

## Tinjauan Fatwa DSN-MUI NO.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah terhadap Sistem Pola Akad Kerjasama dan Implementasinya pada Monetisasi Tiktok

Novia Dwi Putri<sup>\*</sup>, Sandy Rizki Febriadi, Arif Rijal Anshori

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*noviadwiputri07@gmail.com, sandyrizkifebriadi@unisba.ac.id, arijalanshori89@gmail.com

**Abstract.** The practice of monetization on the Tiktok application uses a syirkah abdan contract, this can be said because the collaboration between Tiktoker and third parties is not based on capital in the form of skills, skills and effort contributions. The matters regarding syirkah or cooperation are contained in the Fatwa of DSN-MUI No. 114/DSN-MUI/IX/2017 concerning the Syirkah Contract. However, in practice, TikTokers do not know clearly about the income they will get. This is contrary to one of the contents of the DSN-MUI Fatwa No. 114/DSN-MUI/IX/2017 concerning the Syirkah Agreement article 8 paragraph 1 and sometimes only getting a product which is indeed his duty to promote, this is not comparable to a third party benefit in the form of increased sales results reported by TikToker. This also contradicts the DSN-MUI Fatwa No.114/DSN-MUI/IX/2017 regarding the Syirkah Agreement article 6 paragraph 4. This study aims to determine how the DSN-MUI Fatwa No.114/DSN-MUI/IX/2017 understands about Syirkah contract on the pattern of cooperation contracts and their implementation on Tiktok monetization. The method used in this research is qualitative. Based on what is done based on this fatwa, monetization should not be carried out because there are some discrepancies in terms of profit-sharing ratio, profit, and timing of profit-giving between the practices carried out and the provisions of the DSN-MUI Fatwa No.114/DSN-MUI/IX/2017 regarding the Syringe Contract.

**Keywords:** *Monetization, Shirka, Fatwa MUI.*

**Abstrak.** Praktik monetisasi pada aplikasi Tiktok menggunakan akad syirkah abdan, hal ini dapat dikatakan karena kerjasama antara Tiktoker dengan pihak ketiga tidak didasarkan pada modal yang berupa harta melainkan berupa kontribusi keahlian, keterampilan dan usaha kerja. Adapun hal-hal mengenai syirkah atau kerjasama dimuat dalam Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah. Namun pada pelaksanaan kerjasama justru para TikToker tidak mengetahui dengan jelas mengenai pendapatan yang akan dia dapatkan. Hal ini bertentangan dengan salah satu isi Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah pasal 8 ayat 1 dan terkadang dia hanya mendapatkan suatu produk yang mana produk itu memanglah tugas untuk dia promosikan, hal ini tidak sebanding dengan pihak ketiga yang mendapatkan keuntungan berupa peningkatan hasil penjualan yang dipromosikan oleh TikToker. Ini juga bertentangan dengan Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah pasal 6 ayat 4. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tinjauan Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah terhadap pola akad kerjasama dan implementasinya pada monetisasi Tiktok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif. Berdasarkan tinjauan yang dilakukan berdasarkan fatwa tersebut praktik monetisasi ini tidak boleh dilakukan karena terdapat beberapa ketidaksesuaian dalam hal nisbah bagi hasil, keuntungan, dan waktu pemberian keuntungan antara praktik yang dilakukan dan ketentuan Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah.

**Kata Kunci:** *Monetisasi, Syirkah, Fatwa MUI.*

## A. Pendahuluan

Aplikasi Tiktok merupakan aplikasi sosial video musik yang dirilis Tiongkok pada September 2016. Aplikasi tersebut menyediakan fitur dimana para pengguna dapat merekam video pendek dimana musik dapat ditemukan dengan mudah dalam aplikasi tersebut.. Tiktok memuat beragam video mulai dari video berita, unjuk bakat seperti menari dan menyanyi, tutorial makeup, bahkan video yang bersifat komersil.

Tidak hanya sebagai ajang untuk menunjukkan eksistensi diri Tiktok juga dijadikan sebagai lahan untuk mencari penghasilan tambahan. Keputusan seseorang untuk menjadikan sebuah akun sosial medianya sebagai lahan untuk mendapatkan pendapatan ialah monetisasi. Menurut David Perell (1) dalam *Models of Internet Monetization*, monetisasi ialah cara media untuk memperoleh pendapatan melalui penjualan konten yang berbayar.

Dalam monetisasi Tiktok tersebut terdapat kerjasama antara Tiktok, Tiktoker, dengan pihak ketiga (*brand* atau *management*). Kerjasama dalam Islam biasa disebut dengan *syirkah* atau serikat. Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah (2) Pasal 20 ayat 3 terdapat pengertian *syirkah* sebagai berikut, *syirkah* ialah kerjasama antara dua orang atau lebih dimana para pihak mempunyai kesepakatan dalam hal modal, kerugian dan keuntungan yang telah ditentukan berdasarkan nisbah yang disepakati.

Kerjasama yang dilakukan itu biasanya dalam Tiktok dilakukan dalam bentuk *endorsement* ataupun *affiliate*. Biasanya dalam hal tersebut Tiktoker diminta untuk membuat sebuah video promosi ataupun melakukan siaran langsung yang bersifat mengiklankan suatu produk dalam objek kerjasama tersebut. Kerjasama antara pengguna Tiktok (TikToker) dengan Tiktok dapat termasuk ke dalam jenis kerjasama (*syirkah abdan*), yang mana *syirkah 'abdan* ialah *syirkah* antara dua orang atau lebih, dimana para pihak sama-sama hanya menyerahkan kontribusi berupa keahlian atau tenaga tanpa investasi modal. (3)

Adapun beberapa landasan hukum kerjasama dalam hukum Islam ialah sebagai berikut:

(4)

Q.S Shad ayat 24:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالٍ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۗ وَإِنْ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّهٗ فَأَسْتَعْفَرَ رَبَّهُ، وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Artinya:

Daud berkata: "Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini". Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya, maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.

Hadis Nabi Muhammad SAW:

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَىٰ يَقُولُ : أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَإِذَا خَانَ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا

Artinya:

Allah swt. berfirman: 'Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersyarikat selama salah satu pihak tidak mengkhianati pihak yang lain. Jika salah satu pihak telah berkhianat, Aku keluar dari mereka. (HR. AbuDaud, yang dishahihkan oleh al-Hakim, dari Abu Hurairah).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengatur beberapa ketentuan mengenai syirkah yang dimuat pada Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah. Defiinsi syirkah yang terdapat dalam Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 itu sendiri ialah akad kerja sama yang dilakukan oleh dua pihak

atau lebih dalam suatu usaha tertentu yang mana setiap pihak memberikan kontribusi dana atau modal dan pembagian keuntungan didasarkan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung oleh para pihak secara proporsional. Adapun beberapa ketentuan mengenai syirkah dalam fatwa tersebut sebagai berikut:

**Ketentuan umum akad syirkah:**

1. Akad syirkah adalah akad kerja sama yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam suatu usaha tertentu yang mana setiap pihak memberikan kontribusi dana atau modal dan keuntungan dibagi sesuai nisbah yang telah disepakati, sedangkan kerugian ditanggung oleh para pihak secara proporsional.
2. Syarik ialah pihak yang melakukan akad syirkah, dapat berupa orang atau yang dipersamakan dengan orang, baik berbadan hukum ataupun tidak berbadan hukum.
3. Ra's al-mal ialah modal berupa harta kekayaan yang disatukan yang berasal dari para pihak yang melakukan syirkah.
4. Syirkah Amwal ialah syirkah yang modalnya berupa harta dalam bentuk uang atau barang.
5. Syirkah 'abdan atau syirkah a'mal ialah syirkah yang modalnya bukan berupa harta akan tetapi berupa keahlian, keterampilan usaha, atau kerja, termasuk komitmen untuk menunaikan kewajiban syirkah kepada pihak lain berdasarkan kesepakatan atau proposional.
6. Syirkah Wujud ialah syirkah yang modalnya bukan berupa harta namun dalam bentuk nama baik salah satu maupun seluruh syarik, termasuk komitmen untuk menunaikan kewajiban syirkah kepada pihak lain berdasarkan kesepakatan atau proporsional.
7. Taqwim al-'urudh ialah penaksiran barang untuk diketahui harganya.
8. Nisbah bagi hasil ialah perbandingan yang dinyatakan dengan angka seperti persentase untuk membagi hasil usaha, baik berupa nisbah proporsional atau nisbah kesepakatan.
9. Nisbah proposional ialah nisbah atas dasar porsi modal para pihak (syarik) dalam syirkah yang dijadikan dasar dalam pembagian keuntungan dan kerugian.
10. Nisbah kesepakatan ialah nisbah atas dasar kesepakatan dan bukan berdasarkan atas porsi modal para syarik.
11. Syirkah da'imah atau syirkah tsabitah ialah syirkah dimana kepemilikan porsi modal dari setiap syarik tidak mengalami perubahan sejak akad syirkah dimulai sampai dengan berakhirnya akad syirkah.
12. Musyarakoh mutanaqishah ialah syirkah dimana kepemilikan porsi modal salah satu syarik dapat berkurang yang disebabkan oleh pembelian secara bertahap oleh syarik lainnya.
13. Kerugian usaha musyarakah ialah hasil usaha, di mana jumlah modal yang diinvestasikan mengalami penurunan.
14. At-ta'addi ialah ketika salah satu syarik melakukan suatu perbuatan yang seharusnya tidak dilakukan.
15. At-taqshir ialah ketika salah satu syarik tidak melakukan suatu perbuatan yang seharusnya diakukan.
16. Mukhalafat asy-syuruth ialah ketika salah satu syarik menyalahi isi dan atau substansi atau syarat-syarat yang disepakati dalam akad

**Ketentuan bentuk akad syirkah yang boleh dilakukan:**

1. Syirkah mu'qqatah.
2. Syirkah amwal.
3. Musyarakah mutanaqishah.
4. Syirkah da'imah.
5. Syirkah wujud.
6. Syirkah 'abdan atau syirkah a'mal.

**Ketentuan shigat akad syirkah:**

1. Akad harus dinyatakan secara jelas, tegas, mudah dipahami dan dimengerti.
2. Akad boleh dilakukan secara tertulis, lisan, isyarat, dan perbuatan atau tindakan, juga dapat dilakukan secara elektronik sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan

yang berlaku.

**Ketentuan para pihak akad syirkah:**

1. Syarik berupa orang atau yang disamakan dengan orang, baik berupa badan hukum maupun tidak badan hukum yang berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Syarik ialah harus seseorang yang cakap hukum yang dengan syariah dan undang-undang yang berlaku.
3. Syarik wajib memiliki harta yang disertakan sebagai modal, memiliki keterampilan, dan keahlian usaha.

**Ketentuan modal usaha akad syirkah:**

1. Modal harus diserahkan terimakan, dapat secara tunai atau bertahap, sesuai dengan kesepakatan.
2. Modal syirkah amwal haruslah uang, dapat juga barang ataupun campuran barang juga uang. Apabila modal berbentuk barang maka wajib dilakukan taqwm al'urudh saat akad.
3. Penyerahan modal wajib dijelaskan jumlah ataupun nilai nominalnya.
4. Para syarik menyepakati jenis mata uang yang dijadikan sebagai modal.
5. Jika para pihak menyertakan modal berupa mata uang yang berbeda, maka harus dikonversikan ke dalam mata uang yang disepakati sebagai modal pada saat akad.
6. Modal tidak boleh dalam bentuk piutang.

**Ketentuan nisbah bagi hasil akad syirkah:**

1. Sistem pembagian keuntungan haruslah disepakati dan dinyatakan secara jelas dalam akad.
2. Nisbah bagi hasil boleh disepakati dalam bentuk nisbah proposional maupun nisbah kesepakatan.
3. Nisbah bagi hasil dinyatakan dalam bentuk presentase terhadap keuntungan, dan tidak boleh bentuk presentase dari modal syirkah.
4. Nisbah bagi hasil tidak boleh menggunakan angka presentase yang dapat mengakibatkan keuntungan oleh pihak tertentu saja.
5. Nisbah kesepakatan dapat dinyatakan dalam bentuk berjenjang.
6. Nisbah kesepakatan dapat diubah sesuai dengan kesepakatan.

**Ketentuan kegiatan usaha akad syirkah:**

1. Usaha yang dilakukan harus merupakan usaha yang halal, sesuai dengan syari'ah, dan undang-undang yang berlaku.
2. Syarik saat melakukan kegiatan usaha syirkah harus mengatas namakan entitas syirkah, tidak boleh atas nama diri sendiri.
3. Para syarik tidak boleh meminjamkan, menyumbangkan, dan menghadihkan modal dan keuntungan kepada pihak lain kecuali atas dasar kesepakatan para pihak.
4. Syarik dalam melakukan usaha syirkah, tidak boleh melakukan perbuatan yang termasuk at-ta 'addi, at-taqshir, dan mukhalafat asy-syuruth.

**Ketentuan pembagian, keuntungan, dan kerugian akad syirkah:**

1. Keuntungan haruslah dihitung dengan jelas.
2. Seluruh keuntungan harus dibagikan berdasarkan nisbah yang telah disepakati dan tidak boleh ada jumlah keuntungan yang ditentukan di awal yang ditetapkan hanya untuk syarik tertentu.
3. Salah satu pihak boleh menyarankan bahwa jika keuntungan melebihi jumlah tertentu, kelebihan itu diberikan kepadanya.
4. Keuntungan boleh dibagikan sekaligus saat berakhirnya akad ataupun secara bertahap sesuai kesepakatan dalam akad.

**Ketentuan aktivitas dan produk akad syirkah:**

1. Apabila syirkah diwujudkan dalam bentuk pembiayaan, berlaku dhawabith juga hudud bagaikan hal tertera di Fatwa DSN-MUI No. 08 Tahun 2000
2. Apabila syirkah diwujudkan ke dalam bentuk pembiayaan rekening koran syariah maka berlaku dhawabith juga hudud bagaikan hal tertera di Fatwa DSN-MUI No. 55 Tahun 2007.

3. Apabila syirkah diwujudkan dalam bentuk musyarakah mutanaqishah maka berlaku dhawabith juga hudud bagaikan hal tertera di Fatwa DSN-MUI No. 73 tahun 2008.
4. Apabila syirkah diwujudkan dalam bentuk pembiayaan sindikasi maka berlaku dhawabith juga hudud bagaikan hal tertera di Fatwa DSN-MUI No. 91 Tahun 2014.

#### **Ketentuan penutup:**

1. Apabila terjadi perselisihan, maka perselisihan diselesaikan melalui lembaga penyelesaian sengketa berdasarkan syariah dan undang-undang yang berlaku.
2. Penerapan fatwa ini dalam kegiatan atau produk usaha wajib terlebih dahulu mendatkan opini DPS.

Dalam pelaksanaannya Tiktok hanya memberikan tugas kepada penggunanya untuk melakukan pengiklanan terhadap suatu produk, dan keuntungannya dibagi sesuai dengan apa yang telah disepakati. Namun pada pelaksanaan kerjasama justru para TikToker tidak mengetahui dengan jelas mengenai pendapatan yang akan dia dapatkan. Hal ini bertentangan dengan salah satu isi Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Syirkah* pasal 8 ayat 1 memuat bahwa keuntungan haruslah dihitung jelas guna sengketa pada waktu alokasi keuntungan atau penghentian *musyarakah*.. Kemudian tidak hanya itu dalam sistem kerjasama antara TikToker dengan pihak ketiga terdapat sistem free endorsement, yang mana pada sistem ini TikToker selaku pelaku endorse tidak mendapatkan keuntungan, dia hanya mendapatkan suatu produk yang mana produk itu memanglah tugas untuk dia promosikan, hal ini tidak sebanding dengan pihak ketiga yang mendapatkan keuntungan berupa peningkatan hasil penjualan yang dipromosikan oleh TikToker. Hal ini juga bertentangan dengan Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Syirkah* pasal 6 ayat 4 memuat bahwa nisbah kesepakatan tidak boleh hanya menguntungkan salah satu pihak saja.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Tinjauan Fatwa DSN MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Syirkah* Terhadap Sistem Pola Akad Kerjasama dan implementasinya pada Monetisasi Tiktok?” Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Menjelaskan konsep akad kerjasama menurut Fatwa DSN MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Syirkah* .
2. Menjelaskan pola akad kerjasama antara TikToker dengan pihak ketiga pada monetisasi Tiktok.
3. Menjelaskan Tinjauan Fatwa DSN MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Syirkah* Terhadap Sistem Pola Akad Kerjasama dan implementasinya pada Monetisasi Tiktok.

## **B. Metodologi Penelitian**

Peneliti menggunakan metode kualitatif dan menggunakan pendekatan empiris, yang mana pendekatan empiris ialah sebuah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan suatu kondisi yang dilihat secara langsung dan apa adanya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah wawancara, penulis melakukan wawancara terhadap lima orang Tiktoker yang berada dalam bidang *Beauty Influencer*.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Mengenai *sighat* akad pada *syirkah*, dalam Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 dijelaskan bahwa suatu *akad syirkah* harus dinyatakan secara tegas, jelas, dan mudah dipahami. Tidak hanya itu kesepakatan atau *ijab* dan *qabul* boleh dilakukan secara lisan, tertulis, isyarat, serta dapat dilakukan melalui elektronik sesuai dengan syari'ah dan perundang-undangan yang berlaku. Dalam monetisasi Tiktok *ijab* dan *qabul* dilakukan melalui elektronik, dalam sistem *endorsement* Tiktok kedua pihak membuat kesepakatan melalui chat instagram maupun chat whatsapp, dalam chat tersebut keduanya sama sama menyampaikan apa saja yang bisa dia kontribusikan dan apa saja yang bisa dia dapatkan, dimana hal ini sesuai dengan ketentuan yang ada pada Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017. *Ijab* dan *qabul* terjadi ketika *brand* atau

*management* melakukan kontak melalui chat dan menawarkan *endorsement* kepada pihak Tiktok, kemudian Tiktok memberikan *rate card* kepada *brand* atau *management* dan hal tersebut disetujui maka *ijab* dan *qabul* sudah terjadi. Sedangkan dalam sistem Tiktok *Affiliate* *ijab* dan *qabul* terjadi ketika Tiktok menandatangani persetujuan dari undangan penghubungan akun yang dikirimkan *management* kepada pihak Tiktok.

Kedua, pihak yang terlibat dalam monetisasi Tiktok ini ialah Tiktok dan pihak *brand* ataupun *management*. Hal ini selaras dengan ketentuan mengenai '*aqidain*' pada Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 kecuali ada salah satu pihak seperti pihak dari *brand* yang mana ternyata *brand* tersebut merupakan *brand* minuman keras, ataupun *game* judi *online*, karena keduanya termasuk kriteria haram. Dalam Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 menjelaskan bahwa pihak yang berakad dalam *syirkah* bisa merupakan orang, ataupun lembaga baik berbadan hukum ataupun tidak berbadan hukum. Tidak hanya itu pihak yang berakad dalam *syirkah* haruslah cakap hukum dan memiliki keahlian atau modal.

Ketiga, dalam monetisasi Tiktok modal yang dikontribusikan dapat berupa barang, keahlian atau keterampilan, dan harta, tergantung program monetisasi Tiktok mana yang dilakukan. Dalam Tiktok *Affiliate* pihak *management* memberikan barang dari produk yang akan dipromosikan kepada Tiktok, pihak *management* juga memberikan kontribusi keahliannya seperti melakukan *boost* terhadap konten Tiktok dan memberikan pelatihan kepada Tiktok dalam membuat konten dan melakukan *live*. Kemudian Tiktok memberikan kontribusi berupa keahlian atau keterampilan yaitu membuat video atau melakukan siaran langsung promosi barang. Hal ini tentu dibolehkan, mengingat ketentuan dalam fatwa DSN-MUI/IX/2017 memuat bahwa modal dalam *syirkah* dapat berupa barang, keahlian, maupun harta. Kemudian dalam proses monetisasi *endorsement* Tiktok modal yang dikontribusikan ialah berupa barang, harta yang dikontribusikan oleh pihak *brand* atau *management*, dan keterampilan atau keahlian yang dikontribusikan oleh pihak Tiktok, tentunya hal ini dibolehkan karena Fatwa DSN-MUI NO.114/DSN-MUI/IX/2017 memuat ketentuan bahwa modal boleh berupa kombinasi antara harta, barang, dan keahlian.

Keempat, nisbah bagi hasil yang dilakukan dalam program monetisasi Tiktok *Affiliate* ditentukan dari persentase terhadap harga barang, dimana barang disini merupakan modal dari kerjasama ini, hal ini bertentangan dengan apa yang tertera pada Fatwa DSN-MUI NO.114/DSN-MUI/IX/2017 dalam fatwa tersebut dinyatakan bahwa persentase keuntungan tidak boleh berupa nominal persentase dari modal usaha. Kemudian tidak hanya itu adanya sistem *free endorsement* dimana para Tiktok tidak mendapatkan bayaran atas apa yang telah dia lakukan, dia hanya mendapatkan produk yang dia promosikan saja, bahkan ada beberapa Tiktok yang diminta untuk mengembalikan produk kepada pihak *brand* atau *management*, hal ini tentu bertentangan dengan apa yang tertera pada Fatwa DSN-MUI NO.114/DSN-MUI/IX/2017 dalam fatwa tersebut dinyatakan bahwa keuntungan tidak boleh menguntungkan hanya salah satu pihak yang *bersyirkah*.

Kelima, keuntungan yang didapatkan pada program monetisasi Tiktok *Affiliate* di dalam kontrak We Link Management hanya berbentuk *range* persentase saja, tidak dijelaskan dengan detail berapa nominal yang akan didapatkan oleh Tiktok, bahkan terkadang pihak *management* tidak memberikan apa yang sudah disepakati di kontrak, seperti telatnya waktu pemberian penghasilan kepada Tiktok ataupun tidak memberikannya hal ini bertentangan dengan salah satu isi Fatwa DSN-MUI NO.114/DSN-MUI/IX/2017 bahwa keuntungan harus dihitung dengan jelas guna menghindarkan perbedaan atau sengketa pada waktu alokasi keuntungan atau penghentian musyarakah.

Keenam, kegiatan usaha yang dilakukan dalam monetisasi Tiktok *Affiliate* dan *endorsement* Tiktok pada penelitian ini dibolehkan karena pada kegiatan tersebut produk yang dipromosikan berupa produk *skin care* atau makeup saja, tidak ada produk yang diharamkan. Maka hal ini dibolehkan karena menurut Fatwa DSN-MUI NO.114/DSN-MUI/IX/2017 menyatakan bahwa kegiatan usaha pada *syirkah* haruslah kegiatan yang halal.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebenarnya monetisasi tiktok boleh dilakukan selagi dalam pelaksanaannya tidak melanggar apa yang telah ditentukan oleh syariat, Fatwa DSN-MUI NO.114/DSN-MUI/IX/2017, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 menjelaskan bahwa *syirkah abdan* atau bisa disebut dengan *syirkah a'mal* ialah *syirkah* yang mana modal nya bukan berbentuk harta melainkan berbentuk keahlian, keterampilan, dan usaha kerja, termasuk komitmen dalam menjalankan kewajiban *syirkah* berdasarkan kesepakatan.
2. Akad kerjasama yang dilakukan dalam monetisasi Tiktok ini merupakan akad *syirkah abdan*, kerjasama dalam monetisasi ini dilakukan atas kesepakatan yang disampaikan melalui *direct message* instagram dan whatsapp antara Tiktoker dan pihak ketiga (*brand* atau *management*) yang mana tujuan dalam kerjasama ini ialah untuk mengiklankan suatu produk. Adapun kegiatan pengiklanan yang dilakukan dalam monetisasi ini terdapat dua bentuk seperti *affiliate* dan *endorsement*. Dalam praktiknya pertama-tama *management* memberikan produk yang dia dapatkan dari sebuah *brand* kepada Tiktoker kemudian, Tiktoker akan melakukan *live video* ataupun membuat sebuah konten iklan produk tersebut, dimana dalam *live video* atau konten tersebut dibuat berdasarkan *brief* atau arahan yang diberikan oleh *brand* atau *management*. Setelah Tiktoker melakukan hal tersebut maka *management* akan melakukan *booster* terhadap *live video* atau konten yang telah dibuat agar hal tersebut bisa menyebar luas. Kemudian keuntungan yang akan diberikan kepada Tiktoker dalam sistem *affiliate* dilihat dari jumlah penjualan yang dilakukan oleh Tiktoker, sedangkan keuntungan yang didapatkan Tiktoker dalam sistem *endorsement* tidak dilihat dari jumlah penjualannya. Dalam penelitian yang dilakukan penulis, produk yang diiklankan oleh para narasumber merupakan produk kecantikan berupa skincare dan makeup.
3. Tinjauan Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah terhadap sistem pola akad kerjasama dan implementasinya pada monetisasi Tiktok, yaitu tidak dibolehkan jika kerjasama dalam monetisasi ini tidak sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah dan prinsip Syari'ah. Adapun beberapa hal yang tidak sesuai dalam pelaksanaan monetisasi ini seperti, adanya *mukhalafat asy-syuruth* yang dilakukan pihak *management*, dimana *management* tidak memberikan bonus yang dijanjikan sebagaimana di kontrak. Kemudian nisbah bagi hasil yang dilakukan dalam program monetisasi Tiktok *Affiliate* ditentukan dari persentase terhadap harga barang, dimana barang disini merupakan modal dari kerjasama ini. Selain itu terdapat ketidakjelasan dalam bagi hasil seperti yang tertera di kontrak hanya dicantumkan range nya saja (5-20%), selain itu waktu pemberian keuntungan tidak menentu. dan dalam kerjasama antara Tiktoker dengan *management* penghasilan yang didapatkan tidak disebutkan dengan jelas. Hal tersebut bertentangan dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah.

#### Acknowledge

Alhamdulillah saya ucapkan terimakasih kepada Allah SWT atas-Nya saya dapat melakukan penelitian ini. Tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada Bapak Dr.Sandy Rizki Febriadi, LC.,M.A. dan Bapak Arif Rijal Anshori, S.Sy.,M.E., selaku dosen pembimbing saya dalam penelitian ini, juga saya ucapkan terimakasih kepada para narasumber yang sudah berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan terkait penelitian ini.

#### Daftar Pustaka

- [1] Nadia Febriani, *Perapan Model Monetisasi Content Creation Pada Vice Indonesia*, Kajian Jurnalisme, Volume. 02, No.02, 2019.s
- [2] Muhammad Iqbal, Panji Adam, and Yandi Maryandi, *Tinjauan Fikih Muamalah Pada Akad Mudharabah Terhadap Pelaksanaan Kerjasama Dan Bagi Hasil Ternak Ayam Pedaging Di Desa Cibalong Kabupaten Bogor*, Prosiding Hukum Ekonomi Syariah, Volume. 06, Nomor. 02, 2020.

- [3] Deny Setiawan, *Kerja Sama (Syirkah) Dalam Ekonomi Islam*, Ekonomi, Volume. 21, No. 03, 2020.
- [4] Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah.
- [5] Azzahra, Meuthia dan Eva Misfah Bayuni. (2021). Analisis Fatwa DSN-MUI No. 43/DSN-MUI/VIII/2004 tentang Ganti Rugi (Ta'widh) terhadap Penerapan Tarif Pembatalan Order di Aplikasi Grab. *Jurnal Riset Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 78-82.