal dan menarik minat pembeli.

Sekarang ini, banyak akun *online shop* yang juga menggunakan aplikasi TikTok sebagai wadah untuk mempromosikan barang dagangannya. Tidak diragukan lagi, pengguna aplikasi ini sangat banyak dari berbagai kalangan baik profesi maupun usia, dari anak-anak hingga dewasa. Dengan adanya bantuan dari pengguna yang lebih banyak dikenal orang atau kita sebut dengan seleb TikTok, dengan minimal *followers* seratus ribu.<sup>36</sup>

### 2. Sejarah Aplikasi TikTok

TikTok juga dikenal sebagai Douyin yang artinya video pendek vibrato, sedangkan TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video

---

<sup>35</sup> Adhitya, "Sosial media berbasis video", <https://www.gedgetren.com/>, Diakses pada 12 Juni 2021, 20.05 WIB.

<sup>36</sup> Anonim, "Seleb aplikasi TikTok", <https://www.tomtekno.com/>, Diakses pada 12 Juni 2021, 20.28 WIB.

musik yang berasal dari Tiongkok, diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming.<sup>37</sup> Meskipun sudah mulai diperkenalkan sejak tahun 2016, popularitas TikTok baru mulai meledak di tahun 2019, terlihat dari jumlah unduhan di Google Playstore telah mencapai 100 juta pengguna aktif di seluruh dunia, mengalahkan aplikasi populer lainnya seperti YouTube, Instagram, Facebook, Messenger, WhatsApp, bahkan aplikasi serupa yang sudah terlebih dahulu terkenal yaitu Musical.ly berhasil diakuisisi oleh TikTok, sudah banyak *endorsement* yang memanfaatkan aplikasi ini untuk mempromosikan produknya.

Sayang sekali, aplikasi ini banyak ditentang diberbagai negara. Sebagai contoh Amerika Serikat, di negara ini aplikasi TikTok telah diblokir. Kabar terbaru mengatakan bahwa mereka akan membuka blokir aplikasi ini jika TikTok mau diakuisisi oleh Microsoft.<sup>38</sup> Di Indonesia sendiri, banyak orang yang tidak menyetujui keberadaan aplikasi TikTok, penyebabnya dulu pengguna TikTok mayoritas adalah video menari yang dianggap kurang mendidik oleh masyarakat (sampai sekarang juga masih banyak yang seperti ini). Jadi meskipun sekarang sudah banyak orang yang membuat video tutorial, video keilmuan, dan berbagai macam video kreatif lain, masyarakat sulit untuk menerimanya. Sebab stigma TikTok di Indonesia adalah aplikasi untuk anak alay masih melekat. Pada awal tahun 2019 TikTok kembali aktif, kreator TikTok dari Indonesia banyak menyajikan fakta menarik dan ilmu

---

<sup>37</sup> Anonim, "TikTok", <https://id.wikipedia.org/>, Diakses pada 20 Mei 2021, 19.49 WIB.

<sup>38</sup> Anonim, "Sejarah singkat Aplikasi TikTok", <https://www.pranataprinting.com/>, Diakses pada 20 Mei 2021, 20.20 WIB.

bermanfaat melalui aplikasi tersebut, dari situlah aplikasi TikTok mulai kembali berkembang hingga sekarang.

### 3. Manfaat Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok memberikan banyak manfaat bagi penggunanya, berikut beberapa manfaat yang diberikan aplikasi TikTok bagi pengguna, antara lain yaitu :<sup>39</sup>

#### a. *Personal Branding*

Banyak pengguna aplikasi TikTok yang menjadikan TikTok sebagai wadah bagi mereka untuk mempromosikan berbagai *brand* atau produk. Tidak diragukan lagi, dalam aplikasi ini banyak produk yang bekerjasama dengan para seleb aplikasi TikTok, dengan tujuan untuk menaikkan produk tersebut agar banyak dikenal dari berbagai kalangan pengguna dan memunculkan ketertarikan pengguna pada produk tersebut.

#### b. Bisnis

Di TikTok banyak sekali seleb yang saling memberikan rekomendasi baik barang, makanan, perlengkapan rumah tangga hingga tempat wisata menarik yang membuat penontonnya menjadi konsumtif, dengan demikian dapat menambah berkembangnya pebisnis baru.

Selain itu, TikTok juga bisa menjadi *brand image* dari setiap produk yang dipromosikan oleh para seleb yang ada di TikTok, dengan menggunakan *hashtag* yang menjadi cara untuk mempromosikan *brand* tertentu di mana nanti para pengguna yang menonton konten atau video

---

<sup>39</sup> Salsabila Aulia, "Aplikasi TikTok dapat memberikan manfaat bagi penggunanya", <https://www.kumparan.com/>, Diakses pada 18 Juni 2021, 20.00 WIB.

tersebut lebih mudah mencari *brand* atau produknya. Dalam konten atau video pada TikTok, terdapat kolom komentar agar *brand* tersebut juga bisa membaca jika terdapat masukan dan menjadi evaluasi bagi *brand* tersebut untuk melakukan perbaikan supaya *brand* tersebut menjadi lebih baik dan lebih berkembang.

c. Hiburan

Anjuran pemerintah untuk *stay at home* saat pandemi membuat banyak masyarakat yang merasa bosan hingga stress akibat dari kurangnya interaksi dengan banyak orang. Aplikasi TikTok banyak digunakan sebagai media hiburan dengan melakukan *challenge* hingga mengikuti konten yang lucu dan seru di dalam keadaan seperti itulah yang menjadi cara positif untuk merasa terhubung dengan orang lain dan merasakan kebahagiaan melalui aura positif dari orang lain.

d. Mengasah Kemampuan.

Mengasah kemampuan di sini artinya melalui aplikasi TikTok membuat seseorang menjadi kreatif dengan menghasilkan karya melalui konten yang dibuatnya diberbagai bidang seperti kempuan berjoget, menari, melukis, memasak dan sebagainya. Selain itu, aplikasi ini juga menambah kemampuan di bidang *photography* dan *videography*, dalam aplikasi TikTok menyediakan berbagai macam musik dan dilengkapi dengan fitur efek, sehingga kita bisa mengekspresikan suasana hati dengan membuat video yang menarik.

Berdasarkan penjelasan di atas menjadi bukti bahwa budaya

populer dapat mendatangkan manfaat bagi khalayak umum. Budaya populer dapat menghasilkan uang, menjaga kesehatan mental hingga mendapatkan teman baru. Dengan adanya beberapa manfaat ini, diharapkan masyarakat dapat menggunakan TikTok lebih positif bagi diri sendiri, masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

#### 4. Penggunaan Aplikasi TikTok

Dalam menggunakan aplikasi TikTok terdapat dua pilihan bagi pengguna, pertama bagaimana pengguna menggunakan aplikasi TikTok dengan dampak positif, kedua bagaimana pengguna menggunakan aplikasi TikTok dengan dampak negatif. Penggunaan aplikasi TikTok dengan dampak positif adalah bagaimana cara menggunakan aplikasi tersebut dengan baik, seperti mematuhi aturan yang ada dan menggunakan media sosial dengan bijak. Sebagai contoh Rieza Hanifa, salah satu pengguna TikTok yang kini sudah memiliki 428.6K atau 428.600 *followers*, Rieza kerap dijuluki sebagai seleb TikTok, karena konten-konton yang Rieza Hanifa suguhkan menarik, sehingga menyita perhatian publik. Rieza Hanifa merupakan salah satu pengguna media social yang dapat memanfaatkan aplikasi tersebut sehingga menghasilkan pundi-pundi rupiah. Dengan cara, Rieza Hanifa menerima *endorsement* beberapa produk dengan keterkecualian *skincare*, *haircare* dan *bodycare* hanya yang sudah berBPOM. Dalem satu kali *endorsement* atau satu kali postingan, Rieza Hanifa memperoleh uang Rp.200.000,- s/d Rp. 400.000,- sesuai ketentuan yang Rieza Hanifa berikan.

#### 5. Dampak Negatif Penggunaan Aplikasi TikTok

Berikut beberapa dampak negatif penggunaan aplikasi TikTok:<sup>40</sup>

- a. Pemborosan Waktu, maraknya penggunaan aplikasi TikTok berpengaruh pada manajemen waktu apabila tidak di atur dengan baik, sehingga pekerjaan yang seharusnya di kerjakan menjadi tertunda.
- b. Timbulnya *Hoaks*, cara dalam menyampaikan informasi yang dibagikan setiap individu dalam aplikasi ini dapat dengan mudah menimbulkan hoaks atau berita bohong karena belum jelas sumber dan keabsahannya, berakibat banyaknya informasi belum diketahui kebenarannya.
- c. Memicu perbandingan sosial dan ekonomi di masyarakat. Adanya konten yang memperlihatkan perbedaan kehidupan sosial dan ekonomi menjadikan TikTok sebagai media untuk eksis dan memperlihatkan perbedaan status di masyarakat, yang dapat menimbulkan kecemburuan sosial kepada beberapa orang.
- d. Aplikasi yang belum ramah kepada kalangan anak dibawah umur. Konten yang beraneka ragam dan pengguna aplikasi TikTok dari berbagai kalangan, tidak terkecuali anak kecil, menimbulkan potensi kepada anak kecil untuk melihat konten *romantic* dan berbau *hedonisme* di TikTok secara bebas yang belum sesuai dengan umur.

---

<sup>40</sup> Angelista Putri Saiman, “Kamu Pengguna TikTok Yuk Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok”, <https://www.kumparan.com/>, Diakses pada 07 Juli 2021, 18.15 WIB.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Sesuai dengan penelitian penulisan skripsi, penulis menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian dengan pengamatan tentang fenomena yang terjadi di lokasi penelitian.<sup>41</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan cara menghubungi langsung informan yaitu Rieza Hanifa, Syafiqah Ardelia Vegiliane dan Irma Puspita di mana mereka berdomisili di Banjarnegara. Yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu tentang Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok, studi kasus di Banjarnegara.

#### B. Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu Banjarnegara, di mana penelitian ini dilaksanakan pada tiga lokasi di Banjarnegara, pertama di Kutabanjarnegara Jl. Sunan Gripit Gang At-Taqwa III Rt 01 Rw 05 Kecamatan Banjarnegara Kabupaten Banjarnegara, lokasi tersebut merupakan alamat rumah Rieza Hanifa. Lokasi kedua berada di Danakerta Rt 02 Rw 01 Kecamatan Punggelan Kabupaten Banjarnegara, lokasi tersebut merupakan alamat rumah Syafiqah Ardelia Vegiliane. Lokasi ketiga, berada di Kincang Rt 02 Rw 05 Kecamatan Rakit Kabupaten Banjarnegara, lokasi tersebut merupakan alamat

---

<sup>41</sup> Lexi J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 200.

rumah Irma Puspita.

### **C. Sumber Data**

Peneliti menggunakan dua sumber data untuk melengkapi hasil penelitian. Dengan sumber data, peneliti dapat menggali informasi dan data yang lebih akurat.

- a) Sumber Primer, penulis mendapatkan data tersebut secara langsung berupa wawancara kepada tiga narasumber sebagai informan yaitu Rieza Hanifa, Syafiqah Ardelia Vegiliane dan Irma Puspita, wawancara baik secara langsung maupun melalui Email dan WhatsApp kepada ketiga informan yang lebih mengetahui mengenai mekanisme pemberian jasa pada seleb aplikasi TikTok.
- b) Sumber sekunder, data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada.<sup>42</sup> Penulis juga mendapatkan sumber berupa buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti buku Fiqh Muamalah.

### **D. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu normatif dan empiris. Pendekatan normatif merupakan pendekatan peneliti jadikan sebagai bahan acuan berdasarkan hukum undang-undang yang telah ditetapkan, dalam penelitian yang peneliti kerjakan dengan mengkaji Hukum Ekonomi Syari'ah. Sedangkan pendekatan empiris, merupakan pendekatan berdasarkan data-data dan realita di lapangan, yang bertempat di Banjarmasin.

---

<sup>42</sup> Sandu Siyoto dan M Ali Sodiq, *Dasar*, hlm. 68.

## E. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah seleb aplikasi TikTok sebagai sumber informan yang bernama Rieza Hanifa, Syafiqah Ardelia Vegiliane dan Irma Puspita. Sedangkan obojek penelitian ini yaitu akad pembayaran atau pemberian upah atas jasa yang diberikan seleb aplikasi TikTok kepada produsen.

## F. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, agar memperoleh data yang valid dalam mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

### a. Observasi

Observasi yang dilakukan penulis yaitu meninjau secara langsung ke lapangan untuk melengkapi data-data penulis, seperti bagaimana proses akad pembayaran dari produsen kepada seleb atau yang biasa kita sebut dengan sistem *endorsement*. Observasi yang peneliti lakukan dengan cara datang langsung ke Banjarnegara untuk melihat langsung proses terjadinya akad.

Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian langsung terhadap seleb aplikasi TikTok yang menjadikan hal tersebut sebagai profesi.

### b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, sesuai dengan data. Dalam hal ini, pengumpulan data penulis dengan bertatap langsung atau wawancara antara penulis dengan seleb TikTok, baik bertatap langsung dan juga menggunakan media kirim pesan melalui WhatsApp

maupun Email pada ketiga seleb aplikasi TikTok.

Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik populasi. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, apabila penulis ingin meneliti secara keseluruhan yang ada dalam wilayah penelitian.<sup>43</sup> Sedangkan menurut Mauludi populasi merupakan himpunan individu atau objek yang menjadi bahan penelitian.<sup>44</sup> Populasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah seleb aplikasi TikTok, dengan minimal *followers* seratus ribu yang berdomisili di Banjarnegara.

c. Dokumentasi

Dokumentasi pada penelitian ini, penulis mengumpulkan beberapa catatan saat penulis melakukan wawancara pada Rieza Hanifa, Syafiqah Ardalia Vegiliane dan Irma Puspita sebagai informan seleb aplikasi TikTok di Banjarnegara.

---

<sup>43</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan Praktik* (Jakarta: Reanika Cipta, 2002) hal. 108.

<sup>44</sup> Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistik* (Jakarta: Alim's Publishing, 2016) hal. 02.

## BAB IV

### ANALISIS TERHADAP PENGHASILAN SELEB APLIKASI TikTok BANJARNEGARA PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARI'AH

#### A. Gambaran Umum Banjarnegara

##### 1. Sejarah Banjarnegara

Dalam perang Diponegoro, R. Tumanggung Dipoyudo IV sangat berjasa dalam perang Mataram. Sehingga Sri Sultan Pakubuwono VII mengusulkan R. Tumanggung Dipoyudo IV untuk menjadi bupati yang telah dihapus statusnya dengan kedudukan Banjarmangu dan dikenal dengan Banjarwatulembu, kemudian usulan tersebut disetujui berdasarkan *Resolute Gouverneur General Buitertorg* tanggal 22 Agustus 1831 nomor 1.<sup>45</sup>

Pada saat R. Tumanggung Dipoyudo IV menjabat sebagai bupati, mendapati permasalahan ketika meluapnya sungai Serayu yang menjadi kendala ketika bupati harus beberapa kali menghadiri pesewakan Kesunanan Surakarta. Permasalahan tersebut menyusahkan bupati, untuk mengatasi masalah tersebut, diputuskan untuk memindahkan ibu kota kabupaten ke selatan sungai Serayu, yaitu daerah Banjar yang merupakan daerah persawahan dengan beberapa lereng yang curam, di daerah inilah didirikan ibu kota (Negara), sehingga gabungan dua nama tersebut Banjar dan kota (Negara) menjadi Banjarnegara.

##### 2. Letak Geografis Banjarnegara

---

<sup>45</sup> Humas Setda Banjarnegara, "Profil Banjarnegara", <https://banjarnegarakab.go.id/>, Diakses pada 02 Juli 2021, 20.00 WIB.

Banjarnegara merupakan sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Terletak di antara 7° 12' - 7° 31' Lintang Selatan dan 109° 29' - 109° 45'50" Bujur Timur. Luas Wilayah Kabupaten Banjarnegara 106.970,997 ha atau 3,10 % dari luas seluruh wilayah Provinsi Jawa Tengah.<sup>46</sup> Wilayah kabupaten Banjarnegara memiliki iklim tropis, dengan curah hujan rata-rata 3.000 mm/tahun, serta suhu rata-rata 20°- 26 °C, sebagai daerah yang sebagian besar pegunungan, perbukitan dan terdapat sungai besar yaitu sungai Serayu dan beberapa anak sungai lainnya, dimanfaatkan untuk mengairi area sawah dengan luas total 9.813.88 hektar, rata-rata bulan basah lebih banyak dari bulan kering, hal tersebut dimanfaatkan sangat baik oleh penduduk Banjarnegara.

Penduduk Kabupaten Banjarnegara terdiri 462.405 laki-laki dan 460.787 perempuan, jumlah keseluruhan penduduk Kabupaten Banjarnegara 923.192 penduduk. Kabupaten Banjarnegara terdiri dari 20 kecamatan, 12 kelurahan dan 266 desa.

a. Kecamatan di Kabupaten Banjarnegara

Banjarnegara memiliki 20 kecamatan, terdiri dari Susukan, Purworejo, Klampok, Mandiraja, Purwanegara, Pagedongan, Bawang, Rakit, Madukara, Banjarmangu, Wanadadi, Punggelan, Karangobar, Pagetan, Wanayasa, Kalibening, Banjarnegara, Sigaluh, Pejawarna, Batur.

---

<sup>46</sup> Humas Setda Banjarnegara, "Profil Banjarnegara", <https://banjarnegarakab.go.id/>, Diakses pada 02 Juli 2021, 22.00 WIB.

b. Kelurahan di Kabupaten Banjarnegara

Banjarnegara memiliki 12 kelurahan, terdiri dari Argasoka, Kalibenda, Karangtengah, Kenten, Krandegan, Kutabanjarnegara, Parakancanggih, Rejasa, Semarang, Sokanandi, Sumampir, Wangon.

Kabupaten Banjarnegara berbatasan dengan beberapa kabupaten, di antaranya:

- a. Sebelah Utara : Kab. Pekalongan dan Kab. Batang
- b. Sebelah Timur : Kab. Wonosobo
- c. Sebelah Selatan : Kab. Kebumen
- d. Sebelah Barat : Kab. Banyumas dan Kab. Purbalingga

Letak Geografis Banjarnegara zona utara merupakan kawasan pegunungan dataran tinggi Dieng, yang merupakan salah satu tempat wisata mancanegara yang sangat terkenal, di sisi utara terdapat Pegunungan Serayu. Daerah ini memiliki relief curam dan bergelombang, sedangkan perbatasan dengan Kabupaten Pekalongan dan Kabupaten Batang terdapat beberapa puncak, seperti Gunung Rogojembangan dan Gunung Prahu. Beberapa kawasan digunakan sebagai objek wisata, terdapat pula pembangkit listrik tenaga panas bumi. Zona sebelah utara terdiri dari 8 kecamatan, kecamatan Kalibening, Pandanarum, Wanayasa, Pagentan, Pejawaran, Batur, Karangobar dan Madukara. Zona tengah merupakan zona depresi Serayu yang cukup subur, wilayah ini meliputi kecamatan Banjarnegara, Ampelsari, Bawang, Purwanegara, Mandiraja, Purworejo Klampok, Susukan, Wanadadi, Banjarmangu dan Rakit. Zona selatan merupakan bagian dari Pegunungan

Serayu Selatan, merupakan daerah pegunungan yang memiliki relief curam meliputi kecamatan Pagedongan, Banjarnegara, Sigaluh, Mandiraja, Bawang dan Susukan.<sup>47</sup>

### 3. Perekonomian Banjarnegara

Mayoritas perekonomian penduduk Kabupaten Banjarnegara agraris, di mana sebagian besar masyarakatnya menyandarkan hidupnya dari sektor pertanian dan ada beberapa komoditas yang mulai berkembang menjadi unggulan, meliputi:

- a. Pertanian : Kentang, salak dan teh
- b. Industri : Kramik dan pengolahan kayu
- c. Pariwisata : Objek wisata dataran tinggi Dieng dan beberapa komoditas unggulan, meliputi:
  - a) Komoditas Pangan : Padi, jagung, kentang, ketela pohon, ketela rambat, buah-buahan dan sayur-sayuran
  - b) Komoditas Perkebunan : Kelapa, kopi, cengkeh, tembakau dan tanaman rempah-rempah
  - c) Komoditas Perikanan : Ikan gurami dan lele
  - d) Komoditas Peternakan : Sapi, kambing, kerbau, kuda dan unggas

---

<sup>47</sup> Humas Setda Banjarnegara, "Profil Banjarnegara", <https://banjarnegarakab.go.id/>, Diakses pada 02 Juli 2021, 20.00 WIB.

## **B. Gambaran Umum Sistem Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok di Banjarnegara**

### **1. Latar Belakang Penggunaan Aplikasi TikTok di Banjarnegara**

Seiring dengan berkembangnya zaman dan teknologi, berdampak pula pada perubahan pola dan gaya hidup. Begitu juga pada Kabupaten Banjarnegara, yang dikenal dengan perekonomian agraris dan wisata dataran tinggi Dieng, dengan kemajuan teknologi pengunjung dapat melihat terlebih dahulu gambaran Dieng sebelum datang ketempat. Kemajuan teknologi juga dirasakan oleh para petani, dengan kemajuan teknologi banyak petani yang memanfaatkan media sosial sebagai penghubung dalam berbisnis dengan konsumen. Memperoleh pendapatan dengan cara seperti ini mereka kerjakan dengan tujuan mempercepat pemasaran, sehingga stok hasil panen cepat terborong habis.

Banyak pemuda Banjarnegara yang memanfaatkan media sosial dengan baik dan benar, dengan adanya kemajuan teknologi yang terus-menerus memberikan kemudahan bagi pengguna termasuk Rieza Hanifa, Syafiqah Ardelia Vegiliane dan Irma Puspita, dengan banyaknya media platform yang dapat menghasilkan pundi-pundi rupiah sebagai contoh Aplikasi TikTok. Menurut Rieza Hanifa, aplikasi TikTok merupakan wadah kreatifitas bagi para penggunanya, pandemi yang terjadi saat ini tidak dipungkiri untuk kita mematuhi aturan pemerintah, salah satunya jaga jarak dan menghindari kerumunan.<sup>48</sup> Untuk melawan rasa bosan, Rieza mengisinya

---

<sup>48</sup> Rieza Hanifa, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 10 Maret 2021.

dengan cara *mendownload* aplikasi TikTok, sembari Rieza menyelesaikan studinya di bangku perkuliahan. Awal mula Rieza Hanifa *download* aplikasi TikTok pada bulan april 2020, video pertama yang Rieza unggah merupakan video iseng dan masih *random*, tanpa Rieza sadari video yang ia unggah mengundang banyak ketertarikan dari para *viewers*. Dengan ramainya video unggahan Rieza membuat Rieza lebih semangat untuk membuat video baru. Meningkat drastisnya *followers* mengundang banyak tawaran produk untuk berkerjasama dengan Rieza. Rieza pertama kali menerima tawaran *endorsement* pada Agustus 2020.<sup>49</sup>

Sama halnya dengan Rieza, begitu juga Syafiqah Ardelia Vegiliane atau yang biasa disebut Vegi, Vegi *mendownload* aplikasi TikTok pada tahun 2018, namun Vegi hanya sebagai *viewers*. Pada tahun 2019 Vegi mulai mengunggah video yang tujuannya hanya untuk hiburan, seiring berjalannya waktu, tiba di bulan Mei 2020, akun TikTok Vegi ramai dikunjungi banyak *viewers* karna foto-foto Vegi yang menggunakan *outfit* menarik ia jadikan video, sehingga mengundang banyak *viewers* untuk menanyakan *outfit* yang Vegi kenakan dapat dibeli di toko mana dan banyak juga yang memberikan komentar pujian. Karena hal tersebut, membuat Vegi paham akan kebutuhan *viewers* atau *followers*, sejak itulah Vegi menggunakan aplikasi TikTok sebagai rekomendasi atau media *endorsement* toko-toko online.<sup>50</sup>

Awal mula ketertarikan Irma Puspita tidak jauh beda dengan Vegi, Irma *mendownload* aplikasi TikTok pada akhir tahun 2019. Awal mula Irma

---

<sup>49</sup> Rieza Hanifa, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 10 Maret 2021.

<sup>50</sup> Syafiqah Ardelia Vegiliane, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 13 Maret 2021.

*mendownload* aplikasi TikTok hanya untuk menjadi *viewers* atau penonton saja, namun berawal dari konten *quotes* agama yang Irma unggah, Irma mendapat banyak respon baik yang membuat Irma semangat untuk konsisten mengunggah video. Awal unggahannya, Irma mengunggah *quotes background* pemandangan atau foto-foto estetik, kemudian Irma ubah dengan menggunakan foto dan video miliknya dengan menggunakan gamis, hal tersebut mendapat respon baik dari para kaum hawa dan lebih mengundang ketertarikan kaum hawa untuk membeli atau menanyakan gamis bahkan jilbab dan aksesoris yang Irma gunakan dapat mereka beli di mana. Dengan adanya banyak komentar dan ramainya akun Irma, pada bulan Februari 2020 pertama kali Irma menerima *endorsement* berupa jilbab dan beberapa model ciput.<sup>51</sup>

## 2. Pelaku Seleb Aplikasi TikTok di Banjarnegara

Pada proses pelaksanaan *endorsement* dilakukan oleh masing-masing seleb dengan timnya tersendiri, seleb TikTok Banjarnegara pada penelitian ini yaitu Rieza Hanifa, Syafiqah Ardela Vegiliane dan Irma Puspita. Mereka merupakan seleb Aplikasi TikTok Banjarnegara yang menerima *endorsement* produk dengan ketentuan atau peraturan yang mereka tentukan. Dalam penelitian yang peneliti kerjakan, peneliti menggunakan tiga informan untuk melengkapi penelitian ini. Ketiga informan tersebut merupakan pengguna aplikasi TikTok di Banjarnegara dengan followers di atas seratus ribu.

## 3. Produk-produk yang di Endors

---

<sup>51</sup> Irma Puspita, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 21 Maret 2021.

Rieza Hanifa, Syafiqah Ardelia Vegiliane dan Irma Puspita sangat selektif dalam mempromosikan suatu produk. Selektif di sini meliputi detailnya suatu produk. Produk yang mereka terima meliputi:

No.	Nama Seleb	Produk
	Rieza Hanifa	a. Pakaian b. Makanan c. Barang d. <i>Skincare</i> (harus BPOM) e. Mainan (mainan viral: <i>slaim, dancing cactus, baby pup</i> dll)
	Syafiqah Ardelia Vegiliane	a. Pakaian b. Sepatu / <i>flatshoes</i> c. Aksesoris
	Irma Puspita	a. Gamis b. Jilbab c. Aksesoris

Dari tabel di atas, dapat di ketahui bahwa Rieza Hanifa dominan lebih banyak dalam menerima produk *endorsement*, pakaian yang Rieza sebutkan meliputi fesyen *OOTD (Outfit Of The Day)*, dari segi makanan meliputi jajanan anak milenial yaitu *disert, burger, topokki, chicken karage* dan lain

sebagainya. Dari segi barang meliputi aksesoris rumah baik bingkai foto, fas bunga, piring-piring cantik dan aksesoris lainnya seperti jam tangan, gelang, cincin. *Skincare*, *haircar* dan *bodycare* yang Rieza terima hanyalah yang sudah BPOM, yang terakhir ada mainan viral, banyak sekali mainan viral di aplikasi TikTok, salah satunya slaim yang sangat viral pada masanya, dari berbagai kalangan muda sampai orang tua bermain slaim, karena aromanya yang wangi dan cara bermainnya yang cenderung dapat membuang stres sangat digemari oleh berbagai kalangan.<sup>52</sup>

Sedangkan Syafiqah Ardelia Vegiliane, lebih suka *mengendors* pakaian yang banyak anak muda sukai, contohnya seperti warna-warna *pastel*, *nude* dengan menggunakan sepatu atau *flatshoes* yang senada dengan warna pakaian, dilengkapi dengan aksesoris berupa tas, jam tangan, cincin, gelang atau kalung.<sup>53</sup>

Beda halnya dengan Rieza dan Vegi, Irma Puspita hanya menerima produk pakaian berupa gamis, manset dan laging. Dari segi jilbab, Irma menerima berbagai bentuk jilbab baik pasmina maupun segi empat, Irma juga menerima produk berupa ciput atau daleman jilbab. Sedangkan aksesoris yang dimaksud meliputi aksesoris dalam berhijab maupun aksesoris jam tangan.<sup>54</sup>

#### 4. Sistem Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok

Proses *endorsement* tentunya membutuhkan kesepakatan antara dua

---

<sup>52</sup> Rieza Hanifa, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 10 Maret 2021.

<sup>53</sup> Syafiqah Ardelia Vegiliane, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 13 Maret 2021.

<sup>54</sup> Irma Puspita, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 10 Maret 2021.

pihak, produsen dengan seleb. Sebelum terjadinya kesepakatan antara produsen dengan seleb, terlebih dahulu seleb sampaikan beberapa persyaratan, masalah sedikit atau besarnya perbedaan ketentuan dari pihak seleb dengan produsen tentu masih dapat dirundingkan. Berikut beberapa pernyataan dari para seleb TikTok Banjarnegara mengenai *endorsement*:

a. Rieza Hanifa

Menurut Rieza Hanifa aplikasi TikTok merupakan wadah kreatifitas bagi para pengguna. Pandemi yang terjadi saat ini tidak dipungkiri untuk kita mematuhi peraturan pemerintah, salah satunya jaga jarak dan menghindari kerumunan, jadi untuk mengatasi rasa bosan Rieza mengisinya dengan bermain TikTok.<sup>55</sup> Berhubung Rieza merupakan mahasiswa tingkat akhir, sambil mengisi kekosongan Rieza gunakan untuk bermain TikTok sebagai sambilan sekaligus hiburan yang menghasilkan, dari keisengan Rieza yang berawal dari bulan April 2020 ternyata dapat menghasilkan pundi-pundi rupiah yang dapat Rieza rasakan sejak pertama Rieza mendapatkan *endorsement* pada bulan Agustus 2020.

---

<sup>55</sup> Rieza Hanifa, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 10 Maret 2021.

Berikut profil akun seleb aplikasi TikTok Banjarnegara Rieza

Hanifah:



*Sumber: Dokumentasi Peneliti*

Dengan adanya bantuan dari pengguna yang lebih banyak dikenal orang atau kita sebut dengan seleb TikTok, dengan minimal *followers* seratus ribu.<sup>56</sup> *Followers* yang Rieza miliki sejumlah 441.500, 104 *following* dan 7.700.000 *like* dari keseluruhan unggahan video Rieza. Dengan jumlah *followers* di atas lebih dari seratus ribu, maka Rieza Hanifa bisa disebut dengan seleb aplikasi TikTok. Produsen yang ingin menghubungi Rieza untuk berkerjasama sudah Rieza cantumkan nama Instagram dan *Email* pada bio akun TikTok Rieza Hanifa, biasanya para

<sup>56</sup> Anonim, "Seleb aplikasi TikTok", <https://www.tomtekno.com/>, Diakses pada 12 Juni 2021, 20.28 WIB.

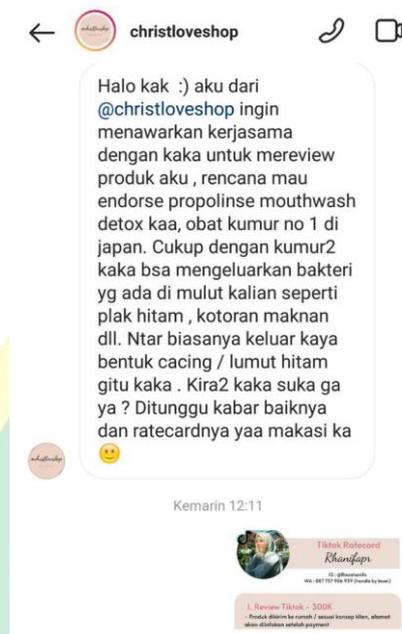
produsen menghubungi Rieza melalui DM (*direct message*) atau pesan langsung yang nantinya akan berlanjut pada pesan WhatsApp. Ada juga yang menghubungi Rieza melalui *Email*. Sebelum adanya kesepakatan, pada saat Rieza mendapat tawaran kerjasama terlebih dahulu Rieza sampaikan ketentuan yang dapat dipelajari pihak yang ingin berkerjasama dengannya, ketika pihak produsen sudah membaca dan mengerti isi dari persyaratan tersebut, kemudian Rieza menanyakan definisi dari produk tersebut, setelah Rieza mendapat kejelasan produk tersebut kemudian Rieza menanyakan apakah kesepakatan ingin melalui lisan atau tertulis. Jika produsen ingin tertulis maka Rieza perkenankan untuk bertemu langsung di rumahnya atau pertemuan di luar seperti di *caffe*.<sup>57</sup>

---

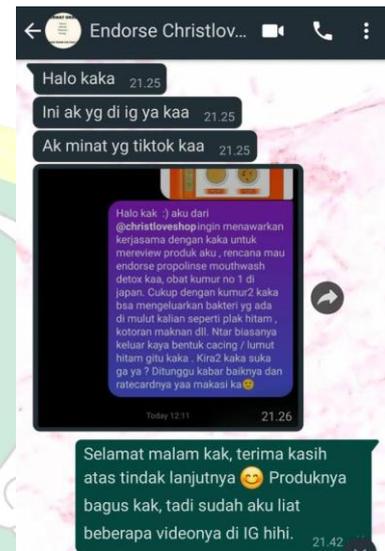
<sup>57</sup> Rieza Hanifa, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 10 Maret 2021.

Berikut tampilan *screenshot* produsen yang menghubungi Rieza Hanifa melalui DM dan di alihkan ke pesan WhatsApp:

a. DM Produsen



b. Pesan WhatsApp



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Dengan adanya kemajuan teknologi dan kondisi pandemi seperti ini, tidak dipungkiri Rieza juga mendapatkan beberapa kerjasama melalui telepon atau lisan. Ketentuan yang Rieza Hanifa berikan bagi para produsen yang ingin berkerjasama dengannya Rieza bagi menjadi dua ketentuan, di antaranya:

- 1) Untuk *endorsement* produk dikirim ke rumah, Rieza kenakan biaya Rp. 200.000,- dengan durasi video 40-60 detik, untuk link toko shopee akan Rieza cantumkan pada bio dan bebas *request* konsep, namun jika sesuai dengan *style* Rieza Hanifa lebih besar kesempatan FYP (*for your page*), video *keep* selamanya berada di akun TikTok Rieza Hanifa.

2) Untuk *visit store* dan tempat wisata, Rieza dikenakan biaya Rp. 400.000,- jika lokasi berada di luar Banjarnegara dikenakan biaya transportasi, *review* durasi video 40-60 detik, link *store* Shopee akan Rieza cantumkan pada bio dan bebas *request* konsep, namun jika sesuai dengan *style* Rieza lebih besar kesempatan FYP (*for your page*), video keep selamanya berada di akun TikTok Rieza Hanifa.

**Tiktok Ratecard**  
*Rhanifapr*  
IG : @Riezahanifa  
WA : 087 737 906 939 (handle by team)

**1. Review Tiktok - 200K**  
- Produk dikirim ke rumah / sesuai konsep klien, alamat akan diinfokan setelah payment  
- Review 40-60 detik (semakin singkat semakin besar kemungkinan FYP)  
- Keep selamanya  
- Link Shopee akan dicantumkan di bio (khusus Shopee Mall/Star Seller bila ada)  
- Bebas request konsep, namun bila sesuai dengan style Mbekayu Hani akan lebih besar kesempatan FYP

**2. Visit Store - 400K**  
- Datang ke store (luar kota Banjarnegara dikenakan biaya transportasi)  
- Review 40-60 detik (semakin singkat semakin besar kemungkinan FYP)  
- Keep selamanya  
- Link Shopee akan dicantumkan di bio (khusus Shopee Mall/Star Seller bila ada)  
- Bebas request konsep, namun bila sesuai dengan style Hani akan lebih besar kesempatan FYP

Note :  
1. Khusus skincare/haircare/bodycare hanya menerima yang sudah ber BPOM  
2. Tidak bisa request posting di Instagram kecuali berkenan bila akun Mbekayu tetap private dan kontennya merupakan honest review (tidak sama dengan konten Tik Tok)

SAIFUDDIN ZUHRI

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Jika ada produsen yang menanyakan dan memintanya untuk unggah pada aplikasi lain seperti Instagram, Rieza perkenankan. Tetapi tidak bisa *request* postingan di Instagram kecuali, jika berkenan akun Rieza Hanifa tetap *private* dan kontennya merupakan *honest review* atau tidak sama dengan yang ada pada aplikasi TikTok. Jika kedua pihak setuju,

maka langsung mengenai pembayaran, dengan adanya pembayaran dari pihak produsen maka terjadilah kesepakatan.<sup>58</sup>

b. Syafiqah Ardelia Vegiliane

Menurut Syafiqah Ardelia Vegiliane atau yang biasa disebut dengan Vegi, peranan aplikasi TikTok pada masa pandemi sangat membantu dalam mengurangi rasa bosan di rumah saja.<sup>59</sup> Vegi merupakan pebisnis muda asal Banjarnegara, banyak bisnis yang Vegi jalani bersama kakak atau saudara kembarnya Syafiqah Adela Regiliane seperti bisnis tas, pakaian, jilbab dan di tahun 2020 Vegi bersama kembarnya mencoba bisnis *skincare* yang sekarang sudah memiliki klinik di Punggelan, Banjarnegara.

Berkat keisengan Vegi bermain TikTok, kini Vegi lebih banyak dikenal orang. Perjalanan Vegi hingga mencapai titik lebih banyak dikenal orang tentu tidak instan, Vegi mendapat respon dari para *viewers* cukup lama, hampir satu tahun. Vegi *mendownload* aplikasi TikTok di tahun 2018 hanya sebagai penonton, kemudian mencoba mengunggah video pertama di tahun 2019, masih sepi *viewers*. Berkat konsistensi Vegi untuk tetap mengunggah video sampai tiba di bulan Januari 2020, beberapa video yang Vegi unggah ramai akan *viewers* dan *followers*. Syafiqah Ardelia Vegiliane pertama kali menerima *endorsement* pada bulan Mei 2020.<sup>60</sup>

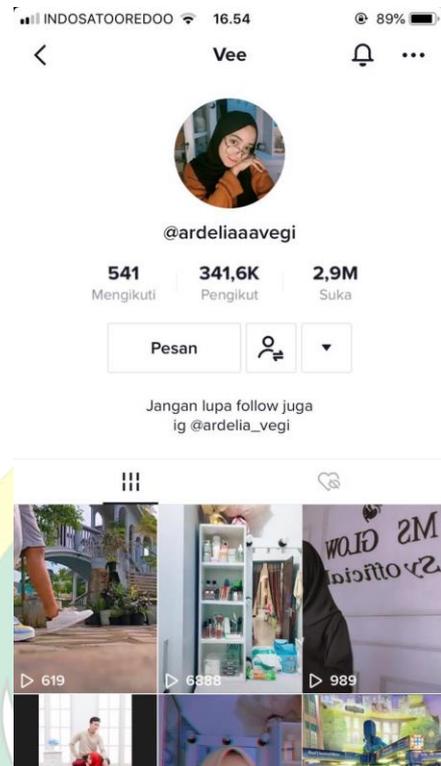
---

<sup>58</sup> Rieza Hanifa, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 10 Maret 2021.

<sup>59</sup> Syafiqah Ardelia Vegiliane, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 13 Maret 2021.

<sup>60</sup> Syafiqah Ardelia Vegiliane, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 13 Maret 2021.

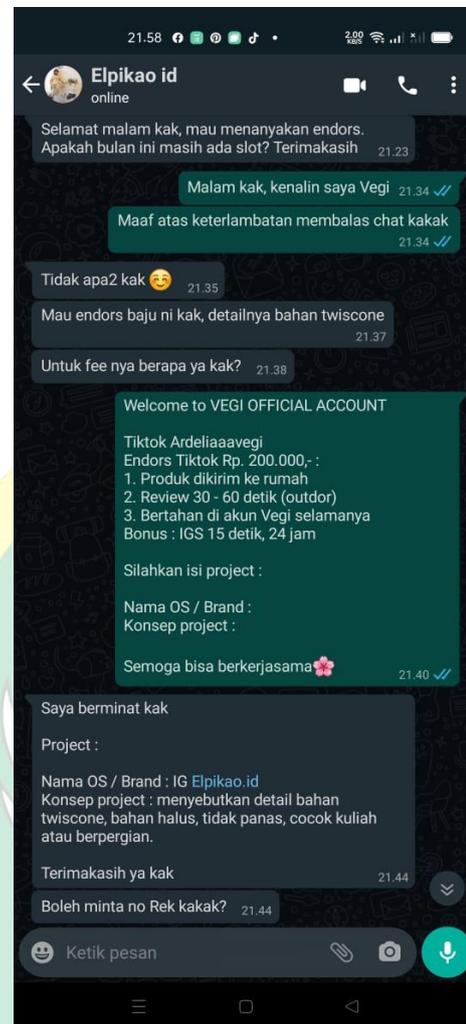
Berikut profil seleb aplikasi TikTok Syafiqah Ardelia Vegiliane:



*Sumber: Dokumentasi Peneliti*

Akun TikTok Vegi memiliki jumlah *followers* 341.600, 541 *following* dan 2.900.000 total *like* dari keseluruhan unggahan video Vegi dalam akun aplikasi TikToknya. Produsen yang ingin berkerjasama dengan Vegi dapat menghubungi Vegi melalui *Email* pada bio akun TikTok Syafiqah Ardelia Vegiliane.

Berikut screenshot salah satu kerjasama Vegi dengan produsen:



Sumber: Dokumentasi Penulis

Selama ini Vegi baru menerima *endorsement* melalui pesan elektronik atau *Email* yang kemudian Vegi alihkan pada pesan WhatsApp, pada pesan WhatsApp produsen memperkenalkan terlebih dahulu produknya pada Vegi, dilengkapi dengan deskripsi produk. Jika produk dapat diterima oleh Vegi, pembahasan berikutnya mengenai ketentuan yang Vegi berikan beserta *payment* yang Vegi tentukan yaitu Rp. 200.000,- satu postingan, video yang Vegi berikan merupakan video

*outdoor*, Vegi unggah pada dua aplikasi yaitu TikTok dan Instagram dengan durasi 30-60 detik pada aplikasi TikTok dan 15 detik pada *instastory* dengan batas waktu 24 jam, sedangkan video unggahan pada aplikasi TikTok Vegi *keep* selamanya. Kemudian jika produsen menanyakan konsep, Vegi tawarkan terlebih dahulu apakah ada konsep dari pihak produsen, jika konsep dari pihak produsen dapat Vegi setuju atau akan Vegi berikan beberapa masukan konsep jika dinilai kurang dari *style* Vegi. Kemudian pembahasan selanjutnya mengenai waktu untuk unggah video, jika semua sudah menemukan kejelasan mengenai konsep dan waktu, dengan adanya kesepakatan maka pada saat itulah pembayaran dapat dibayarkan.<sup>61</sup>

c. Irma Puspita

Pendapat Irma Puspita mengenai aplikasi TikTok yang sedang ramai sejak masa pandemi merupakan hiburan sekaligus wadah berbagi ilmu, apalagi anjuran dari pemerintah untuk menghindari kerumunan dan tidak keluar rumah kalo tidak terlalu penting harus dipatuhi.<sup>62</sup> Beda dengan Rieza dan Vegi, Irma *mendownload* aplikasi TikTok pada tahun 2019. Beberapa hari kemudian Irma langsung membuat unggahan video *quotes* dakwah menggunakan *background* estetik dan langsung mendapatkan banyak respon baik dari para *viewers* melalui kolom komentar. *Quotes* dakwah yang Irma unggah merupakan petikan dari beberapa Ulama dan *quotes* motivasi dari beberapa *publik figur*. Dengan

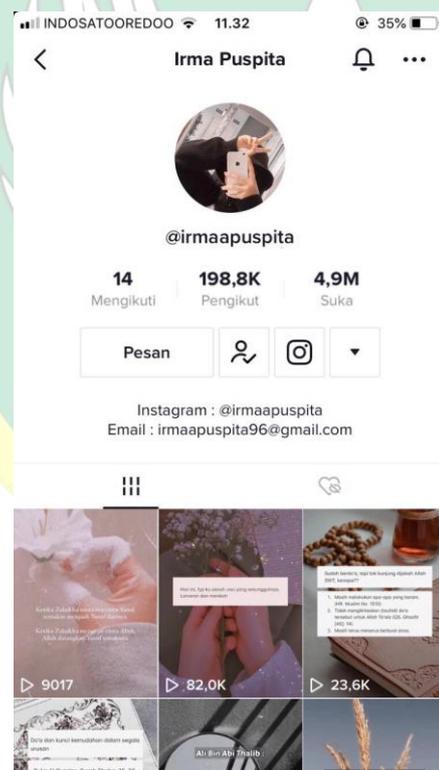
---

<sup>61</sup> Syafiqah Ardelia Vegiliane, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 13 Maret 2021.

<sup>62</sup> Irma Puspita, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 21 Maret 2021.

ramainya unggahan Irma, Irma mencoba inovasi baru dengan mengunggah videonya menggunakan gamis sedang berjalan dengan langkah *slow motion* dilengkapi dengan *quotes* dan mendapat respon baik dari para *viewers*, bahkan ada beberapa yang menanyakan gamis dan jilbab yang Irma gunakan dapat mereka beli di toko mana. Dengan banyaknya komentar yang menanyakan toko dari pakaian yang Irma gunakan, dari situlah Irma dapat menerima *endorsement* pertamanya pada bulan Februari 2020.<sup>63</sup>

Berikut profil seleb aplikasi TikTok Banjarnegara Irma Puspita:



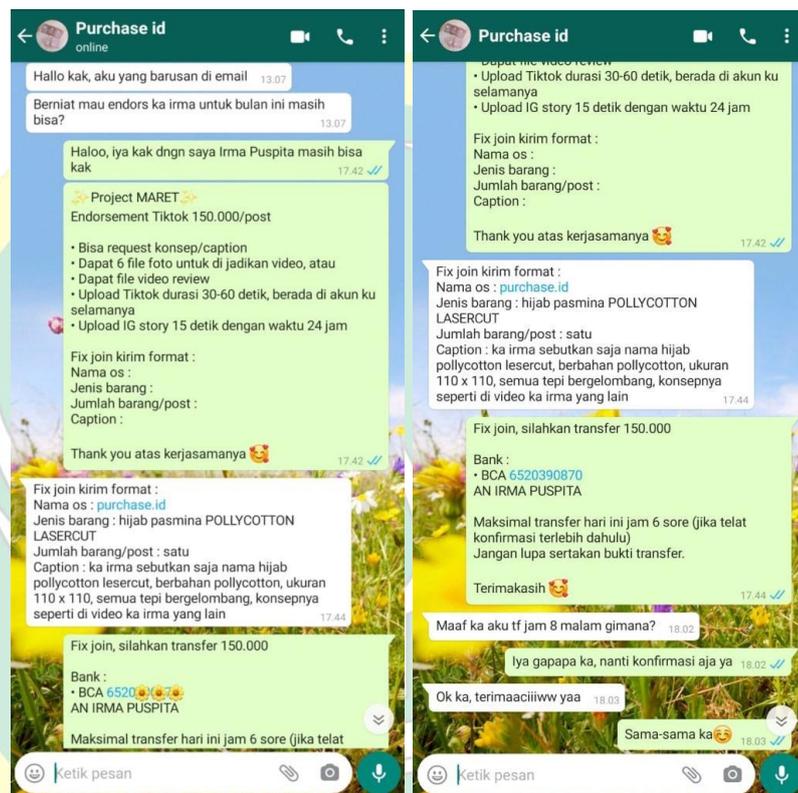
*Sumber: Dokumentasi Peneliti*

Irma Puspita memiliki 198.800 *followers*, 14 *following* dan 4.900.000 total *like* dari keseluruhan unggahan video aplikasi TikTok

<sup>63</sup> Irma Puspita, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 21 Maret 2021.

Irma. Para produsen yang ingin berkerjasama dengan Irma, sudah Irma cantumkan *Email* pada bio akun TikTiknya. Pesan elektronik atau *Email* yang masuk dalam hal berkerjasama, kemudian Irma alihkan pada pesan WhatsApp.

Berikut salah satu screenshot kerjasama Irma dengan produsen:



Sumber: Dokumentasi Penulis

Setelah produsen memperkenalkan dan menjelaskan deskripsi produknya pada pesan WhatsApp, kemudian pembahasan mengenai ketentuan dan *payment* yang Irma berikan. Irma kenakan biaya Rp. 150.000,- pada setiap produsen yang ingin berkerjasama dengannya, video yang Irma berikan merupakan video potongan dari beberapa foto dan bisa *request* full video, video *endorsement* dapat Irma unggah pada dua aplikasi

yaitu TikTok dan Instagram, namun pada Instagram hanya Irma unggah pada *story*, sedangkan pada aplikasi TikTok dengan durasi 30-60 detik Irma *keep* selamanya. Jika kesepakatan disetujui oleh pihak produsen, maka terjadilah akad, dibayar di muka.<sup>64</sup>

## 5. Teknis Kerjasama Seleb Aplikasi TikTok Banjarnegara

Apabila produsen akan berkerjasama dengan seleb aplikasi TikTok Banjarnegara, yang mana masing-masing produsen dan seleb aplikasi TikTok memiliki hak dan kewajiban, di antaranya:

### a. Hak Produsen

- 1) Menawarkan produk kepada seleb aplikasi TikTok
- 2) Memberitahu produk dari nama *brand* yang akan di kirim
- 3) Memberitahu konsep yang di ingkinkan produsen

### b. Kewajiban Produsen

- 1) Membayar jasa seleb aplikasi TikTok
- 2) Mendapatkan foto atau video *endorsement* dari seleb aplikasi TikTok

### c. Hak Seleb Aplikasi TikTok

- 1) Menanyakan produk
- 2) Menentukan harga
- 3) Menerima dan memberi masukan mengenai konsep
- 4) Berhak untuk menyepakati kerjasama

### d. Kewajiban Seleb Aplikasi TikTok

- 1) Menerima bayaran akan jasa yang di berikan pada produsen

---

<sup>64</sup> Irma Puspita, Seleb Aplikasi TikTok, *Wawancara*, pada 21 Maret 2021.

2) Mengirim foto atau video hasil *endorsement* kepada pihak produsen

Dalam kerjasama antara produsen dengan seleb aplikasi TikTok tidak ada ketentuan mengenai untung dan rugi, jika banyak konsumen yang tertarik untuk membeli produk tersebut, maka merupakan keuntungan bagi pihak produsen. Sebaliknya, jika dalam *endorsement* seleb aplikasi TikTok hanya sedikit konsumen yang membeli produk dan tidak adanya *feedback* yang di dapat produsen, maka hal tersebut merupakan kerugian bagi pihak produsen.

### **C. Analisis Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok Banjarnegara**

Sewa menyewa jasa dalam fiqh disebut dengan *ijarah* yang menurut etimologi merupakan salah satu akad *mu'awadhat*, yaitu transaksi yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan atau manfaat materil. *Ijarah* juga dimaknai sebagai proses perjanjian para pihak, salah satunya pihak yang berkedudukan sebagai penyedia barang atau jasa (*mu'jir*) dan pihak lain berkedudukan sebagai pengguna atau penerima manfaat barang atau jasa (*musta'jir*). Sebelum adanya kesepakatan, kedua pihak saling menyampaikan apa yang sama-sama ingin mereka sampaikan satu sama lain, dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah dijelaskan untuk mencapai adanya kesepakatan dalam berakad, *mu'jir* dan *musta'jir* dapat melakukan dengan dua cara, yaitu tatap muka dan jarak jauh. Tatap muka atau dengan bertemu langsung antara *mu'jir* dan *musta'jir* sedangkan jarak jauh antara *mu'jir* dan *musta'jir* dapat dilakukan dengan salah satu contoh menggunakan surat elektronik atau *Email*. Umat Islam pada zaman Rasulullah Saw berkeyakinan bahwa dunia ini merupakan tempat

bercocok tanam dalam hal kebaikan, yang nantinya akan kita petik di akhirat kelak.

Dalam rukun akad, diharuskan adanya pelaku akad, objek akad dan *ijab qabul*, dalam penelitian ini peneliti akan mengaitkan akad *ijarah* dengan penghasilan seleb aplikasi TikTok Banjarnegara, di antaranya:

1. Pelaku akad, dalam sistem kerjasama atau *endorsement* dengan seleb aplikasi TikTok perlu adanya pelaku akad, di mana ada produsen yang meminta kerjasamanya dengan seleb aplikasi TikTok Banjarnegara dalam penelitian yang peneliti kerjakan, seleb aplikasi TikTok Banjarnegara yaitu Rieza Hanifa, Syafiqah Ardelia Vegiliane dan Irma Puspita.
2. Objek akad, dalam penelitian ini yaitu jasa yang diberikan seleb aplikasi TikTok, begitu juga seperti manfaat apa yang sama-sama akan didapat oleh pihak produsen dan seleb aplikasi TikTok dan juga mengenai *payment*.
3. *Ijab dan qabul*, dalam penelitian ini yaitu sebagai manifestasi dari perasaan suka sama suka, dengan catatan keduanya terdapat kecocokan dan kesesuaian. *Qabul* diucapkan selesai pernyataan *ijab* tanpa jeda, seperti halnya dalam jual beli. Dengan penetapan waktu, kapan waktu untuk mengunggah dan kesepakatan mengenai batas waktu. Dari tiga seleb aplikasi TikTok Banjarnegara, mereka memberikan waktu yang sama, yaitu *keep* selamanya berada di akun masing-masing seleb aplikasi TikTok.

Adanya kesepakatan apabila akad sudah memenuhi rukun-rukun tersebut, karena substansi dari akad sudah ada, namun akad tersebut akan dapat dikatakan sah apabila telah memenuhi syarat akad tersebut, di mana akad yang

dimaksud ialah syarat dari akad *ijarah*. Syarat dari akad *ijarah*, di antaranya:

1. Syarat bagi kedua pihak yang berakad telah baligh dan berakal. Kedua pihak dalam penelitian ini yaitu pihak produsen dengan seleb aplikasi TikTok, baik produsen atau seleb TikTok dalam penelitian ini sudah cakap umur dan berakal.
2. Kedua pihak yang berakad menyatakan suatu kerelaannya untuk melakukan akad *ijarah*. Apabila salah satu pihak ada yang terpaksa dalam melakukan akad *ijarah*, maka akad tersebut tidak sah. Dalam penelitian ini, kedua pihak baik produsen maupun seleb aplikasi TikTok sama-sama sepakat dalam hal kerjasama, maka dalam penelitian ini tidak ada unsur paksaan.
3. Manfaat yang menjadi objek *ijarah* harus diketahui secara terang dan jelas, baik mengenai definisi, peraturan kedua pihak, waktu dan *payment* harus tersampaikan dengan terang dan jelas antara pihak produsen dengan seleb aplikasi TikTok, untuk menghindari adanya perselisihan. Jika manfaat yang menjadi objek *ijarah* tidak jelas, maka akad tersebut tidak sah. Namun selama ini dari ketiga informan yang penulis mintai beberapa informasinya, akad mengenai syarat dari manfaat objek yang para informan bagikan jelas manfaatnya.
4. Objek *ijarah* dapat diserahkan dan dipergunakan secara langsung dan tidak ada cacatnya.<sup>65</sup> Dalam penelitian yang peneliti kerjakan, objek *ijarah* atas jasa yang dijalankan produsen dengan seleb aplikasi TikTok mengenai kerjasama

---

<sup>65</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 231.

tidak menemukan adanya kejanggalan atau suatu hal yang merusak akad yang telah dibuat, kedua belah pihak menjalankan sesuai dengan kesepakatan.

Pada saat melaksanakan perjanjian, maka kedua pihak harus mempunyai sikap yang sama, tentang bagaimana yang mereka perjanjikan baik terhadap isi perjanjian maupun hal-hal yang timbul di kemudian hari.<sup>66</sup> Syarat dari kedua pihak yang sudah baligh dan berakal sudah jelas, dibuktikan dari segi usia dan cara berfikir atau cara menyampaikan beberapa masukan di antara produsen dan seleb aplikasi TikTok. Dari segi menyatakan suatu kerelaannya untuk melakukan akad *ijarah*, kedua pihak sama-sama tidak mendapatkan ada unsur paksaan di dalamnya. Manfaat yang menjadi objek *ijarah* harus diketahui secara terang dan jelas, baik mengenai definisi produk, peraturan antara kedua pihak, waktu pada saat kerjasama maupun waktu dalam pelaksanaan disertai dengan kontrak yang berlaku dan *payment* atau mengenai upah (*ujrah*) yang harus dibayarkan produsen pada seleb TikTok tersebut. Objek *ijarah* dapat diserahkan dan dipergunakan secara langsung dan tidak ada cacatnya, objek *ijarah* atas jasa yang dijalankan produsen dengan seleb aplikasi TikTok kedua belah pihak menjalankannya sesuai dengan kesepakatan dan tidak adanya kejanggalan atau cacat dalam berakad.

Dari hasil penelitian, para informan menjelaskan bahwa keuntungan dan kerugian sudah menjadi resiko bagi produsen. Apalagi kerjasama yang sudah terbentuk sama-sama sepakat mengenai sistem dan *payment*. Dalam

---

<sup>66</sup> Chairuman Pasaribu Suharwardi, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1994), hlm. 2.

sistem penghasilan seleb aplikasi TikTok, sistem penghasilannya sudah jelas, dengan adanya akad meliputi aturan dari pihak produsen dan aturan dari pihak seleb aplikasi TikTok kemudian mengenai waktu unggah dan pembayaran langsung di muka. Semuanya telah disepakati dan sesuai dengan keinginan masing-masing pihak, tanpa adanya paksaan dari kedua pihak yang berakad.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa dalam sistem penghasilan seleb aplikasi TikTok Banjarnegara telah memenuhi ketentuan akad yang sah. Akad *ijarah* dapat dikatakan sah jika telah terpenuhinya rukun dan syarat akad *ijarah*.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari penelitian yang peneliti kaji pada bab sebelumnya mengenai “Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok (Studi Kasus di Banjarnegara) maka penulis menyimpulkan:

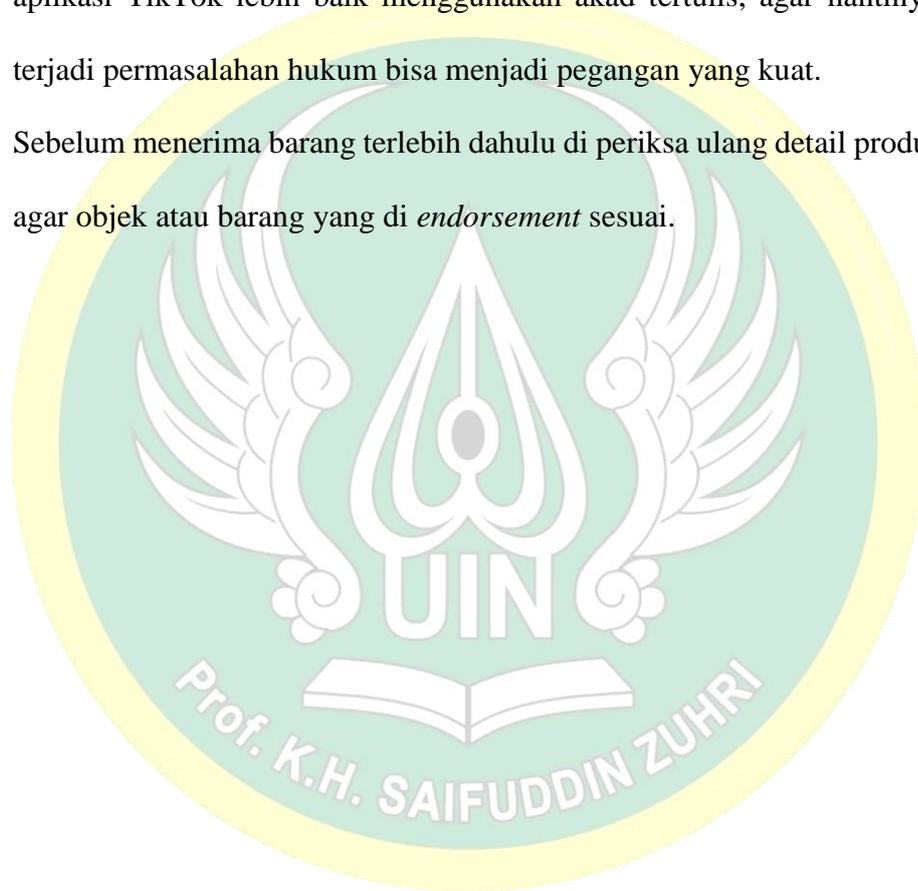
1. Proses kerjasama yang dilakukan oleh produsen dan seleb aplikasi TikTok merupakan bentuk kerjasama menyewa jasa seleb aplikasi TikTok dalam mempromosikan produknya. Tujuannya agar produk dari masing-masing produsen lebih banyak dikenal orang dan mengundang banyak ketertarikan konsumen untuk membelinya. Mekanisme yang dijalankan Rieza Hanifa menggunakan lisan dan tertulis, sedangkan Syafiqah Ardelia Vegiliane dan Irma Puspita hanya lisan saja. Dengan cara produsen menghubungi seleb aplikasi TikTok terlebih dahulu, kemudian mendapatkan jawaban dari seleb TikTok, setelah mendapat jawaban kemudian langsung ke proses pembayaran dengan cara transfer antar bank. Dalam akad tersebut, *payment* dari seleb aplikasi TikTok disampaikan di awal dan telah diketahui oleh kedua belah pihak.
2. Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah terhadap penghasilan seleb aplikasi TikTok berdasarkan akad *ijarah*, di mana produsen menyewa jasa seleb aplikasi TikTok untuk mempromosikan produknya. Dalam tahapan untuk mencapai syarat sah dalam berakad, diharuskan terpenuhinya rukun dan syarat akad *ijarah*. Dalam penghasilan seleb aplikasi TikTok rukun dan syarat

akad *ijarah* mengenai syarat sah akad *ijarah* dalam Hukum Ekonomi Syari'ah telah terpenuhi.

## **B. Saran**

Dari kesimpulan penelitian, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Pelaksanaan akad dalam sistem *endorsement* antara produsen dengan seleb aplikasi TikTok lebih baik menggunakan akad tertulis, agar nantinya jika terjadi permasalahan hukum bisa menjadi pegangan yang kuat.
2. Sebelum menerima barang terlebih dahulu di periksa ulang detail produknya, agar objek atau barang yang di *endorsement* sesuai.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya. *Sosial media berbasis video*. <https://www.gedgetren.com/>, 12 Juni 2021.
- Al-Faifi, Syaikh Sulaiman Ahmad Yahya. *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2009.
- Al-Zuhaili, Wahbah. *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*. Damaskus: Dar al-Fikr, 1989.
- Anonim. *Rukun dan syarat ijarah pembatalan dan berakhirnya ijarah*. [www.123dok.com](http://www.123dok.com). 15 Mei 2021.
- Anonim. *Sejarah singkat Aplikasi TikTok*. <https://www.pranataprinting.com/>. 20 Mei 2021.
- Anonim. *Seleb aplikasi TikTok*. <https://www.tomtekno.com/>. 12 Juni 2021.
- Anonim. *TikTok*. <https://id.wikipedia.org/>. 20 Mei 2021.
- Arifin, Muhammad. *Fikih Perniagaan Islam*. Jakarta: Darul Haq, 2018.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Reanika Cipta, 2002.
- Aulia, Salsabila. *Aplikasi TikTok dapat memberikan manfaat bagi penggunanya*. <https://www.kumparan.com/>. 18 Juni 2021.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2008.
- Dian Lestari, Saporso. "Peranan endorser terhadap brand image dari sudut pandang konsumen", *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. Vol. 9, No. 3, September 2009.
- Hafizh Dasuki, HA. *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jakarta: FIKIMA Ihtiar Baru van Hoeve, 1997.
- Hasan, Ahmad. *Nazhariyyat al-Ujur fi al-Fiqh al-Islami*. t.k: Far Iqra', t.t.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Hanifa, Rieza. *Seleb Aplikasi TikTok*. *Wawancara*. 10 Maret 2021.
- Humas Setda Banjarnegara. *Profil Banjarnegara*. <https://banjarnegarakab.go.id/>. 02 Juli 2021.

- Kamil, Umar Abdullah. *al-Qawa'id al-Fiqhiyyah al-Kubra wa Atsaruha fi al-Mu'amalat al-Maliyah*. Maesir: Universitas al-Azhar, t.t.
- Mauludi, Ali. *Teknik Belajar Statistik*. Jakarta: Alim's Publishing, 2016.
- Moleong, Lexi J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Muslich, Ahmad Wardi. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Puspita, Irma. Seleb Aplikasi TikTok. *Wawancara*. 10 Maret 2021.
- Rahman Ghazaly, Abdul. *Fiqh Muamala*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Sabiq, Al-Sayyid. *Fiqh al-Sunnah*. Beirut: Dar al-Fikr, 1983.
- Saiman, Angelista Putri. *Kamu Pengguna TikTok Yuk Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok*. <https://www.kumparan.com/>. 07 Juli 2021.
- Sholahudin, Muhammad. *Fatwa-fatwa Muamalah Kontemporer*. Surabaya: Pustaka Progresif, 2004.
- Siyota, Sandu dan M Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Suharwardi, Chairuman Pasaribu. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 1994.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamala*. Jakarta: Grafindo Persada, 2010.
- Sukirno, Sadono. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2006.
- Syafe'i, Rahmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2004.
- Syafei, Rahmat. *Fiqh Muamalah* Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Tim penterjemah al-Qur'an Kemenag RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Surakarta: Azziadah, 2014.
- Undang-undang Ketenagakerjaan*. Jakarta: Sinar Grafika, 2007.
- Universitas Madinah. *Fiqh al Mu'amalat*. Kerajaan Saudi Arabia: Universitas Madinah, 2009.
- Vegiliane, Syafiqah Ardelia. Seleb Aplikasi TikTok. *Wawancara*. 10 Maret 2021.

Za'tari, Ala al-Din. *Fiqh al-Muamalat al-Malikiyyah al-Muqaran: Shiyaghah Jadidah wa Amsilah Mu'ashirah*. Damaskus: Dar al-'Ashma, 2008.



Lampiran I

**TRANSKIP HASIL WAWANCARA**

Nama : Rieza Hanifa

Umur : 24 tahun

Alamat : Jl. Sunan Gripti Gang At-Taqwa III RT 01 RW 05 No. 36

Kutabanjarnegara Banjarnegara

Keterangan : Seleb Aplikasi TikTok Banjarnegara

Waktu : Rabu, 10 Maret 2021. Pukul 11.00 WIB

1.	P	Menurut kak Rieza, bagaimana peranan aplikasi TikTok dalam masa pandemi seperti saat ini?
	S	Menurut saya pribadi, aplikasi TikTok merupakan wadah kreatifitas bagi para pengguna termasuk saya, pandemi yang terjadi saat ini tidak dipungkiri untuk kita mematuhi aturan pemerintah, salah satunya jaga jarak dan menghindari kerumunan, jadi untuk mengatasi rasa bosan saya bermain TikTok.
2.	P	Kak Rieza <i>mendownload</i> aplikasi TikTok sejak kapan?
	S	Saya <i>download</i> aplikasi TikTok sejak April 2020
3.	P	Kapan pertama kali kak Rieza unggah video pada aplikasi TikTok?
	S	Bulan April juga, ditahun yang sama 2020
4.	P	Apakah video yang kak Rieza unggah langsung mendapat respon dari para <i>viewers</i> ?

	S	Tidak, video saya sepi sekali dibulan April hingga Juni
5.	P	Kapan kak Rieza mengetahui unggahan video kak Rieza ramai?
	S	Diakhir bulan Juni
6.	P	Kapan pertama kali kak Rieza menerima <i>endorsement</i> ?
	S	Pada bulan Agustus 2020
7.	P	Bagaimana cara produsen menghubungi kak Rieza dalam hal kerjasama?
	S	Saya mencantumkan nama Instagram dan Email saya pada bio akun TikTok, biasanya para produsen menghubungi saya melalui DM ( <i>direct message</i> ) atau pesan langsung, ada juga yang menghubungi saya melalui Email.
8.	P	Bagaimana proses terjadinya kerjasama antara produsen dengan kak Rieza?
	S	Produsen menghubungi saya melalui DM ( <i>direct message</i> ) kemudian saya alihkan pada pesan WhatsApp, ada juga yang menghubungi melalui <i>Email</i> . Terlebih dahulu saya sampaikan ketentuan yang dapat dipelajari pihak yang ingin berkerjasama dengan saya, jika pihak produsen sudah membaca dan mengerti isi dari persyaratan tersebut, kemudian saya menanyakan definisi dari produk tersebut, setelah saya paham kemudian saya menanyakan apakah kesepakatan ingin melalui lisan atau tertulis. Jika produsen ingin tertulis maka Rieza perkenankan untuk bertemu langsung dirumahnya atau pertemuan diluar seperti di

		<p><i>caffé</i>. Dengan kondisi pandemi seperti sekarang ini, saya lebih banyak berkerjasama melalui lisan. Jika kedua pihak setuju, maka langsung mengenai pembayaran, dengan adanya pembayaran dari pihak produsen maka terjadilah kesepakatan.</p>
9.	P	<p>Apa saja produk <i>endorsement</i> yang kak Rieza terima?</p>
	S	<p>Saya menerima <i>endorsement</i> makanan, <i>fashion</i>, mainan seperti <i>slime</i> dan <i>dancing cactus</i>, aksesoris meliputi tas dan jam tangan, <i>skincare</i> dan <i>haircare</i> hanya yang sudah berBPOM, kemudian saya juga terima <i>review</i> tempat wisata, <i>review store</i> atau toko online shopee dan <i>review</i> aplikasi</p>
10.	P	<p>Berapa <i>payment</i> jika menggunakan jasa kak Rieza? keuntungan apa yang kak Rieza berikan pada produsen?</p>
	S	<p>Untuk <i>review</i> produk dikirim kerumah saya dikenakan biaya Rp. 200.000,- dengan durasi video 40-60 detik, link toko shopee akan saya cantumkan pada bio dan bebas <i>request</i> konsep, namun jika sesuai dengan <i>style</i> saya lebih besar kesempatan FYP (<i>for your page</i>), <i>keep</i> selamanya. Untuk <i>visit store</i> dan tempat wisata, saya dikenakan biaya Rp. 400.000,- jika lokasi berada diluar Banjarnegara dikenakan biaya transportasi, <i>review</i> durasi video 40-60 detik, link <i>store</i> shopee akan dicantumkan pada bio dan bebas <i>request</i> konsep, namun jika sesuai dengan <i>style</i> saya lebih besar kesempatan FYP (<i>for your page</i>), <i>keep</i> selamanya.</p>

11.	P	Apakah ada peraturan tambahan mengenai produk yang ingin menggunakan jasa kak Rieza?
	S	Khusus <i>skincare/haircare/bodycare</i> saya hanya menerima yang sudah berBPOM
12.	P	Apakah kak Rieza hanya mengunggah pada aplikasi TikTok atau juga aplikasi lain? Seperti Instagram?
	S	Tidak bisa <i>request</i> postingan di Instagram, kecuali jika berkenan akun saya tetap <i>private</i> dan kontennya merupakan <i>honest review</i> atau tidak sama dengan TikTok
13.	P	Apakah kak Rieza menjadikan profesi seleb aplikasi TikTok sebagai profesi tetap?
	S	Tidak, ini saya jadikan sambilan sekaligus hiburan yang menghasilkan. Berhubung saya mahasiswa tingkat akhir, sambil mengisi kekosongan saja
14.	P	Apa dampak negatif penggunaan aplikasi TikTok menurut kak Rieza?
	S	Memicu adanya perbedaan ekonomi sosial dan menimbulkan kecemburuan sosial
15.	P	Apa pesan kakak untuk para konten kreator pemula dalam bermedia sosial?
	S	Manfaatkan media sosial dengan baik dan benar dan tekuni apa yang menjadi <i>style</i> kalian

Lampiran II

**TRANSKIP HASIL WAWANCARA**

Nama : Syafiqah Ardelia Vegiliane

Umur : 20 tahun

Alamat : Danakerta, RT 02 RW 01 Kec. Punggelan Kab. Banjarnegara

Keterangan : Seleb Aplikasi TikTok Banjarnegara

Waktu : Sabtu, 13 Maret 2021. Pukul 10.30 WIB

1.	P	Menurut kak Vegi, bagaimana peranan aplikasi TikTok dalam masa pandemi seperti saat ini?
	S	Sangat membantu dalam mengurangi rasa bosan dirumah saja
2.	P	Kak Vegi <i>mendownload</i> aplikasi TikTok sejak kapan?
	S	Sejak tahun 2018
3.	P	Kapan pertama kali kak Vegi unggah video pada aplikasi TikTok?
	S	Pertama saya unggah video pada aplikasi TikTok tahun 2019, ditahun 2018 saya hanya sebagai <i>viewers</i>
4.	P	Apakah video yang kak Vegi unggah langsung mendapat respon dari para <i>viewers</i> ?
	S	Tidak, saya mendapat respon dari para <i>viewers</i> cukup lama, hampir satu tahun. Saya pertama unggah video ditahun 2019, masih sepi tetapi saya konsisten untuk tetap unggah video sampai tiba dibulan Januari 2020
5.	P	Kapan kak Vegi mengetahui unggahan video kak Vegi ramai?

	S	Bulan Januari 2020
6.	P	Kapan pertama kali kak Vegi menerima <i>endorsement</i> ?
	S	Pada bulan Mei 2020
7.	P	Bagaimana cara produsen menghubungi kak Vegi dalam hal kerjasama?
	S	Saya mencantumkan Email pada bio akun TikTok saya, jadi jika ada yang mau berkerjasama dengan saya, langsung menghubungi Email yang tertera pada akun TikTok saya
8.	P	Bagaimana proses terjadinya kerjasama antara produsen dengan Vegi?
	S	Terlebih dahulu produsen menghubungi saya melalui <i>Email</i> , kemudian saya alihkan pada pesan WhatsApp, pada pesan WhatsApp produsen memperkenalkan terlebih dahulu produknya pada saya, dilengkapi dengan deskripsi produk. Jika produk dapat diterima oleh saya, pembahasan berikutnya mengenai ketentuan yang saya berikan beserta <i>payment</i> . Terlebih dahulu Vegi tawarkan apakah ada konsep dari pihak produsen, jika ada konsep dari pihak produsen dan dapat saya setuju atau akan saya berikan beberapa masukan konsep jika di nilai kurang dari style saya. Kemudian pembahasan selanjutnya mengenai waktu untuk unggah video, jika semua sudah menemukan kejelasan mengenai konsep dan waktu, dengan adanya kesepakatan maka pada saat itulah pembayaran dapat di bayarkan.

9.	P	Apa saja produk <i>endorsement</i> yang kak Vegi terima?
	S	Saya hanya menerima pakaian atau <i>fashion</i> , sepatu atau <i>flatshoes</i> dan aksesoris meliputi tas, jam tangan
10.	P	Berapa <i>payment</i> jika menggunakan jasa kak Vegi? keuntungan apa yang kak Vegi berikan pada produsen?
	S	Saya dikenakan biaya Rp. 200.000,- satu postingan, video yang saya berikan merupakan video <i>outdor</i> , saya unggah pada dua aplikasi yaitu TikTok dan Instagram dengan durasi 30-60 detik, saya keep selamanya
11.	P	Apakah ada peraturan tambahan mengenai produk yang ingin menggunakan jasa kak Vegi?
	S	Tidak, karna saya hanya menerima <i>endorsement fashion</i> . Tidak menerima <i>skincare</i> dan makanan
12.	P	Apakah kak Vegi hanya mengunggah pada aplikasi TikTok atau juga aplikasi lain? Seperti Instagram?
	S	Ya, saya mengunggah pada dua aplikasi yaitu TikTok dan Instagram, dengan batas waktu 24 jam pada instastory dan keep selamanya pada aplikasi TikTok
13.	P	Apakah kak Vegi menjadikan profesi seleb TikTok sebagai profesi tetap?
	S	Tidak, karna saya juga menjalankan bisnis lain
14.	P	Apa dampak negatif penggunaan aplikasi TikTok menurut kak Vegi?

	S	Cenderung menimbulkan kecemburuan sosial
15.	P	Apa pesan kakak untuk para konten kreator pemula dalam bermedia sosial?
	S	Konsisten



Lampiran III

**TRANSKIP HASIL WAWANCARA**

Nama : Irma Puspita

Umur : 25 tahun

Alamat : Kincang, RT 02 RW 05 Kec. Rakit Kab. Banjarnegara

Keterangan : Seleb Aplikasi TikTok Banjarnegara

Waktu : Minggu, 21 Maret 2021. Pukul 11.00 WIB

1.	P	Menurut kak Irma, bagaimana peranan aplikasi TikTok dalam masa pandemi seperti saat ini?
	S	Sebagai hiburan sekaligus wadah berbagi ilmu, apalagi anjuran dari pemerintah untuk menghindari kerumunan dan tidak keluar rumah kalo tidak terlalu penting harus dipatuhi
2.	P	Kak Irma <i>mendownload</i> aplikasi TikTok sejak kapan?
	S	Sejak tahun 2019
3.	P	Kapan pertama kali kak Irma unggah video pada aplikasi TikTok?
	S	Di tahun 2019
4.	P	Apakah video yang kak Irma unggah langsung mendapat respon dari para <i>viewers</i> ?
	S	Ya, karna video yang saya unggah merupakan <i>quotes</i> dakwah dan langsung banyak respon baik dari para <i>viewers</i>
5.	P	Kapan kak Irma mengetahui unggahan video kak Irma ramai?

	S	Sehari setelah saya unggah video pertama saya dan sampai saat ini video saya mendapatkan respon yang sangat baik dari para <i>viewers</i>
6.	P	Kapan pertama kali kak Irma menerima <i>endorsement</i> ?
	S	Pada bulan Febuari 2020
7.	P	Bagaimana cara produsen menghubungi kak Irma dalam hal kerjasama?
	S	Saya mencantumkan Email pada bio akun TikTok saya, jadi jika ada yang mau berkerjasama dengan saya, langsung menghubungi Email yang tertera pada akun TikTok saya
8.	P	Bagaimana proses terjadinya kerjasama antara produsen dengan kak Irma?
	S	Produsen menghubungi saya melalui <i>Email</i> , pesan <i>Email</i> yang masuk dalam hal berkerjasama kemudian saya alihkan pada pesan WhatsApp. Saat produsen menghubungi saya pada pesan WhatsApp untuk memperkenalkan dan menjelaskan deskripsi produknya, kemudian pembahasan mengenai ketentuan dan payment yang saya berikan. Jika kesepakatan di setuju oleh pihak produsen, maka terjadilah akad, di bayar di muka.
9.	P	Apa saja produk <i>endorsement</i> yang kak Irma terima?
	S	Saya menerima gamis, leging, manset, jilbab, ciput dan aksesoris berupa bros, jam tangan dan tas

10.	P	Berapa <i>payment</i> jika menggunakan jasa kak Irma? keuntungan apa yang kak Irma berikan pada produsen?
	S	Saya kenakan biaya Rp. 150.000,- video yang saya berikan merupakan video potongan dari beberapa foto dan bisa juga <i>request</i> full video, saya unggah pada dua aplikasi yaitu TikTok dan Instagram, namun pada Instagram hanya saya unggah pada <i>story</i> , dengan durasi 30-60 detik, pada akun TikTok saya <i>keep</i> selamanya
11.	P	Apakah ada peraturan tambahan mengenai produk yang ingin menggunakan jasa kak Irma?
	S	Pada postingan leging, saya hanya video dari lutut hingga mata kaki. Pada postingan manset, saya video hanya lengan tangan. Atau jika mau full produk terlihat, saya <i>review</i> dengan kondisi tidak sedang dipakai
12.	P	Apakah kak Irma hanya mengunggah pada aplikasi TikTok atau juga aplikasi lain? Seperti Instagram?
	S	Pada aplikasi Instagram saya hanya unggah pada <i>story</i> , pada aplikasi TikTok saya <i>keep</i> selamanya
13.	P	Apakah kak Irma menjadikan profesi seleb TikTok sebagai profesi tetap?
	S	Tidak, karna saya juga menjalankan bisnis lain
14.	P	Apa dampak negatif penggunaan aplikasi TikTok menurut kak Irma?

	S	Menurut saya, karna adanya kolom komentar pada aplikasi TikTok, membuat orang yang tidak suka pada video seseorang ia sampaikan pada kolom komentar, sehingga menimbulkan adanya <i>bullying</i>
15.	P	Apa pesan kakak untuk para konten kreator pemula dalam bermedia sosial?
	S	Gunakan dan manfaatkan media sosial dengan benar, jangan sampai menimbulkan terjadinya penyimpangan

