



PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PENGHASILAN SELEB APLIKASI TIKTOK DI KOTA PALOPO

DwiYanti

Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Palopo
Email: dwiyanti0053_mhs@iainpalopo.ac.id

Abdain

Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Palopo
Email: abdain@iainpalopo.ac.id

Abstract

This Article discusses the perspective of sharia economic law on the income of TikTok application celebrities in the city of Palopo. This research was motivated by the existence of a lease between business actors and TikTok application celebrities which did not comply with the agreed contract. This research aims to find out and understand the perspective, as well as the ijarah agreement system on the income of TikTok application celebrities. This type of research is empirical research with a statute approach. This research is field research, the researcher obtains or obtains primary data by conducting direct interviews with informants. The research results show that the contract used by producers with TikTok application celebrities is the ijarah contract. The collaboration process carried out by producers and TikTok application celebrities is a form of collaboration in hiring the services of TikTok application celebrities to promote their products. The aim is to make products from each manufacturer more widely known and attract more consumer interest in buying them. In order to achieve the requirements for a valid contract, it is necessary to fulfill the pillars and conditions of the ijarah agreement. So that the collaboration between producers and TikTok celebrities to earn income is in accordance with the terms and conditions of the ijarah agreement. One of the factors in the implementation of endorsements is that agreement is not written in black and white because both parties are still not aware of the importance of an agreement that must be written formally, apart from that, duo to time constraints, distance and places that cannot be reached, the agreement is not written informally. According to the Civil Code Article 1320, this is considered valid, so that when a can still be resolved according to existing law.

Keywords: Ijarah agreement, TikTok application, Endorsement

Abstrak

Artikel ini membahas tentang perspektif hukum ekonomi syariah terhadap penghasilan seleb aplikasi TikTok di kota Palopo, penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya sewa menyewa antara pelaku usaha dengan seleb aplikasi tiktok yang tidak sesuai dengan akad yang telah disepakati, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami perspektif, serta sistem akad ijarah pada penghasilan seleb aplikasi TikTok. Jenis penelitian merupakan penelitian empiris dengan

pendekatan perundang-undangan. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, peneliti memperoleh atau mendapatkan data primer dengan melakukan wawancara langsung dengan informan. Hasil penelitian dapat disimpulkan 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. Pelaksanaan endorsement yang dilakukan perjanjiannya tidak tertulis hitam diatas putih salah satu faktornya karena kedua pihak yang masih kurang sadar terhadap pentingnya perjanjian yang harus ditulis secara formal. Selain itu juga karena keterbatasan waktu, jarak dan tempat yang belum bisa dijangkau. Perjanjian tidak tertulis secara tidak formal ini menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pasal 1320 dianggap sah, sehingga ketika dihadapkan suatu permasalahan maka perjanjian ini tetap bisa diselesaikan sesuai hukum yang ada.

Kata Kunci: Akad ijarah, Aplikasi TikTok, Endorse.

A. Pendahuluan

Kegiatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dalam Islam diatur dalam muamalah. Menurut istilah yang dimaksud muamalah selain ibadah adalah bagian fiqh yang mengatur hukum-hukum hubungan interpersonal antar manusia. Muamalah berasal dari kata amalah yu'amilu muamalan yang artinya bertindak saling berbuat dan saling mengamalkan, sedangkan secara terminologi muamalah adalah pengetahuan tentang kegiatan atau transaksi yang berdasarkan hukum-hukum syariat. Mengenai perilaku manusia dalam kehidupannya yang diperoleh dari dalil-dalil Islam secara rinci.

Menurut Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Dasar 1945, Indonesia adalah negara hukum. Sebagai warga negara Indonesia, kita harus menjunjung tinggi hukum sesuai dengan berbagai konflik yang ada di Indonesia sendiri.

Kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya selalu bergantung dengan manusia lainnya. Manusia harus saling berinteraksi untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan baik barang maupun jasa. Interaksi manusia tersebut diatur dalam Islam yang dikenal dengan fiqh muamalah yaitu hukum-hukum syariat

yang mengatur interaksi antar sesama manusia yang berkaitan harta benda (al-mal). Salah satu pembahasan yang paling penting dalam muamalah adalah kajian tentang akad. Transaksi apapun yang dilakukan oleh manusia dalam memperoleh barang dan jasa ditentukan oleh akad apa yang digunakan. Maka posisi akad akan menentukan apakah transaksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah atau tidak.

Muamalah berbagai bentuk menciptakan hubungan yang harmonis antara sesama manusia, sebagaimana terciptakan hubungan rukun dan tentram, karena muamalah memiliki sifat tolong menolong yang dianjurkan dalam agama Islam.¹ Seperti yang tertera pada penggalan surah al-Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemahan:

“dan tolong menolonglah kamu dalam kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam perbutan dosa dan pelanggaran, dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaan-Nya.”²

Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan, yakni segala bentuk dan macam hal yang membawa kepada kemaslahatan duniawi dan atau ukhrawi dan demikian juga tolong menolonglah dalam ketakwaan, yakni segala upaya yang dapat menghindarkan bencana duniawi dan atau ukhwari, walaupun dengan orang-orang yang tidak seiman dengan kamu, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran, Bertakwalah kepada Allah, takut kepada Allah, dengan melakukan perintah-Nya dan meninggalkan larangan-Nya, karena sungguh sangat berat siksaan Allah kepada orang-orang yang tidak taat kepada-Nya.³

Ayat tersebut mencakup kemaslahatan umat, baik kemaslahatan hubungan terhadap Allah Swt dan kewajiban sebagai makhluk sosial terhadap sesamanya. Banyak yang menjadi contoh dalam kehidupan sehari-hari mengenai masalah

¹ Rachmat Syafei, Fiqih Muamalah (Bandung: Pustaka Setia, 2017):15

² Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahan Surah An-Nisa 4:58

³ M. Quraish Shihab, Tafsir al-Mishbah Surah al-Ma'idah (Jakarta: Lentera Hati, 2002):9-10.

kemaslahat umat tersebut. Contohnya dalam tolong-menolong dengan sesama bisa terlihat dari hubungan persahabatan, tolong menolong dalam hal kebaikan dalam mendapat ridha Allah Swt.

Akad ijarah dalam muamalah merupakan bagian dari bentuk kerjasama. Salah satu bentuk kerjasama dalam kegiatan ekonomi Islam atau muamalah adalah ijarah atau sewa menyewa. 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). Sewa menyewa adalah suatu perjanjian yang mana suatu pihak mengikatkan dirinya untuk memberi manfaat atau kegunaan dari suatu barang kepada pihak lain dalam jangka waktu tertentu yang telah ditentukan dengan suatu harga pembayaran yang telah disepakati oleh kedua pihak tersebut sebelumnya. Definisi tersebut berdasarkan isi dari pasal 1548 B.W mengenai perjanjian sewa menyewa. Sewa menyewa seperti halnya dengan jual beli dan perjanjian- perjanjian lain pada umumnya, adalah suatu perjanjian konsensual. Artinya, ia sudah sah dan mengikat pada detik tercapainya sepakat mengenai unsur-unsur pokoknya, yaitu barang dan harga. Kewajiban pihak yang satu adalah menyerahkan barangnya untuk dinikmati oleh pihak yang lain, sedangkan kewajiban pihak yang terakhir ini adalah membayar "harga sewa". Jadi, barang diserahkan tidak untuk dimiliki seperti halnya dalam jual beli, tetapi hanya untuk dipakai dan dinikmati kegunaannya. Dengan demikian maka penyerahan hanya bersifat menyerahkan kekuasaan belaka atas barang yang disewa itu.

Pengertian sewa menyewa menurut Islam dikenal dengan istilah ijarah atau Al-Ijarah yang berasal dari kata al Ajru yang berarti Al-Iwadhu atau berarti ganti, dalam pengertian syara' Al-Ijarah adalah suatu jenis akad untuk mendapatkan manfaat dari pertukaran. Dalam bahasa Arab sewa menyewa dikenal dengan al-ijarah yang diartikan sebagai suatu jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian sejumlah uang. Sedangkan dalam Ensiklopedi Muslim ijarah diartikan sebagai akad terhadap manfaat untuk masa tertentu dengan harga

tertentu. Di dalam hukum Islam istilah orang yang menyewakan dikenal dengan istilah mu'jir, sedangkan orang yang menyewa diistilahkan dengan musta'jir, serta uang sewa atau imbalan atas pemakaian manfaat barang disebut ujarah.

Pengertian ijarah menurut bahasa, Ijarah berasal dari kata Al-Ajru yang artinya adalah Al-Iwadh dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai ganti dan upah. Dalam arti luas, ijarah adalah suatu akad yang berisi penukaran manfaat sesuatu dengan jalan memberikan imbalan dalam jumlah tertentu. Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.

Ijarah merupakan akad untuk memanfaatkan jasa, baik berupa barang maupun yang berupa pekerjaan. Jika yang menjadi objek akad berupa barang, dapat disebut dengan sewa-menyewa, sedangkan apabila berupa tenaga kerja, maka dinamakan upah-mengupah. Transaksi ijarah hanya berakibat pada pemindahan manfaat (hak guna), bukan perpindahan kepemilikan (hak milik).⁴

Ijarah sebagai proses perjanjian para pihak, pihak pertama sebagai penyedia barang atau jasa (mu'jir) sebagai pihak kedua sebagai pengguna dan penerima manfaat suatu produk atau jasa (musta'jir) Akad ijarah sama dengan akad al-ijar, al-isti'jar, al-iktira' dan al-ikra'. Islam berpandangan bahwa keberadaan dunia adalah mazra'at al-akhirah (tempat berkumpulnya orang-orang untuk menebus pelanggaran masa lalu) sebagai bekal di akhirat. Arti ijarah dalam bahasa Arab, sebagaimana tercantum dalam Kitab al-Qumus al-Muhith dalam kitab Al-Fairuz Abadi yang artinya menjual barang dengan mendapatkan keuntungan. Ijarah merupakan akar kata (mashdar) yang erat hubungannya dengan kata al-ajr yang mempunyai bentuk sastra (al-fi'l). Oleh karena itu, ijarah secara etimologis merupakan pertentangan terhadap perbuatan apa pun.⁵

⁴ Adhiva Nurul Amalia Suryaningtiyas, "Praktik Endorsement oleh Influencer Tiktok Perspektif Akad Ijarah Dan Fatwa Mui Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial", (Jurnal Hukum Bisnis Islam Volume 12, Nomor 01, Juni 2022):75

⁵ Wahbah al-Zuhaili, al-fiqh al-Islami wa Adillatuh (Damaskus: Dar al-Fikr, 2014, Vol. v, hal. 3.800.

Secara etimologis ijarah merujuk pada imbalan atas adanya perbuatan, baik duniawi (ujrah) maupun ukhrawi (ajr). Serta dalam adanya pekerjaan yang menjadi alasan berhaknyanya mu'jir mendapatkan ujrah, yaitu adanya manfaat barang atau jasa dan tenaga. al-Ijarah bisa diartikan sebagai akad pemindahan hak guna atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu, dengan melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan hak kepemilikan atas suatu barang. Keterkaitan dengan penulisan yang peneliti kerjakan, adanya keterkaitan antara dua pihak yaitu seleb aplikasi dan produsen, dengan objeknya yaitu jasa dan dengan adanya pembayaran atau upah. Berikut definisi ijarah menurut para ulama:

- 1) Ulama Syafi'iah Ijarah adalah akad atas manfaat yang dituju, diketahui, dan dibolehkan dengan adanya imbalan (ujrah) yang jelas diketahui.
- 2) Ulama Malikiah dan Hanabilah Ijarah adalah akad untuk memindahkan hak kepemilikan suatu manfaat yang dibolehkan, dalam jangka waktu yang jelas diketahui dengan adanya imbalan (ujrah)
- 3) Umar Abdullah Kamil Umar Abdullah Kamil menginformasikan tiga definisi ijarah secara istilah, yaitu:
 - a) Ulama Hanafiah, dalam kitab Hasyiyah Ibn Abidin (3/4-6) akad ijarah adalah akad atas manfaat dengan adanya imbalan (ujrah).
 - b) Kitab al-Bahr al-Ra'iq Syarh Kanz al-Daqa'iq (7/297) karya Ibn Nujaim menjelaskan bahwa akad ijarah secara istilah adalah jual-beli manfaat yang sudah diketahui dengan adanya imbalan (ujrah) yang jelas.
 - c) Umar Abdullah Kamil menyebutkan bahwa akad ijarah merupakan akad yang menyebabkan berpindahnya kepemilikan manfaat dengan adanya imbalan (ujrah).

Beberapa rumusan definisi di atas dapat dipahami bahwa ijarah adalah isti'jar, yaitu akad pemindahan atas kepemilikan manfaat barang atau jasa yang disertai dengan adanya upah. Ijarah dan jual-beli termasuk pada pertukaran, Ijarah merupakan pertukaran harta dengan manfaat, karena definisi tersebut maka ulama pada umumnya menjelaskan bahwa ijarah adalah jual-beli manfaat barang, karena

definisi jual-beli adalah pertukaran harta dengan harta. Oleh karena itu, ijarah merupakan bagian dari akad jual-beli.

Banyak publik figur atau selebriti di Indonesia yang memanfaatkan popularitasnya sebagai jalan untuk menyewakan jasa dalam mempromosikan produk, melalui jasa yang diberikan publik figur atau selebriti tersebut dapat menarik perhatian penonton dan memperluas jangkauan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Kegiatan tersebut dikenal dengan istilah endorsement, sistem endorsement merupakan salah satu strategi pemasaran yang banyak digunakan para pebisnis pada masa sekarang. Sistem ini didasari oleh perjanjian endorsement antara pemilik bisnis online shop dengan seleb yang akan digunakan. Pada praktiknya, online shop / pemilik bisnis akan melakukan penawaran kepada seleb untuk mengendorse barang/jasa dagangannya. Apabila seleb bersedia biasanya akan mengajukan syarat dan ketentuan untuk melakukan endorse, dan pihak online shop harus menghormati syarat dan ketentuannya. Setelah terdapat kesepakatan kedua belah pihak, maka muncul hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh para pihak sesuai dengan kesepakatan. Perjanjian antara seleb dan produsen untuk memenuhi suatu keadilan maka harus melaksanakan hak dan kewajibannya. Menurut Martin Roll, endorsement adalah saluran komunikasi dari sebuah merek, dimana selebriti berperan sebagai juru bicara dan mendukung merek tersebut dengan ciri-ciri popularitas, kepribadian, dan status sosial selebriti tersebut. Dengan demikian, endorsement adalah strategi komunikasi dengan menggunakan jasa seleb yang cukup dikenal dan sangat terkenal dalam bidang promosi atau pemasaran.⁶

TikTok adalah aplikasi video pendek dilengkapi dengan special effects menarik yang dapat digunakan oleh pengguna, sehingga hasil video menjadi lebih menarik. 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

⁶ Rhenaldy, R., Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Kajian Jasa Endorsement Media Sosial Tiktok Berdasarkan Perspektif Syariah. Jurnal Cakrawala Ilmiah, 2(3):1179-1188.

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.⁷

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.

TikTok juga dikenal sebagai Douyin yang artinya video pendek vibrato, sedangkan TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok, diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya, pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang, dan video-video tersebut dibuat juga oleh anak-anak di bawah umur yakni peserta didik yang belum begitu memahami arti dari video-video tersebut.⁸

Dalam aplikasi media sosial tiktok banyak berbagai konten video yang ingin mereka buat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat menuangkan berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video menarik, joget, lipsync dll, mereka juga bisa ikut tantangan-tantangan yang dibuat pengguna lain. Aplikasi tiktok adalah salah satu aplikasi yang membuat pengguna nya terhibur. Aplikasi ini bisa dikatakan adalah

⁷ Hartini, W., & Putri, Y. R. (2022). Analisis Komunikasi Pemasaran Blishful Indonesia Melalui Typical Person Endorser Pada Media Sosial Tiktok. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6):3874-3888.

⁸ Pardianti, M. S. (2022). Pengelolaan Konten TikTok Sebagai Media Informasi. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu hukum*, 27(2):187-210.

aplikasi penghibur. Beberapa orang pengguna banyak sekali yang mengatakan bahwa aplikasi ini adalah aplikasi yang dapat membuat si pengguna terhibur.⁹

Penelitian ini, peneliti mendefinisikan endorsement sebagai bentuk memberikan upah (ujrah) atas jasa dalam mempromosikan suatu 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.

Salah satu hal yang membuat pemilik usaha memilih teknik endorsement yaitu karena tidak perlu mengeluarkan banyak biaya tidak seperti menggunakan iklan di tv, radio, ataupun majalah. Dengan adanya penggunaan jasa endorsement antara online shop dengan selebgram maka terbentuklah suatu perjanjian.

Perjanjian sebagaimana yang tercantum dalam pasal 1313 BW adalah “suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.¹⁰

Perjanjian itu sendiri adalah perbuatan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum, yaitu adanya hak dan kewajiban yang mengikat untuk ditaati para pihak. Pasal 1320 KUHPdata menyatakan bahwa syarat sah perjanjian adalah:

1). Kesepakatan bagi mereka yang mengikatkan diri; 2). Kecakapan untuk membuat suatu perikatan; 3). Suatu pokok tertentu; 4). Suatu sebab yang tidak terlarang.

Dalam praktek perjanjian endorsement biasanya menimbulkan masalah salah satunya yang di alami oleh owner Ratu Puding Palopo yaitu terjadinya

⁹ Komuna, A. P., & Wirawan, A. R. (2021). Pelanggaran Hak Cipta Pada Konten Video Tiktok. *Alauddin Law Development Journal*, 3(3): 483-492.

¹⁰ Dewantara, Gede Eka Prasetya, and I. Wayan Novy Purwanto. "Keabsahan Kontrak Perdagangan Secara Elektronik (E-Contact) Ditinjau Dari Pasal 1320 Burgerlijk Wetboek." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, no. 1(2019): 1-13

tindakan-tindakan yang tidak sesuai dengan perjanjian. Misalnya, kasus yang terjadi antara owner Ratu Puding Palopo dengan seleb TikTok Noviana Sari, yang mana Noviana Sari terlambat beberapa hari dari waktu yang ditentukan dalam mengunggah video endorse ke akun TikTok maupun Instagram nya, sementara biayanya sudah lebih dulu diterima oleh Noviana Sari.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan akad ijarah dalam transaksi endorse TikTok. Dan mengetahui dan menganalisis bagaimana Perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap penghasilan seleb aplikasi TikTok.

Sesuai dengan apa yang dijelaskan di atas maka penulis akan meneliti tentang Perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap penghasilan seleb aplikasi TikTok sehingga penelitian ini akan dituangkan dalam penelitian yang berjudul: Perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap penghasilan seleb aplikasi TikTok di Kota Palopo.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini dilakukan dengan penelitian empiris yaitu penelitian yang adanya data-data lapangan sebagai sumber data utama. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan cara menghubungi langsung informan. Jenis penelitian ini dipergunakan karena dalam penelitian ini akan meneliti tentang Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok di Kota Palopo.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh penelitian secara langsung dari sumber datanya. Baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang terkandung dilakukan oleh peneliti. Data primer didapatkan dengan wawancara secara langsung dengan seleb TikTok, Muh. Irfan, Noviana Sari, Jumiatul Haeroh Naspan selaku seleb Tiktok, Ratu Puding Palopo, Produk Makariso, Dan Produk Scarlett selaku endorse atau yang

memberi endorse.¹¹ Sedangkan data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh tetapi dapat dimanfaatkan dalam penelitian tertentu. Misalnya data yang diperoleh melalui buku-buku Pustaka yang ditulis orang lain. Dokumen-dokumen yang merupakan hasil penelitian dari hasil lapangan.¹²

Teknik analisis data yang digunakan terdiri tiga tahapan yaitu reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan.

C. Pembahasan

1. Praktik Penerapan Akada Ijarah Dalam Transaksi Endorse TikTok

Berkaitan tentang Akad ijarah (sewa menyewa) merupakan sesuatu yang diperbolehkan dan sudah diterangkan dalam Al-Qur'an, hadis, maupun menurut kesepakatan/ ijmak para ulama. Ijarah adalah hal yang diperbolehkan karena terdapat kerjasama yang menguntungkan para pihak. Endorse merupakan salah satu bentuk promosi yang digunakan dalam pemasaran sebuah barang atau jasa di sosial media. biasanya, strategi endorse dilakukan oleh produsen menarik minat para pelanggan.

Proses endorsement tentunya membutuhkan kesepakatan antara dua pihak, produsen dengan seleb. Sebelum terjadinya kesepakatan antara produsen dengan seleb, terlebih dahulu seleb sampaikan beberapa persyaratan, di antaranya:

- 1) Hak Produsen. Apabila produsen akan berkerjasama dengan seleb aplikasi TikTok, yang mana masing-masing produsen dan seleb aplikasi TikTok memiliki hak dan kewajiban.
 - a. Menawarkan produk kepada seleb aplikasi TikTok
 - b. Memberitahu produk dari nama brand yang akan di kirim
 - c. Memberitahu konsep yang di ingkinkan produsen
- 2) Kewajiban Produsen
 - a. Membayar jasa seleb aplikasi TikTok

¹¹ Salim, *Penelitian Pendidikan Meode, Pendekatan, dan Jenis*, (Kencana, 2019), Hlm 103.

¹² Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGratifindo Persada 2018), Hlm 138.

- b. Mendapatkan foto atau video endorsement dari seleb aplikasi TikTok
- 3) Hak Seleb Aplikasi TikTok
 - a. Menanyakan produk
 - b. Menentukan harga
 - c. Menerima dan memberi masukan mengenai konsep
 - d. Berhak untuk menyepakati kerjasama
- 4) Kewajiban Seleb Aplikasi TikTok
 - a. Menerima bayaran akan jasa yang di berikan pada produsen
 - b. Mengirim foto atau video hasil endorsement kepada pihak produsen

Seleb TikTok adalah sebutan bagi orang yang cukup dikenal di aplikasi TikTok, dengan minimal followers seratus ribu. 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, Muh. Irfan, Noviana Sari, dan Jumiatul Haeroh Naspan, mereka merupakan seleb TikTok di Kota Palopo.

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.

Pemasaran yang dilakukan dengan media sosial tentu saja dengan memanfaatkan followers atau pengikut di akun sosial media milik seleb. Dengan adanya kemajuan teknologi yang terus menerus juga memberikan kemudahan bagi pengguna media sosial termasuk Muh Irfan, Noviana Sari dan Jumiatul Haeroh Naspan, dengan banyaknya media platform yang dapat menghasilkan pundi-pundi rupiah sebagai contoh Aplikasi TikTok. Menurut Muh Irfan, aplikasi TikTok merupakan salah satu sosial media yang banyak memberikan dampak bisnis, menarik perhatian, dan banyak digemari diberbagai kalangan, dan membantu para remaja untuk mendapatkan penghasilan dengan membuat konten kreator dan

endorse. Penghasilan atau pendapatan adalah hasil kerja yang dilakukan seseorang atau orang banyak. 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. Penghasilan yang dimaksud peneliti dalam penelitian yang dilakukan adalah ujah atau uang yang didapat seleb dari produsen atau pebisnis yang menggunakan jasa seleb dalam memperluas pemasaran. Seperti yang telah dijelaskan seleb aplikasi TikTok Muh. Irfan terkait sistem pelaksanaan endorsement:

“Produsen terlebih dahulu menghubungi saya melalui akun instagram dan berlanjut ke wa. Kemudian menawarkan untuk melakukan kerjasama dalam endorse produknya dan membuat kesepakatan. Kemudian setelah produsen yakin dan sepakat maka dapat mengirimkan biaya yang sudah ditentukan atau disepakati melalui transfer. Setelah itu produsen mengirimkan barang yang akan dipromosikan dan proses endorsement akan saya jalankan, mulai dari pengambilan video, upload di akun TikTok, sesuai dengan perjanjian yang telah kami sepakati sebelumnya. Tapi pada saat itu saya terkendala jaringan jadi saya tidak bisa mengupload sesuai dengan kesepakatan.”

Seperti hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu admin Makariso, mengatakan bahwa:

“Saya minat melakukan kerjasama dengan kak Irfan karena saya melihat konten-konten yang dibuat kak Irfan menarik sehingga saya tertarik melakukan kerja sama dengan kak Irfan yang memiliki jumlah followers dan like yang banyak dan saya menghubungi kak irfan lewat dm instagram kemudian chat berlanjut ke wa untuk membahas mengenai harga dan waktu pembuatan video, setelah video acc feenya dibayar. Tapi karna terkendala jaringan jadi mengupload videonya tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya”.

Muh. Irfan memiliki 1.000.000 followers, 30 following dan 16.700.000 total like dari keseluruhan dari semua videonya yang diposting di aplikasi TikTok

Irfan. Para produsen menghubungi Muh. Irfan melalui DM (direct message) atau pesan langsung yang pada akhirnya akan dimulai pada pesan WhatsApp. Sebelum adanya kesepakatan, pada saat Muh. Irfan mendapat tawaran kerjasama terlebih dahulu Muh.Irfan sampaikan ketentuan yang dapat dipelajari pihak yang ingin bekerjasama dengannya, setelah pihak produsen sudah setuju dengan persyaratan tersebut, kemudian menanyakan definisi dari produk tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa dalam transaksi endorse TikTok benar menggunakan akad ijarah dan telah sesuai dengan:

“Fatwa DSN Nomor 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad ijarah, menerangkan tentang rukun dalam akad ijarah, terdiri dari mu’jir (pemberi jasa/sewa), musta’jir (penerima jasa), ajir (upah) dan akad.

Endorsement dalam hukum Islam adalah bentuk mu’amalah yang diperbolehkan selama praktiknya sesuai dengan prinsip syariah. Sebagaimana para ulama menyebut dalam sebuah kaidah fiqh:

كل ما يجوز بيعه تجوز إجارته؛ لأن الإجارة بيع منافع

Terjemahan:

“segala sesuatu yang bisa diperjualbelikan maka bisa pula disewakan, karena pada hakikatnya ijarah itu adalah jual beli barang manfaat”.

Berikut hasil wawancara dengan seleb Noviana Sari mengenai proses terjadinya kerjasama dengan produsen:

“Awalnya cuma konsisten bikin video sampai penonton lumayan ramai, dan kemudian pada akhirnya banyak yang menawarkan endorse. Adapun produk endorsement yang saya terima mulai dari makanan, pakaian, kosmetik, atau brand-brand lainnya. Selain itu, mengenai aturan bagi produk yang ingin menggunakan Java saya hanya mengenai biaya setelah video yang dibuat sudah disetujui oleh owner atau pemilik tokoh kemudian pembayaran dilakukan. Tetapi saya pernah menerima endorse dari owner Ratu Puding Palopo pada saat itu, dan biaya sudah saya terima. Tapi karena terkendala kerja jadi saya tidak bisa memposting sesuai dengan kesepakatan”

Dari pernyataan tersebut poses kerjasama yang dilakukan sejalan dengan Nadiyah Dzafitri selaku owner Ratu Puding Palopo:

“awal mulanya saya mengajak kak Novia kerjasama karna saya melihat konten yang dibuat kak Novia menarik sehingga saya minat mengajak kak Novia kerjasama untuk mempromosikan produk saya yaitu puding, kemudian saya menanyakan feenya terlebih dulu dan saya setuju dengan fee yang diberikan kak Novia, dan selanjutnya membuat kesepakatan pembuatan video dan waktu mengunggah video akan tetapi kak Novia tidak mengunggah video sesuai dengan kesepakatan”.

Noviana sari memiliki 33.000 followers, 140 following dan 431.700 total like dari keseluruhan unggahan video aplikasi TikTok novi. Para produsen yang ingin bekerjasama dengan Novi dapat menghubungi Novi melalui Instagram-nya pada bio akun TikTok novianasarii13. Selama ini Novi menerima endorsement melalui pesan Instagram.

Pada pesan tersebut produsen memperkenalkan terlebih dahulu produknya pada Novi, pembahasan berikutnya mengenai ketentuan yang Novi berikan beserta payment yang Novi tentukan yaitu Rp.150,000 untuk setiap postingan. Kemudian pembahasan selanjutnya mengenai waktu untuk unggah video, jika semua sudah memahami konsep dan waktunya, dengan adanya kesepakatan maka pada saat itulah pembayaran dapat dilakukan. Novi memiliki kemampuan untuk mempromosikan video di dua aplikasi, termasuk TikTok dan Instagram.

Pihak yang melakukan akad juga sudah terpenuhi dalam transaksi ijarah pekerjaan/endorsement ini, karena sudah memenuhi dua pihak yaitu pihak yang melakukan sewa/jasa dan pihak yang melakukan penyewa/pengguna jasa. Perjanjian endorsement adalah perjanjian yang dilakukan secara online, dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terdapat pengakuan kontrak yang dibuat secara elektronik di dalam perjanjian elektronik Pasal 1 angka (17) menegaskan bahwa: “Perjanjian elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik”.

Berikut hasil wawancara dengan seleb Jumiatul Haeroh Naspan terkait brand beserta biaya yang dibebankan dalam proses endorsement:

“Awalnya produsen menghubungi saya melalui WhatsApp dan ada juga menghubungi melalui DM akun Instagram saya untuk melakukan kerjasama atau mempromosikan produknya. Beberapa brand yang pernah bekerjasama: Scarlett, Skintific, YOU, Bio aqua, OMG, dan brand beauty lainnya (harus

berBOPM). Adapun biaya dalam proses endorsement tergantung dari brand/produk dan proses endorsementnya Rp.300,000 s/d 2,000,000 per video.”

Adapun hasil wawancara dengan salah satu tim dari Scarlett tentang proses kerjasama yang dilakukan yaitu:

“Yang membuat saya tertarik untuk melakukan kerjasama dengan kak Jumiatul karena mempunyai followers TikTok yang banyak dan kak Jumiatul juga mempunyai cara yang unik ketika me-review produk yang dipromosiin. Jadi itu yang buat saya tertarik, sehingga saya menghubungi kak Jumiatul untuk melakukan kerjasama. Hanya saja video yang dibuat kak Jumiatul durasinya pendek”.

Jumiatul Haeroh Naspan yang memiliki 196.600 followers, 154 following dan 4.600.000 total like secara keseluruhan dari seluruh video yang diunggah ke aplikasi TikTok Mia. Para produsen yang ingin bekerjasama dengan Mia menghubungi melalui WhatsApp dan Instagram, dimana Mia sudah menambahkan nama akun Instagramnya di bio akun TikTok miliknya. Pesan DM (direct message) yang masuk dalam hal bekerjasama, kemudian Mia alihkan pada pesan WhatsApp. Setelah produsen memperkenalkan dan menjelaskan deskripsi produk dalam pesan WhatsApp, diikuti dengan penjelasan syarat dan pembayaran yang ditawarkan produsen. Menurut keterangan dari Mia bahwasannya dirinya tidak sembarang menerima produk untuk di endorse, apalagi produk yang di endorse olehnya merupakan produk kecantikan (Scarlett, Skintific, YOU, Bio aqua, OMG). Sebelum menerima perjanjian endorse, dirinya mengecek terlebih dahulu apakah produk tersebut aman dan sudah masuk dalam daftar BPOM atau belum. Jika produk tersebut tidak ber-BPOM, maka Mia tidak menerima produk tersebut.

Perjanjian endorsement yang dilakukan keduanya berasaskan kepercayaan dan tidak dituangkan melalui tulisan seperti perjanjian pada umumnya. Namun kedua belah pihak sama-sama bertanggung jawab memenuhi prestasi terhadap perjanjian endorsement yang telah disepakati bersama. Endorsement ini merupakan bentuk perjanjian kerja sama antara endorser dan pelaku usaha, yang berkaitan dengan bentuk upaya promosi dan segala sesuatu yang mendorong atau

menarik minat atau membujuk orang lain untuk membeli. Sebagaimana dalam QS. an-Nisa' ayat 29:

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

Terjemahan:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.”¹³

Melihat firman Allah SWT di atas, maka sesungguhnya seorang muslim dilarang melakukan perbuatan batil antara sesama manusia, maka termasuk pula didalamnya kegiatan perekonomian.

Mengenai tindakan-tindakan seleb TikTok yang tidak sesuai dengan perjanjian, seperti seleb TikTok yang terlambat mengunggah video dapat mengakibatkan kerugian bagi pemilik tokoh atau produsen. Oleh karena itu, suatu perjanjian sebaiknya dilakukan dengan tertulis meskipun perjanjian tidak harus dilakukan dengan tertulis. Perjanjian melahirkan adanya suatu prestasi yang dinyatakan dalam isi perjanjian sebagai suatu acuan bagi para pihak dalam bertindak sesuai dengan apa yang diperjanjikan. Dalam kasus perjanjian endorsement yang terjadi pada produsen, pertanggungjawaban yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi ialah tanggung jawab wanprestasi. Wanprestasi dalam transaksi elektronik dibahas yaitu, tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya, melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan, melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat, melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya. Seleb TikTok dalam hal ini melakukan wanprestasi berdasarkan kendala dalam mengunggah video dalam beberapa hari sementara waktu yang disepakati dua hari dan durasi video yang dibuat terlalu pendek.

¹³ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahan Surah An-Nisa 4:29

Dalam penyelesaian perkara wanprestasi, perlu diketahui dahulu apakah perjanjian yang dibuat para pihak sah atau tidak sahnya perjanjian para pihak yang bersangkutan, karena mengikat atau tidak mengikatnya suatu perjanjian terhadap para pihak yang membuatnya tergantung kepada sah atau tidak sahnya suatu perjanjian yang dibuat oleh para pihak tersebut.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa endorsement yang dilakukan merupakan jenis ijarah yang bersifat pekerjaan. Dikatakan jumhur ulama bahwa ijarah pekerjaan harus jelas jenis pekerjaan, biaya, dan ketentuan-ketentuan lainnya. Menurut prinsip pokok ijarah objek yang digunakan dalam transaksi ini adalah bersifat halal

2. Pandangan Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok di Kota Palopo

Sewa menyewa jasa dalam fiqh disebut dengan ijarah yang merupakan salah satu akad mu'awadhat, yaitu transaksi yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan atau manfaat materil.¹⁴ 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 pasal 20 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah menyebutkan bahwa "Yang dimaksud dengan akad adalah suatu bentuk kesepakatan dalam perjanjian yang dilakukan baik dua pihak atau lebih yang dengannya bertujuan untuk melakukan atau tidak perbuatan hukum".

Untuk mencapai adanya kesepakatan dalam berakad, mu'jir dan musta'jir dapat melakukan dengan dua cara, yaitu pertemuan langsung dan komunikasi jarak jauh. Tatap muka atau dengan bertemu langsung antara mu'jir dan musta'jir

¹⁴ Fikri Candra Alfin, "implemtasi ekonomi hukum syariah terhadap sewa jasa dengan sistem maklon pada vendor seragam: studi kasus vendor seragam M CLOTH KMLIKM UIN SGD Bandung", (UIN Sunan Gunung Djati Bandung):2023

sedangkan komunikasi jarak jauh antara mu'jir dan musta'jir dapat dilakukan dengan salah satu contoh menggunakan surat elektronik atau Email.

Dalam rukun akad perlu adanya objek akad, ijab qabul, dan pelaku akad. Dalam penelitian ini peneliti akan mengaitkan akad ijarah dengan penghasilan seleb aplikasi TikTok di kota Palopo, diantaranya:

- 1) Pelaku akad, dalam sistem kerjasama atau endorsement dengan seleb aplikasi TikTok perlu adanya pelaku akad, dimana ada produsen yang meminta kerjasamanya dengan seleb aplikasi TikTok di Kota Palopo dalam penelitian ini yang peneliti kerjakan, seleb aplikasi TikTok di kota Palopo yaitu Muh. Irfan, Noviana Sari, dan Jumiatul Haeroh Naspan.
- 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 di kota Palopo, 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 memenuhi syarat dari akad sudah ada, namun akad tersebut akan dapat dikatakan sah apabila telah memenuhi syarat akad tersebut, dimana akad yang dimaksud adalah syarat dari akad ijarah, diantaranya:

- 1) Kedua pihak yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah pihak produsen dengan seleb aplikasi TikTok, syarat bagi kedua belah pihak yang berakal telah baliqh dan berakal, baik produsen atau seleb TikTok dalam penelitian ini sudah cakap umur dan berakal.
- 2) Kedua pihak yang berakad menyatakan suatu kerelaanya untuk melakukan akad ijarah. Jika ada 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-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 ada cacatnya. Dalam penelitian yang peneliti kerjakan, objek ijarah atau jasa yang dijalankan produsen dengan seleb aplikasi TikTok mengenai kerjasama menemukan adanya kejanggalan atau suatu hal yang merusak akad yang telah dibuat, salah satu pihak yang melakukan akad tidak 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 dikemudian hari. 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 didalamnya. 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 ada cacatnya, objek ijarah atas jasa yang dijalankan produsen

dengan seleb aplikasi TikTok kedua belah pihak yang menjalankannya tidak sesuai dengan kesepakatan dan adanya kejanggalan atau cacat dalam berakad, yaitu seleb aplikasi TikTok tidak menjalankan perjanjian sesuai dengan kesepakatan.

Dari hasil penelitian, para informan menyatakan bahwa keuntungan dan kerugian sudah menjadi resiko bagi produsen. Misalnya kerjasama yang terbentuk sudah mencapai kesepakatan mengenai metode dan sistem payment. Dalam 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 membahas mengenai waktu unggah dan syarat pembayaran. Semuanya telah disepakati dan sesuai dengan keinginan masing-masing pihak, tanpa adanya paksaan dari kedua pihak yang berakad.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa dalam sistem penghasilan seleb aplikasi TikTok di kota Palopo telah sangat banyak diminati diberbagai kalangan. Yang dimana hal tersebut juga dapat membantu sistem ekonomi penduduk Kota Palopo dengan cara memasarkannya melalui aplikasi TikTok tersebut.

Adapun kesimpulan pada penelitian ini yaitu Proses kerjasama yang dilakukan antara produsen dan seleb aplikasi TikTok merupakan bentuk kerjasama menyewa jasa seleb aplikasi TikTok dalam mempromosikan produknya. Sistem penghasilan seleb pada aplikasi TikTok di Kota Palopo telah memenuhi ketentuan akad yang sah. Akad ijarah dapat dikatakan sah jika telah terpenuhinya rukun dan syarat akad ijarah.

D. Penutup

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan mengenai Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penghasilan Seleb Aplikasi TikTok (Studi Kasus Di Kota Palopo) peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Proses kerjasama yang dilakukan oleh produsen dan seleb aplikasi TikTok merupakan bentuk kerjasama menyewa jasa seleb aplikasi TikTok dalam mempromosikan produknya. Mekanisme yang dijalankan Muh. Irfan, Noviana

Sari, Jumiatul Haeroh Naspan yaitu perjanjian lisan, 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 diawal dan telah diketahui oleh kedua belah pihak. Dari kedua pihak produsen maupun seleb TikTok belum memiliki kesadaran terhadap pentingnya menulis suatu perjanjian dalam bentuk tertulis yang telah terucap dan disepakati oleh dua pihak yang membuat kesepakatan, sehingga ketika dihadapkan oleh suatu permasalahan yang menyebabkan terjadinya kerugian seperti terjadinya wanprestasi, maka para pihak mengalami kesulitan apabila ingin menuntut suatu pertanggungjawaban.

2. Perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap penghasilan seleb aplikasi TikTok berdasarkan akad ijarah, dimana 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 Syariah telah terpenuhi.

E. Daftar Pustaka

Buku:

- Hadi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2016).
Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan Surah An-Nisa 4:58*
M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002).
Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum*, Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana, 2017).
Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2017).
Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada 2018).
Salim, *Penelitian Pendidikan Meode, Pendekatan, dan Jenis*, (Kencana, 2019).
Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Cv Alfabeta, 2014).

Artikel Jurnal

- Adhiva Nurul Amalia Suryaningtiyas, "Praktik Endorsement oleh Influencer Tiktok Perspektif Akad Ijarah Dan Fatwa Mui Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial", (Jurnal Hukum Bisnis Islam Volume 12, Nomor 01, Juni 2022).
- Dewantara, Gede Eka Prasetya, and I. Wayan Novy Purwanto. "Keabsahan Kontrak Perdagangan Secara Elektronik (E-Contact) Ditinjau Dari Pasal 1320 Burgerlijk Wetboek." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, no. 1(2019).
- Fikri Candra Alfin, "implemtasi ekonomi hukum syariah terhadap sewa jasa dengan sistem maklon pada vendor seragam: studi kasus vendor seragam M CLOTH KMLIKM UIN SGD Bandung", (UIN Sunan Gunung Djati Bandung):2023.
- Rhenaldy, R., Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Kajian Jasa Endorsement Media Sosial Tiktok Berdasarkan Perspektif Syariah. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3).
- Hartini, W., & Putri, Y. R. (2022). Analisis Komunikasi Pemasaran Blishful Indonesia Melalui Typical Person Endorser Pada Media Sosial Tiktok. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6).
- Komuna, A. P., & Wirawan, A. R. (2021). Pelanggaran Hak Cipta Pada Konten Video Tiktok. *Alauddin Law Development Journal*, 3(3).
- Pardianti, M. S. (2022). Pengelolaan Konten TikTok Sebagai Media Informasi. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu hukum*, 27(2).
- Wahbah al-Zuhaili, *al-fiqh al-Islami wa Adillatuh* (Damaskus: Dar al-Fikr, 2014, Vol. v.