

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Globalisasi menyebabkan perubahan yang sangat cepat dalam segala aspek kehidupan masyarakat, dari yang semula tradisional atau pra-modern menjadi modern. Saat ini, kehidupan masyarakat lebih banyak dikuasai oleh teknologi, khususnya internet, baik dari segi kehidupan sosial maupun kehidupan ekonomi. Semakin maju zaman, semakin cepat teknologi dan ilmu pengetahuan berkembang. Perubahan kegiatan ekonomi di zaman modern membuat bisnis semakin terdiversifikasi. Hal ini dipengaruhi oleh adanya jaringan internet, ketika media internet yang digunakan di perusahaan berubah hanya penggunaan perangkat dan fungsi perangkat. Perkembangan internet menciptakan semakin banyak peluang bisnis baru. Yang membuat penggunaan Internet sangat menarik dan menguntungkan adalah memungkinkan komunikasi global dan pencarian informasi yang mudah, tanpa batas geografis antar negara dan batas waktu, sehingga Internet dapat digunakan kapan saja.¹

Efek globalisasi yang terlihat adalah adanya teknologi yang terus berkembang, segala sesuatu yang dibutuhkan sudah tersedia. Misalnya, ada alat komunikasi seperti *handphone*. Ada berbagai jenis *handphone* dan mudah didapat dengan kualitas terjamin dan harga terjangkau. Faktanya, mereka terus diubah dan ditingkatkan, menambahkan fitur terbaru yang lebih canggih. Saat ini *handphone* memiliki banyak fungsi, tidak hanya sebagai sarana interaksi dan komunikasi, tetapi juga sebagai sarana lain, misalnya sebagai sarana periklanan untuk menawarkan suatu produk atau sebagai sarana belajar, berkreasi atau bekerja. Di dalam *handphone* terdapat media sosial dengan berbagai versi dan fitur yang menggugah minat dan keingintahuan masyarakat untuk mengakses berbagai media sosial.²

¹ Ifyan Hajar, "Implementasi Akad Ju'alah Dalam Aplikasi TikTok (Mahasiswi UIN KHAS JEMBER)" (UIN KH Achmad Shiddiq Jember, 2022), hlm 76.

² Magasari Distri, "Aplikasi Snack Video Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Di Kota Bengkulu)" (UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu., 2022), hlm 2.

Perkembangan teknologi digital saat ini mengalami kemajuan pesat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya aplikasi yang beredar saat ini yang dapat memudahkan interaksi dan perdagangan, serta membawa kemudahan ke banyak bidang kehidupan lainnya. Aplikasi adalah bagian dari perangkat lunak (*software*) atau program komputer yang berjalan pada sistem tertentu dan dibuat dan dikembangkan untuk melakukan perintah tertentu. Menurut Hengky W. Pramana, konsep aplikasi adalah suatu perangkat lunak yang secara khusus disesuaikan dengan kebutuhan berbagai fungsi dan pekerjaan, misalnya: layanan masyarakat, kegiatan bisnis, periklanan, permainan dan banyak kegiatan lainnya.³ Aplikasi yang dapat terkoneksi melalui internet ini dapat memudahkan pelaksanaan kegiatan tertentu, khususnya bagi para pedagang yang sedang mencari uang atau penghasilan. Program penghasil uang adalah salah satu faktor yang banyak digunakan oleh orang-orang untuk mendapatkan penghasilan tambahan dengan cara yang mudah dan tidak biasa. Aplikasi penghasil uang dapat memberikan kemudahan dan manfaat yang luar biasa hanya dengan mengunduh atau menginstal aplikasi dan melakukan tugas untuk mendapatkan uang seperti menonton video, membaca berita, bermain *game*, dan lainnya. Keunggulan dari aplikasi tersebut adalah dana dapat ditarik melalui rekening bank atau aplikasi *e-money* lainnya.⁴

Salah satu platform media sosial yang bisa menghasilkan uang adalah aplikasi TikTok. Setiap orang dapat melihat video berbeda dengan ekspresi musik berbeda di aplikasi TikTok. Namun kini aplikasi TikTok tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media untuk menghasilkan pendapatan, dengan cara memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh pihak aplikasi.⁵

³ Hengky W.Pramana, *Aplikasi Inventory Berbasis Access 2003* (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2012), hlm 11.

⁴ Shilvia Amanda, Sayid Mohammad Rifqi Noval, Elis Herlina, "Penegakan Hukum Terhadap Praktik Money Game Dengan Skema Ponzi Dalam Investasi Ilegal Pada Aplikasi TikTok E-Cash Di Indonesia," *Res Nullius Law Journal* 4, no. 1 (2022): 57–76, <https://doi.org/10.34010/mlj.v4i1.5584>.

⁵ Arifah Hilmi, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Bisnis Pada Aplikasi Penghasil Uang (Studi Kasus Aplikasi Helo)," 2021, hlm 41.

TikTok adalah salah satu aplikasi paling populer di dunia. TikTok memungkinkan pengguna merekam video berdurasi 15 detik hingga 1 menit, yang dapat diisi dengan musik dan banyak fitur lainnya. Program ini diterbitkan di China oleh perusahaan ByteDance Ltd. ByteDance awalnya merilis aplikasi berumur pendek bernama Douyin. Hanya dalam satu tahun, Douyin memperoleh 100 juta pengguna dan 1 miliar video per hari. Popularitas Douyin mendorong perusahaan untuk berekspansi ke luar China dengan nama baru TikTok. Menurut laporan Sensor Tower, aplikasi ini diunduh 700 juta kali pada 2019. Ini menjadikan TikTok lebih baik dari aplikasi Facebook Inc. Secara keseluruhan, TikTok mencatat 1,5 miliar unduhan dan menjadi aplikasi terpopuler kedua setelah WhatsApp.

Aplikasi TikTok sangat populer di kalangan muda dan tua dari berbagai usia, terbukti dengan banyaknya konten video di platform yang dibuat oleh anak muda dan orang dewasa. Di lingkungan akademik, seperti kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung sendiri, keberadaannya ditunjukkan dengan pelaksanaan PBAK UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2024 yang mewajibkan mahasiswa baru mengirimkan video perkenalan melalui aplikasi TikTok. Selain itu Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung juga menggunakan platform ini sebagai sarana untuk mempresentasikan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung kepada masyarakat khususnya mahasiswa.⁶

Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung merupakan kampus Islam terbesar di kota Bandung. Tentunya para mahasiswa harus menjadi teladan bagi kampus-kampus Islam lainnya di kota Bandung dengan pemahaman akan syariah, dalam hal ini mengacu pada hukum (peraturan) syariah tentang penerapan pada aplikasi TikTok.

Penelitian ini dilakukan di kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dengan difokuskan pada mahasiswa kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang menggunakan aplikasi TikTok, lebih khusus lagi yang mengikuti program-program dari aplikasi TikTok. Adapun beberapa mahasiswa mengikuti program TikTok untuk mendapatkan uang dan penelitian ini membutuhkan pengguna yang

⁶ Hilmi, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Bisnis Pada Aplikasi Penghasil Uang (Studi Kasus Aplikasi Helo),” 2021.

mengikuti program TikTok. Peneliti pada saat observasi awal mewawancarai beberapa mahasiswa kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang pernah mengakses aplikasi TikTok dan mengikuti Program dalam aplikasi TikTok.

Contoh kecil terdapat program pada aplikasi TikTok ini dimana jika ingin mendapatkan uang maka dengan mengunduh aplikasi TikTok kemudian ikut serta dalam program aplikasi TikTok termasuk memasukan kode *referral* pengguna bisa mendapatkan uang. Uang tersebut diperoleh dari kode yang telah dibagikan sebelumnya dan juga dengan cara menonton konten video di aplikasi TikTok selama minimal 30 menit dalam sehari atau mencari teman sebanyak mungkin untuk menggunakan undangan aplikasi TikTok, semakin banyak teman baru/pengguna yang diundang maka akan semakin banyak uang yang didapatkan. Setelah ditelaah secara menyeluruh, berdasarkan klaim awal dapat disimpulkan bahwa akad yang digunakan pada aplikasi TikTok adalah akad *Ju'alah* (akad pesaing).⁷ *Ju'alah* merupakan janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan (*reward/iwadh/jul*) tertentu atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Pihak yang berjanji akan memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil pekerjaan (*natijah*) yang ditentukan disebut dengan *jail*. Sedangkan *maju'lah* adalah pihak yang melaksanakan *ju'alah*.⁸

Semua aktivitas Muamalah pada umumnya diperbolehkan selama tidak ada yang menunjukkan tanda-tanda yang melanggar hukum Syariah. Hal ini selaras dengan kaidah fiqh:⁹

الأَصْلُ فِي الشَّرْطِ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْجُلِّ وَالْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى الْمَنْعِ

“Hukum asal dalam muamalah adalah kebolehan sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya”.

Aturan ini menawarkan kesempatan kepada umat Islam untuk berkreasi dan inovatif serta memberikan model atau mekanisme terbaik dalam Muamalah.

⁷ Hajar Ifyan, “Implementasi Akad Ju’Alah Dalam Aplikasi Tiktok (Mahasiswi Uin Khas Jember),” 2022.

⁸ Dewan Syariah Nasional MUI, “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002,” *Dewan Syariah Nasional MUI* 7, no. 1 (2016): 3.

⁹ A Dzuli, *Kaidah-Kaidah Fikih* (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), hlm 10.

Demikian juga bisa diamalkan dan peroleh dalam bisnis aplikasi TikTok selama tidak bertentangan dengan perintah Al-Qur'an dan As-Sunnah. Dalam Muamalah, ketika seseorang menerima hadiah atau bonus atas keberhasilan suatu perbuatan, itu disebut akad *Ju'alah*. Akad *ju'alah* adalah pahala yang wajib diberikan kepada orang yang melakukan pekerjaan sesuai dengan hasil dan syarat pekerjaan tersebut. Dalam praktek bisnis aplikasi TikTok termasuk dalam akad *ju'alah* karena pengguna aplikasi harus melakukan perbuatan untuk mendapatkan imbalan atau bonus.¹⁰

Menurut Fatwa DSN NO: 75/DSN MUI / VII /2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah yaitu tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang atau jasa. Adapun yang menjadi permasalahan pada aplikasi ini adalah praktik pada aplikasi TikTok terdapat pemberian bonus pasif yang akan didapatkan oleh pengguna TikTok, ketika melakukan misi mengundang teman tanpa membuka aplikasi, pengguna yang mengundang tersebut tetap mendapatkan koin dari sebagian pendapatan yang diperoleh oleh pengguna yang diundang.

Berdasarkan latar belakang diatas terdapat hal menarik untuk diteliti, penulis juga memiliki kekhawatiran terkait aplikasi penghasil uang seperti TikTok, khususnya mengenai proses memperoleh uang melalui kode *referral* di aplikasi TikTok. Penulis ingin mengetahui status uang yang diperoleh oleh pengguna TikTok apakah sesuai dengan hukum ekonomi syariah atau tidak. Dengan demikian, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Uang Yang Dihasilkan Dari Kode *Referral* Pada Aplikasi TikTok (Studi Pada Mahasiswa UIN Bandung)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah diuraikan pada latar belakang diatas, yang menjadi masalah dalam penelitian ini yaitu uang yang dihasilkan dari kode *referral*

¹⁰ Distri Magasari, “Aplikasi Snack Video Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Di Kota Bengkulu)” (UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022), hlm 12.

pada aplikasi TikTok, maka dalam hal ini penulis melakukan penelitian lebih lanjut yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme penggunaan kode *referral* pada aplikasi TikTok?
2. Bagaimana analisis hukum ekonomi syariah terhadap praktik perolehan uang melalui kode *referral* pada aplikasi TikTok?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penulisan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme penggunaan kode *referral* pada aplikasi TikTok
2. Untuk mengetahui bagaimana analisis hukum ekonomi syariah terhadap praktik perolehan uang melalui kode *referral* pada aplikasi TikTok

D. Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan penelitian diatas, maka adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan guna bagi pembaca serta peneliti selanjutnya. Adapun kegunaan penelitian ini dilihat dari dua aspek, yaitu:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memperluas ilmu dalam ruang lingkup muamalah mengenai analisis hukum ekonomi syariah terhadap uang yang dihasilkan dari kode *referral* pada aplikasi TikTok.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi beberapa pihak sebagai berikut:
 - a. Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, yaitu sebagai tambahan wawasan dan referensi mengenai hukum ekonomi syariah terhadap praktik penggunaan kode *referral* pada aplikasi TikTok. Hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman dalam menyikapi fenomena ekonomi digital secara lebih kritis dan syar'i.
 - b. Masyarakat umum, sebagai sumber informasi yang dapat meningkatkan pemahaman mengenai penerapan prinsip-prinsip syariah dalam transaksi berbasis teknologi digital, khususnya terkait program *referral*. Dengan

demikian, masyarakat diharapkan lebih selektif dalam memanfaatkan teknologi sesuai dengan ketentuan hukum Islam.

- c. Pihak-pihak terkait, seperti pembuat kebijakan dan pelaku usaha digital, sebagai bahan evaluasi untuk memastikan program *referral* yang ditawarkan kepada pengguna tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

E. Kerangka Berfikir

Hukum Ekonomi Syariah menjadi dasar analisis untuk menilai keabsahan pemasaran melalui kode *referral* pada aplikasi TikTok. Prinsip-prinsip syariah bertujuan menjaga keadilan (*'adl*), keseimbangan (*tawazun*), dan kemaslahatan (*maslahah*), serta melindungi masyarakat dari praktik yang diharamkan seperti riba (bunga), *gharar* (ketidakpastian), *maysir* (perjudian), dan *tadlis* (penipuan). Allah SWT berfirman dalam Surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa: 29)¹¹

Ayat ini menjadi dasar bahwa setiap transaksi harus dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak dan tidak boleh mengandung unsur kebatilan, seperti penipuan atau pemaksaan. Dalam konteks ekonomi digital, inovasi seperti kode *referral* perlu diuji agar tetap sesuai syariat dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak tertentu.

¹¹ Ustadz Hamim Tohari, *Al-Qur'an Tikrar* (Bandung: SYGMA creative media corp, 2020), hlm 83.

Dalam era ekonomi digital, inovasi seperti kode *referral* tidak hanya menawarkan peluang finansial bagi individu tetapi juga memunculkan risiko syariah yang harus diantisipasi. Praktik pemasaran digital melalui kode *referral* memberi kesempatan luas bagi pengguna untuk mendapatkan penghasilan tambahan, namun perlu diteliti lebih lanjut apakah mekanisme yang digunakan sejalan dengan prinsip-prinsip transaksi dalam fiqh muamalah. Rukun dan syarat akad menjadi parameter penting dalam memastikan keabsahan sistem ini sehingga tidak merugikan salah satu pihak atau menimbulkan dampak negatif dalam jangka panjang.

Akad *ju'alah* menjadi fokus utama dalam analisis karena memiliki kemiripan dengan praktik kode *referral*. *Ju'alah*, sebagaimana dijelaskan oleh Wahbah al-Zuhaili dalam *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, adalah janji pemberian imbalan oleh satu pihak kepada pihak lain yang berhasil menyelesaikan tugas tertentu, dengan syarat-syarat sahnya akad meliputi adanya pihak yang berakad (*al-'aqidan*), objek akad (*ma'qud 'alayh*), *sighat* (lafaz ijab-qabul), dan tujuan yang sesuai syariat.¹² *Ju'alah* termasuk akad yang fleksibel karena tidak menuntut adanya kontrak kerja formal, sehingga cocok untuk konteks digital yang bersifat terbuka dan sukarela. Ibn Qudamah dalam *al-Mughni* menegaskan bahwa *ju'alah* dapat berlaku pada pekerjaan apa pun selama imbalan dan tugasnya jelas, tanpa ada unsur penipuan atau ketidakpastian.¹³ Dalam konteks TikTok, perusahaan sebagai pihak pemberi imbalan menetapkan tugas (mengajak pengguna baru) dan *reward* yang harus dikaji kejelasan dan transparansinya agar sesuai dengan prinsip syariah. Jika tugas atau imbalan tidak jelas, maka akad dapat dinilai mengandung unsur *gharar* yang dilarang.

Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah menjadi rujukan normatif yang sangat relevan. Fatwa ini menekankan bahwa setiap imbalan harus bersumber dari aktivitas ekonomi yang nyata, bukan semata-mata dari perekrutan anggota baru. Unsur yang dilarang dalam

¹² Wahbah Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu* (Damaskus: Dar al-Fikr, 1985), hlm 45-47.

¹³ Ibn Qudamah, *Al-Mughni*, Jilid IV, n.d, hlm 215-218.

fatwa ini meliputi riba, *gharar*, *tadlis*, serta sistem yang bersifat eksploitatif terhadap anggota baru.¹⁴ Analisis terhadap sistem kode *referral* TikTok harus mempertimbangkan apakah *reward* yang diberikan bersumber dari aktivitas produktif seperti penggunaan layanan atau hanya sekadar mendaftarkan pengguna baru. Jika *reward* berasal dari aktivitas pendaftaran tanpa ada transaksi ekonomi riil, maka praktik tersebut rentan mendekati skema piramida atau *money game* yang dilarang syariah. Fatwa ini menjadi filter awal dalam menilai legalitas syariah model bisnis berbasis *referral*.

Yusuf al-Qaradawi, ulama kontemporer terkemuka, memberikan pandangan kritis terhadap inovasi ekonomi digital. Dalam Fiqh al-Mu'amalat al-Maliyah al-Mu'asirah, beliau menyebutkan bahwa setiap model bisnis modern harus diuji dengan prinsip syariah, khususnya terkait kejelasan akad dan ketiadaan unsur *gharar*.¹⁵ Al-Qaradawi menegaskan bahwa inovasi seperti pemasaran digital dibolehkan selama akadnya jelas, *reward* yang dijanjikan tidak menimbulkan ketidakpastian, dan tidak ada pihak yang dirugikan. Prinsip *maslahah* menjadi pedoman ijtihad untuk menerima inovasi baru selama mendatangkan manfaat lebih besar bagi umat dan tidak bertentangan dengan *maqashid syariah*. Pendapat ini memperkuat argumentasi bahwa sistem *referral* dapat dibolehkan apabila memenuhi kriteria akad *ju'alah* yang sah serta sesuai dengan fatwa ulama dan lembaga keagamaan.

Analisis komparatif terhadap skema ekonomi digital lainnya memperkuat evaluasi kesahihan akad dalam program *referral*. Sistem *referral* yang diintegrasikan dengan pembelian produk atau jasa nyata lebih mendekati akad *ju'alah* karena terdapat aktivitas ekonomi riil yang menjadi sumber keuntungan. Contohnya adalah *e-commerce* yang memberikan *reward* kepada pengguna yang berhasil mereferensikan pembeli baru untuk transaksi nyata. Sebaliknya, jika *reward* hanya diberikan atas pendaftaran anggota baru tanpa aktivitas ekonomi nyata, sistem tersebut mendekati karakteristik skema piramida sebagaimana

¹⁴ Dewan Syariah Nasional MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional No : 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)," *Dewan Syariah Nasional MUI*, no. 51 (2009): 8.

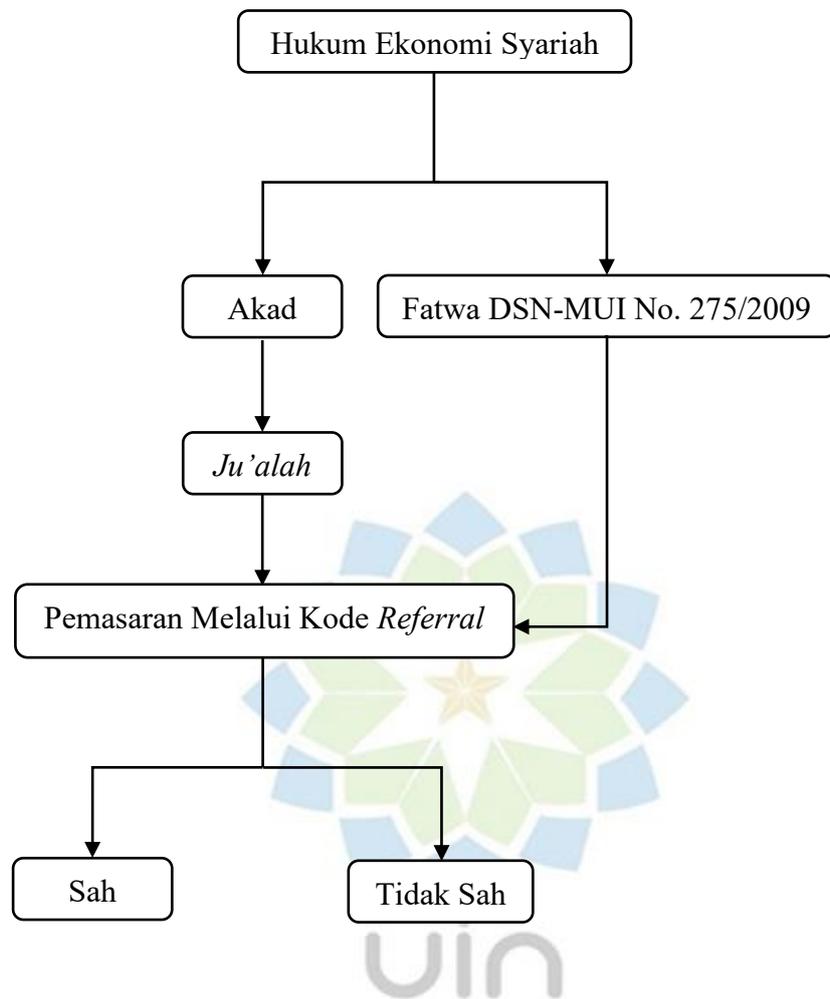
¹⁵ Yusuf al-Qaradawi, *Fiqh Al-Mu'amalat Al-Maliyah Al-Mu'asirah*, n.d, hlm 132-135.

dilarang dalam Fatwa DSN-MUI No. 75.¹⁶ Skema seperti ini cenderung eksploitatif dan berpotensi merugikan pihak terbawah (*downline*), yang pada akhirnya bertentangan dengan prinsip keadilan dalam Islam.

Berdasarkan uraian di atas, bahwa keabsahan praktik pemasaran melalui kode *referral* pada aplikasi TikTok ditentukan oleh kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah. Program ini memiliki kemiripan dengan akad *ju'alah* yang diperbolehkan dalam syariah, selama memenuhi syarat seperti kejelasan tugas, transparansi imbalan, serta tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, dan *tadlis*. Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 menjadi acuan penting untuk memastikan bahwa imbalan yang diberikan bersumber dari aktivitas ekonomi yang nyata, bukan semata-mata perekrutan anggota baru. Selain itu, pandangan ulama kontemporer seperti Yusuf al-Qaradawi menegaskan bahwa inovasi ekonomi digital dapat diterima dalam syariah jika selaras dengan maqashid syariah dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak mana pun. Oleh karena itu, kerangka berpikir ini akan menjadi dasar analisis untuk menilai apakah mekanisme kode *referral* TikTok sesuai atau bertentangan dengan ketentuan hukum ekonomi Islam.



¹⁶ Dewan Syariah Nasional MUI, “Fatwa Dewan Syariah NASIONAL No : 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).”



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

F. Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum membuat penelitian ini, penulis terlebih dahulu melakukan perbandingan dengan beberapa penelitian-penelitian terdahulu. Terdapat beberapa yang berkaitan atau membahas mengenai kode *referral*, beberapa penelitian tersebut diantaranya :

1. Skripsi Rizandi Syahputra (2021) yang berjudul “Bisnis Aplikasi Buzzbreak Di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Hukum Islam”. Skripsi ini membahas mengenai praktik aplikasi Buzzbreak di Kota Bengkulu saat pandemi Covid-19 serta praktek aplikasi Buzzbreak menurut perspektif hukum Islam. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa: 1) Pelaksanaan bisnis aplikasi Buzzbreak dimasa pandemi covid-19 di kota Bengkulu memiliki tiga aspek. Pertama, cara menggunakan aplikasi Buzzbreak; kedua, cara mencairkan uang dan; ketiga, tujuan menggunakan aplikasi Buzzbreak; 2) cara menggunakan aplikasi Buzzbreakk sesuai dengan ketentuan akad ujah jadi tidak ada hal yang dilarang dalam hukum Islam, cara mencairkan uang dari aplikasi Buzzbreak tidak termasuk larangan dalam hukum Islam dikarenakan setelah pengguna aplikasi menggunakan aplikasi ia langsung bisa mencairkan poin-poin tersebut dalam bentuk uang, dan adapun tujuan dari menggunakan aplikasi tersebut yaitu agar saling menguntungkan bagi kedua belah pihak jadi dalam hukum Islam hal tersebut diperbolehkan.¹⁷
2. Skripsi M. Chifitah (2020) yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Periklanan Online Bayar Per Klik (Pay Per Click)” Skripsi ini membahas tentang kontrak iklan *online* bayar per klik dan penipuan klik penerbit dalam bidang iklan *online* berbayar dari perspektif hukum Islam. Berdasarkan penelitian ini, ditemukan bahwa akad yang digunakan mengandung akad *Ijarah* yaitu. *Ijarah* untuk manfaat. Dalam praktiknya, penerbit menawarkan ruang iklan untuk penempatan iklan. Dari sudut pandang hukum Islam, model bisnis

¹⁷ Rizandi Syahputra, “Bisnis Aplikasi Buzzbreak Di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Hukum Islam” (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2021).

seperti itu tidak melanggar aturan selama syarat dan rukun *Ijarah* dapat dipenuhi, dan tidak melanggar aturan Syara.¹⁸

3. Skripsi Hasfira Ariwargi (2020) “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Acara *Live Streaming* di Aplikasi Yogrt (Studi Kasus Agensi 488 Poundasion)” penelitian ini menjelaskan tujuan dari pekerjaan yang pada dasarnya memikirkan implementasi program *streaming* menggunakan aplikasi Yogrt (488 *Poundasion Agency*) dan mengetahui sistem pembayaran, bonus dan transaksi jual beli mata uang *online* aplikasi Yogrt (488 *Poundasion Agency*) didasarkan pada revisi Hukum Dagang Syariah. Menurut hasil penelitian ini, pelaksanaan acara *live streaming* pada aplikasi Yogrt diperbolehkan selama hal-hal yang dilakukan dalam acara *live streaming* tersebut tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Dalam sistem penggajian, aktivitas *streaming* dapat dikaitkan dengan akad *ju'alah*, sedangkan pembagian bonus mencerminkan bentuk subsidi, dan transaksi jual beli koin termasuk dalam kategori akad jual beli *online*. Seluruh aktivitas tersebut diperbolehkan selama rukun dan syarat-syarat dasar perjanjian terpenuhi.¹⁹
4. Skripsi Febri Yanto (2022) “Kedudukan Media Online Aplikasi Vtube Dihubungkan Dengan Fatwa MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah”. Skripsi ini membahas mengenai Vtube, sebuah aplikasi yang hampir sama dengan Youtube yang dapat digunakan untuk menikmati beragam tontonan menghibur, namun yang menarik dari Vtube pengguna bisa meraup penghasilan tak terbatas bagi penonton iklan yang durasi per iklan 1-10 detik. Pada praktiknya akad yang digunakan adalah *ijarah*, maka ada hubungan antara perusahaan Vtube dan para pengguna aplikasi Vtube/member Vtube yang tercantum dalam akad sewa

¹⁸ Mariatul Chiptiah, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Periklanan Online Bayar Per Klik (Pay Per Clcik)” (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020).

¹⁹ Hasfira Ariwargi, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Acara *Live Streaming* Di Aplikasi Yogrt: Studi Kasus Agensi 488 Poundasion” (Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2020).

menyewa. Untuk upah yang berupa VP tidak sah untuk dijadikan sebagai alat pertukaran.²⁰

5. Skripsi Mahmud (2022) “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Pemanfaatan Kode *Referral* Untuk Mendapatkan Uang Pada Aplikasi Flip”. Penelitian ini menjelaskan Aplikasi Flip yang merupakan aplikasi layanan transfer beda bank tanpa biaya yang telah mendapat lisensi dari Bank Indonesia. Untuk mendapatkan perhatian dan pengguna baru, aplikasi Flip memberikan promo kode *referral* kepada pengguna lama yang berhasil mengajak orang lain untuk bergabung dan mendaftar pada aplikasi Flip dengan uang. Hasil penelitian ini adalah bahwa praktik pemanfaatan kode *referral* ini dilakukan oleh tiga pihak yang mana pihak pertama adalah aplikasi Flip, pihak kedua adalah pengguna lama, dan pihak ketiga adalah pengguna baru, yang mana nantinya masing-masing pihak akan saling diuntungkan dalam transaksi ini. Untuk tinjauan hukum Islam dalam praktik pemanfaatan kode *referral* untuk mendapatkan uang ini termasuk ke dalam akad *Ijarah* bil amal dan hukumnya sah walaupun adanya kecacatan pada objek akad, yaitu ketidakjelasan apakah pengguna baru harus tetap menggunakan jasa layanan aplikasi Flip atau boleh langsung menghapus aplikasi setelah berhasil mendapatkan uang.²¹
6. Skripsi Khomarus Zeman (2022) “Analisis Akad terhadap Uang Hasil TikTok di Lingkungan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah IAIN Madura”. Penelitian ini menjelaskan bahwa mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah IAIN Madura rata-rata memiliki aplikasi TikTok dan aktif menggunakan aplikasi TikTok tersebut. Mereka dapat memperoleh uang dari TikTok tersebut dengan cara menonton video bonus di TikTok yang mana mereka nantinya akan memperoleh koin dari pihak TikTok yang nantinya dapat ditukarkan menjadi rupiah ketika sudah mencapai batas minimal koin yang sudah ditentukan oleh pihak TikTok. Kedua, Dalam sistem TikTok ini jenis akad yang digunakan adalah akad Mudharabah

²⁰ Yanto Febri, “Kedudukan Media Online Aplikasi Vtube Dihubungkan Dengan Fatwa MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah” (Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2022).

²¹ Mahmud, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Pemanfaatan Kode Referral Untuk Mendapatkan Rewars Pada Aplikasi Flip (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Kediri)” (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2022).

yang mana dalam awal pembuatan akunnya terdapat ijab qabul yang berupa pemenuhan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pengguna TikTok agar dapat menghasilkan uang. Ketiga, Analisis akad perihal uang hasil TikTok di mahasiswa IAIN Madura prodi Hukum Ekonomi Syariah ini boleh dan sah karena mengarah kepada akad mudharabah.²²

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Rizandi Syahputra (2021)	“Bisnis Aplikasi Buzzbreak Di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Hukum Islam”	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai aplikasi yang menghasilkan uang.	Perbedaan yang nampak yaitu jenis aplikasi yang digunakan.
2.	M. Chifitah (2020)	“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Periklanan Online Bayar Per Klik (<i>Pay Per Click</i>)”	Kesamaan dalam penelitian ini terletak pada fokus yang membahas aplikasi sebagai sumber penghasilan finansial.	Perbedaan yang terlihat adalah terletak pada jenis aplikasi yang digunakan dalam penelitian.
3.	Hasfira Ariwargi (2020)	“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Acara <i>Live Streaming</i> di Aplikasi <i>Yogrt</i> (Studi Kasus Agensi 488 <i>Poundasion</i>)”	Penelitian ini memiliki persamaan karena mengulas tentang aplikasi yang dapat menghasilkan pendapatan.	Perbedaan yang dapat diamati adalah terkait dengan variabel aplikasi yang dipergunakan dalam penelitian ini.

²² Khomarus Zeman, “Analisis Akad Terhadap Uang Hasil Tiktok Di Lingkungan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah IAIN Madura” (Institut Agama Islam Negeri Madura, 2022).

4.	Febri Yanto (2022)	“Kedudukan Media Online Aplikasi Vtube Dihubungkan Dengan Fatwa MUI No. 75/DSN-MUI/Vii/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah”	Persamaan penelitian ini dengan judul yang diusung adalah sama-sama membahas mengenai aplikasi yang menghasilkan uang	Terdapat dalam metode/cara penerima mendapatkan uang. Jika dalam judul tersebut cara mendapatkan uangnya dengan cara menonton iklan dalam aplikasi Vtube.
5.	Mahmud (2022)	“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Pemanfaatan Kode <i>Referral</i> Untuk Mendapatkan Uang Pada Aplikasi Flip”	Persamaannya terdapat pada cara pembagian kode <i>referral</i> dalam sebuah aplikasi	Perbedaannya terdapat pada jumlah uang yang diterima dari pengguna baru yang mendapatkan kode <i>referral</i> .
6.	Khomarus Zeman (2022)	Analisis Akad terhadap Uang Hasil TikTok di Lingkungan Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah IAIN Madura	Persamaannya dalam hal uang yang dihasilkan pada aplikasi TikTok yaitu dengan menonton video	Perbedaannya yaitu pada akad yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan akad mudharabah.