

**KEPUASAN KONSUMEN DALAM  
MENGUNAKAN DUNIA *YOUTUBE* SEBAGAI  
PENJUAL JASA MENAIKKAN JAM TAYANG  
DITINJAU DARI  
ETIKA BISNIS ISLAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Vivi Dea Wijayanti**

**NIM401190208**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
2024**

## ABSTRAK

Wijayanti, Vivi Dea. Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Dunia *Youtube* Sebagai Penjual Jasa Menaikkan Jam Tayang Ditinjau dari Etika Bisnis Islam. *Skripsi*, 2024, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing : Estu Unggul Drajat, M. Ec. Dev.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Jual Beli Jasa, Etika Bisnis Islam

Menurut teori Kotler dan Keller yang dikutip dalam buku Manajemen Pemasaran, kepuasan konsumen merupakan perasaan senang maupun kecewa seorang yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen akan timbul apabila terdapat perasaan yang sangat puas setelah konsumen mengkonsumsi produk. Permasalahan dalam penelitian ini lebih menyorot faktor yang mendasari kepuasan yang dirasakan setelah menggunakan jasa penjual jasa jam tayang.

Skripsi ini memiliki tujuan untuk: (1) Menganalisis mekanisme jual beli yang dilakukan oleh Dunia *Youtube* dengan konsumennya (2) Menganalisis faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan Dunia *Youtube* sebagai penjual jasa menaikkan jam tayang (3) Menganalisis tinjauan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Dunia *Youtube* sebagai penjual jasa menaikkan jam tayang.

Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen yang membeli jasa untuk menaikkan jam tayang Dunia *YouTube* pada awalnya merasa kesulitan dalam memenuhi syarat dari *YouTube*. Pada akhirnya permasalahan tersebut dapat teratasi karena adanya penjual jasa menaikkan jam

tayang dan *subscriber* Dunia *YouTube*. Banyak konsumen merasa puas dengan penjual jasa Dunia *YouTube*. Kepuasan yang dirasakan mencakup beberapa hal, diantaranya terpenuhinya jam tayang dan jumlah *subscriber* sehingga akun dapat didaftarkan *monetisasi*. Ketika akun mereka sudah *dimonetisasi* oleh *YouTube* maka akun mereka tentu saja bisa dijadikan sumber penghasilan. Hal ini dapat dilihat dari keberhasilan indikator kepuasan konsumen dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya.

Selain itu, hasil penelitian mengenai faktor kepuasan yang ditinjau dari etika bisnis Islam juga sudah sesuai. Dapat dibuktikan dengan adanya kelima faktor yang mendasari kepuasan konsumen dalam tinjauan etika bisnis Islam yang mencakup tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, bertanggungjawab, dan juga ihsan. Pemilik jasa jam tayang Dunia *YouTube* bertanggungjawab penuh dengan apa yang menjadi orderan konsumennya. Selain itu dari segi tauhid dalam mengerjakan orderan pemilik jasa juga tidak melupakan ibadahnya meskipun orderan banyak. Konsumen Dunia *YouTube* juga bebas untuk berkonsultasi mengenai jam tayang maupun *subscriber* merupakan bukti dari salah satu prinsip etika bisnis Islam yakni kehendak bebas. Sedangkan dari segi ihsan, Dunia *YouTube* sangat bermanfaat bagi *Youtuber* pemula yang kesulitan memenuhi syarat jam tayang dan juga *subscriber* dari *YouTube*.







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Vivi Dea Wijayanti	401190208	Ekonomi Syariah	Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Dunia YouTube Sebagai Penjual Jasa Menaikkan Jam Tayang Ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 03 April 2024

Mengetahui  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I  
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

Estu Unggul Drajat, M. Ec. Dev.  
NIP. 199608292022032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Naskah skripsi berikut ini :

Judul : Kepsuan Konsumen Dalam Menggunakan Dunia YouTube Sebagai  
Penjual Jasa Menaikkan Jam Tayang Ditinjau dari Etika Bisnis Islam  
Nama : Vivi Dea Wijayanti  
NIM : 401190208  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

**Dewan penguji :**

Ketua Sidang :  
Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy  
NIP 198608082019032023  
Penguji I :  
Mughtim Humaidi, M. IRKH  
NIP 198106272023211011  
Penguji II :  
Estu Unggul Drajat, M. Ec, Dev.  
NIP 199608292022032001

Ponorogo, 03 Juni 2024  
Mengesahkan  
Dekan FEBI IAIN Ponorogo

**Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.**  
NIP 197207142000031005

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

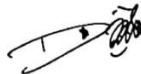
Nama : Vivi Dea Wijayanti  
NIM : 401190208  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
JudulSkripsi/Thesis : Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Dunia  
YouTube Sebagai Penjual Jasa Menaikkan Jam Tayang  
Ditinjau dari Etika Bisnis Islam

menyatakan bahwa naskah skripsi / thesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ac.id](https://etheses.iainponorogo.ac.id). adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 06 Juni 2024

Penulis,



Vivi Dea Wijayanti  
NIM 401190208

### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Vivi Dea Wijayanti

NIM : 401190208

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN DUNIA *YOUTUBE*  
SEBAGAI PENJUAL JASA MENAIKKAN JAM TAYANG DITINJAU DARI  
ETIKA BISNIS ISLAM

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 4 April 2024

Pembuat Pernyataan,



Vivi Dea Wijayanti

NIM 401190208



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di zaman yang modern ini perkembangan teknologi semakin hari semakin canggih. Akibat adanya perkembangan teknologi tersebut kebanyakan orang berbondong-bondong memanfaatkannya. Banyak hal yang bisa dilakukan dalam pemanfaatan teknologi ini dengan berbagai cara. Tidak hanya untuk hiburan semata saja tetapi juga dijadikan sebagai sumber penghasilan. Salah satunya adalah melalui aplikasi *YouTube*. *YouTube* adalah video *online* dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video ke masyarakat luas bahkan diseluruh dunia melalui suatu *web*.<sup>1</sup>

Sebagai media massa didalam aplikasi *YouTube* terdapat berbagai informasi dan juga berita yang sedang *trend* maupun sudah lampau<sup>2</sup>. Seseorang dapat dengan mudah mengetahui berita hanya dengan mencarinya di *YouTube*. Selain hal itu, *YouTube* juga berfungsi sebagai pengganti televisi. Hal ini karena pada *YouTube* terdapat banyak sekali konten-konten yang

---

<sup>1</sup>Fransisca Hermawan, "Analisis Minat Masyarakat Pengguna Platform *YouTube* Sebagai Media Komunikasi Digital Masa Kini," *Jurnal Manajemen* Vol. 14, No. 3 (2022): 565.

<sup>2</sup>Tresia Monica Tinambunan and Chontina Siahaan, "Pemanfaatan *YouTube* Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar," *MUSTAKALLIMIN; Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 5, No. 1 (Mei 2022): 14.

sudah tayang di televisi dapat diakses kembali. Cara mengaksesnya sangat mudah, hanya dengan menggunakan HP saja.

Tidak hanya demikian, dengan aplikasi ini maka semua orang bisa berekspresi dan menjadi konten kreator atau bisa disebut pembuat konten merupakan pihak yang berperan sangat penting dalam proses terciptanya sebuah konten atau karya yang berbentuk video. Orang yang membuat konten di *YouTube* biasa disebut dengan sebutan *YouTuber*. Untuk menjadi konten kreator *YouTube* sendiri tidak ada ketentuan-ketentuan khusus didalamnya, tidak dibatasi oleh usia, jenis kelamin, maupun tingkat pendidikan. Didalam *YouTube* banyak sekali hal yang bisa dilakukan dan dijadikan konten. Misalnya adalah dengan membuat *vlog* tentang liburan, tutorial membuat kue atau makanan, tutorial *make up*, kumpulan lagu mulai dari pop sampai dangdut. Semua orang dapat secara bebas membuat inovasi karya sesuai dengan keinginan maupun keahliannya.

Banyak masyarakat tertarik menyelami usaha menjadi konten kreator karena dapat menghasilkan pundi-pundi rupiah.<sup>3</sup> Jika *channel YouTube* banyak memiliki *subscriber* dan juga memenuhi syarat jam tayang maka secara otomatis konten creator *YouTube*

---

<sup>3</sup>Nur Qomariah Zulfa, Haya Zabidi, and Muhammad Yulian Ma'mun, "Konten Kreatif *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari etika bisnis Islam," *Jurnal of Sharia Economics (MJSE)* Vol 1, No.2 (Oktober 2021): 111.

tersebut akan mendapatkan penghasilan.<sup>4</sup>Tetapi seorang yang baru merintis menjadi konten kreator tidak bisa mendapatkan penghasilan apabila belum memenuhi syarat yang *YouTube* tetapkan. Ada beberapa cara yang dapat dijalankan agar mendapatkan penghasilan melalui *YouTube*, yakni : sudah memenuhi syarat jam tayang yaitu 4.000 jam tayang dengan jumlah *subscriber* minimal 1.000. Dengan terpenuhinya 2 hal tersebut maka orang yang memiliki *channel* akan tergabung dalam *YouTube Partner Program*<sup>5</sup>. Selain itu ialah dengan melakukan promosi produk atau jasa yang dimiliki orang lain (*Endorsment*). Lalu bisajuga dengan menjual produk atau jasa milik sendiri melalui *YouTube* yang dikemas dalam sebuah video yang menarik.

Untuk memenuhi hal tersebut tentu tidaklah mudah, apalagi untuk kalangan orang-orang biasa yang baru merintis usaha ini. Untuk para *Public Figure* memenuhi 2 hal tersebut bukanlah hal yang sulit karena dengan ketenarannya tentu mereka lebih dikenal oleh masyarakat karena sudah sering muncul di televisi maupun media sosial. Seorang yang baru bergabung menjadi konten kreator tentu mencari-cari

---

<sup>4</sup>Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, and Stefi Harilama, "Pengaruh Konten Vlog Dalam *YouTube* Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi," *E Journal Acta Diurna* Vol 7 No 1 (2017): 3.

<sup>5</sup>Jefferly Helianthusonfri, *Yuk Jadi YouTuber* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), 135.

celah untuk bisa memenuhi syarat yang ada agar kontennya laku dipasaran hingga mendapat penghasilan.<sup>6</sup> Apabila akun *YouTube* sudah *dimonetisasi*, maka akun tersebut pasti akan mendapatkan penghasilan dari masing-masing video yang diupload tergantung kepada *viewer*, jam tonton dan *subscriber*.<sup>7</sup>

Sebenarnya untuk membuat akun *YouTube* sangatlah mudah, tetapi hal yang sulit adalah mendapatkan *monetisasinya*. Yang dimaksud *monetisasi* ialah mengubah fungsi dari sebuah konten video di *platform YouTube* dari media hiburan menjadi penghasil keuntungan.<sup>8</sup> Bagi *YouTuber* pemula tentu akan kesulitan untuk mendapatkan *monetisasi* tersebut. Untuk mempermudah dalam menjalankan usahanya seorang *YouTuber* kebanyakan menggunakan jasa penjual jasa untuk menaikkan jam tayangnya sampai *monetisasi*. *YouTuber* pemula rela mengeluarkan modal terlebih dahulu untuk memenuhi persyaratan dari pihak *YouTube*. Mereka rela membeli jasa untuk jam tayang dan membeli *subscriber* agar akun mereka bisa memenuhi persyaratan dari *Youtube*. Ketika akun mereka sudah *monetisasi* maka modal yang mereka

---

<sup>6</sup>Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa Cendekia, 2018), 37.

<sup>7</sup>Arif Hariyanto Dan Aditya Putera, "Konten Kreator *Youtube* Sebagai Sumber Penghasilan (Telaah Kritis Hukum Ekonomi Syariah)," *Jurnal Al Hukmi* 3 No.2 (November 2022): 245.

<sup>8</sup>Fathuddin and Muhammad Mukromin, "Advertising Bussines Pasda Google Adsense Di *YouTube* Perspektif Ekonomi Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 7 No. 3 (2021): 3.

keluarkan bisa kembali dan bahkan bisa berkali-kali lipat apabila kontennya laku dipasaran.

Salah satu solusi untuk menaikkan jam tayang yaitu dengan membeli jam tayang *YouTube* dan *subscriber*, dimana pada kegiatan tersebut terjadi adanya transaksi jual beli antara penjual jasa dan juga pembeli jasa jam tayang. Dalam melakukan usaha penjualan jasa jam tayang ini seluruh transaksi dilakukan secara online. Karena hal tersebut dilakukan secara online, maka dalam prosesnya sangat rawan terjadi berbagai permasalahan. Salah satu permasalahan yang rawan muncul adalah kejahatan yang dilakukan oleh pihak penjual jasa yang tidak memiliki tanggungjawab. Kejahatan yang dimaksud disini ialah adanya wanprestasi, penipuan, dan sebagainya. Hal ini sangatlah mungkin terjadi karena pihak penyewa tidak bisa melakukan pantauan secara langsung kinerja dari pihak penjual, dan juga pembayaran yang sudah dilakukan oleh pembeli dilakukan diawal transaksi.

Dunia *YouTube* merupakan salah satu penjual jasa jam tayang untuk menaikkan jam tayang dan juga *subscriber*. Usaha ini dijalankan melalui *marketplace Shopee*, sudah banyak yang membeli jasa untuk menaikkan jam tayang dan juga membeli *subscriber*.<sup>9</sup> Untuk produknya sendiri paket *monetisasi* yaitu 500 *subscriber* dan juga 4.000 jam tayang. Angka terjualnya juga sudah banyak dan rata-rata penilaiannya juga

---

<sup>9</sup>Muhammad Siregar, Wawancara, April 4, 2023.

bintang 5.

Meskipun jasa menaikkan jam tayang dan juga *subscribers* sudah banyak terjual, tetapi masih ada konsumen yang masih ragu terhadap akun penjual jasa menaikkan jam tayang Dunia Youtube. Seorang konsumen tersebut mengeluhkan adanya pembayaran diawal dimana hal tersebut menyebabkan ketakutan akan adanya penipuan karena sudah beberapa kali melakukan pembelian di beberapa penjual jasa menaikkan jam tayang dan penambahan *subscriber* tetapi ditipu oleh salah satu penjual jasa menaikkan jam tayang dan juga penambahan *subscriber*.

Dalam menjalankan usaha jual jasa jam tayang ini hal utama yang tidak ketinggalan pentingnya adalah konsumen. Konsumen harus dilayani sebaik mungkin, karena bagaimanapun sebuah usaha tidak dapat berjalan lancar tanpa adanya seorang konsumen. Dalam melayani seorang konsumen tentu kepuasan adalah hal yang diutamakan oleh seorang penjual barang maupun jasa.<sup>10</sup> Kepuasan menurut Kotler dan Keller ialah perasaan senang maupun kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.<sup>11</sup> Kepuasan

---

<sup>10</sup>Agus Supandi Soegoto, "Bauran Pemasaran Jasa Pengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Nusa Tongkaina Wisata Tirta (NWT) Manado," *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* Vol 9 No 17 (2010): 16.

<sup>11</sup>Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi kedua belas (Jakarta: Indeks, 2007), 177.

didapatkan melalui banyak hal, misalnya saja puas dalam pelayanannya, kualitas barang maupun jasa, dan sebagainya. Dan kualitas pelayanan merupakan tolak ukur dalam memperbaiki mutu agar lebih baik lagi dibandingkan sebelumnya.<sup>12</sup>

Setiap konsumen pasti memiliki harapan yang tinggi terhadap sebuah barang maupun jasa. Ketika harapan seorang konsumen tercapai maka rasa puas akan secara otomatis muncul. Dengan begitu konsumen yang merasa puas tersebut akan memberikan umpan balik yang baik bagi sebuah usaha maupun perusahaan. Misalnya saja ketika belanja online pada sebuah aplikasi *Shopee*, ketika barang sudah ditangan konsumen maka konsumen bisa melakukan penilaian terhadap barang yang dibeli. Konsumen bebas menilai barang yang diterimanya sesuai dengan kemauannya. Apabila kondisi barang yang diharapkan tidak sesuai dengan harapannya, konsumen dapat memberikan penilaian sesuai hatinya. Untuk selalu menjaga konsumen agar tidak berpindah terhadap perusahaan lain, maka sebuah perusahaan harus selalu memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumennya, serta tetap menjaga kualitas barang. Begitu juga dengan Dunia *Youtube* sebagai penjual jasa menaikkan jam tayang dan tambah *subscriber* akan selalu menjaga agar

---

<sup>12</sup>Nur Roikhatul Jannah and Husna Ni'matul Ulya, "Kepuasan Pengguna Jasa Pada Kualitas Pelayanan KBIHU Al Mabruur Multazam Banyuwangi," *Niqosiyah: Journal of Economics and Business Research* Vol. 3 No. 1 (June 2023): 179.

kepuasan konsumennya selalu terpenuhi sehingga akan berlangganan.

Dari pernyataan diatas, maka penulis tertarik mengadakan penelitian dengan metode Kualitatif pada konsumen Dunia *youtube*. Maka dari itu judul skripsi yang penulis angkat adalah “Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Dunia *Youtube* Sebagai Jual Jasa Meningkatkan Jam Tayang Ditinjau dari etika bisnis islam”.

## **B. Rumusan Masalah :**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang dapat ditetapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mekanisme jual beli yang dilakukan oleh Dunia *Youtube* dengan konsumennya ?
2. Faktor apa yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan Dunia *Youtube* sebagai penjual jasa menaikkan jam tayang ?
3. Bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Dunia *Youtube* sebagai penjual jasa menaikkan jam tayang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui dan menganalisis mekanisme jual beli yang dilakukan oleh Dunia *Youtube* dengan konsumennya.



2. Mengetahui dan menganalisis faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan Dunia *Youtube* sebagai penjual jasa menaikkan jam tayang.
3. Mengetahui serta menganalisis tinjauan etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Dunia *Youtube* sebagai penjual jasa menaikkan jam tayang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini, terdapat 2 manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, dimana :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan informasi, dokumentasi dan kontribusi positif lainnya bagi pengembangan keilmuan di bidang ekonomi dan bisnis Islam. Selain itu penelitian ini juga diharapkan bermanfaat khususnya bagi Dunia *YouTube* dalam hal meningkatkan kepuasan konsumennya.

##### **2. Manfaat Praktis**

Adapun manfaat praktis yang diperoleh dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

- a. Untuk pendidikan, digunakan sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman terkait mekanisme, faktor dan juga

tinjauan ekonomi Islam terhadap kepuasan konsumen.

- b. Untuk pemilik usaha Dunia *YouTube*, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi serta masukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan dapat menjadi acuan untuk mengembangkan layanan agar dapat terus menjadi pilihan konsumen.

## **E. Studi Penelitian Terdahulu**

Dalam studi penelitian terdahulu ini memuat berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain baik dalam bentuk jurnal maupun skripsi yang berkaitan dengan jasa penjual jasa. Penelitian yang ada inilah yang mendasari pemikiran penulis dalam penyusunan skripsi.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yasir Nasution dan Zainuddin yang memiliki judul “Tinjauan Fikih Ekonomi Terhadap Praktik Penjual jasa *Game Online Player Unkonwn Battle Ground* (Studi Kasus di Desa Panyabungan III Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal)”, tahun 2022. Jenis penelitian ini ialah kualitatif dan bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan megumpulkan seluruh dokumen maupun data dari hasil interview maupun dokumentas. Hasilnya menunjukkan bahwapenjual *jasagame online* tersebut Penjual jasa Game Online

tersebut dalam perspektif fiqih ekonomi dikatakan haram karena tidak memenuhi rukun serta syarat.<sup>13</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Edo Naufal Hanif yang memiliki judul “Analisis Penjual jasa Menaikkan Jam Tayang *Youtube* Dalam Group Facebook *Youtuber* Pemula Indonesia Menurut Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”, tahun 2021. Jenis penelitian ini ialah *field research* dan menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat induktif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan melakukan observasi, wawancara, dan juga dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa pada transaksi penjual jasa yang dilakukan terdapat penyelewengan meskipun ada juga transaksi yang berhasil. Selain itu, juga terdapat transaksi yang dianggap tidak sah karena tidak memenuhi rukun serta syarat *ijarah*.<sup>14</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Farid Chairul Ikhwan yang memiliki judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Penjual jasa Game Mobile Legend”, tahun 2019. Jenis penelitian ini ialah

---

<sup>13</sup>Muhammad Yasir Nasution and Zainuddin, “Tinjauan Fikih Ekonomi Terhadap Praktik Penjual jasa Game Online Player Unknown Battle Ground (Studi Kasus Di Desa Panyabungan III Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal),” *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 3, No1 (June 2022).

<sup>14</sup>Edo Naufal Hanif, “Analisis Penjual jasa Menaikkan Jam Tayang *Youtube* Dalam Grup Facebook *Youtuber* Pemula Indonesia Menurut Perspektif Hukum Ekonomi Syariah,” *Skripsi (Semarang : Universitas Islam Negeri Semarang)*, 2021.

penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan melakukan wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa akad serta mekanisme dalam penelitian sudah sesuai dengan rukun dan syarat *ijarah*. Dan ketika terjadi adanya wanprestasi, pihak penjual jasa bertanggungjawab dan hal ini sudah sesuai dengan Hukum Islam yang berlaku, sehingga tidak merugikan kedua belah pihak.<sup>15</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ummi Safitri yang memiliki judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Jasa Pengisian Kuesioner Melalui *Marketplace* Shopee”, tahun 2023. Jenis penelitian ini ialah kualitatif penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan mengumpulkan seluruh dokumen maupun data dari wawancara dan juga studi dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa jual beli dalam hal pengisian kuesioner pada Shopee ini termasuk dalam kategori jual beli *salam* yang tidak sah. Hal ini disebabkan tidak terpenuhinya salah satu syarat jual beli yakni *gharar*.<sup>16</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahrus Ali yang memiliki judul “Analisis Transaksi

---

<sup>15</sup>Farid Chairul Ikhwan, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Penjual jasa Game Mobile Legend” Skripsi (Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2019).

<sup>16</sup>Ummi Safitri, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Jasa Pengisian Kuesioner Melalui *Marketplace* Shopee” Skripsi (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2023).

Penjual jasa Rank Mobile Legend Melalui Sosial Media Perspektif Fatwa DSN No 62 DSN-MUI/XII/2007 Tentang *Ju'alah*”, tahun 2020. Jenis penelitian ini ialah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan mengumpulkan seluruh dokumen maupun data yang didapatkan melalui observasi dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan dalam praktik penjual jasa ini pemberian upah kepada penpenjual jasa dilakukan sebelum pengerjaan atau diawal transaksi. Hal ini bersebrangan dengan prinsip *ju'alah* dimana pemberian upah pada awal transaksi tidak dibenarkan karena belum adanya kejelasan.<sup>17</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Rosidah yang memiliki judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Penghasilan Dalam Sistem *Monetisasi YouTube*”, tahun 2019. Jenis penelitian ini ialah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan mengumpulkan seluruh dokumen maupun data yang didapatkan melalui observasi dan dokumentasi . Hasilnya menunjukkan dalam praktik penjual jasa ini pemberian upah kepada penpenjual jasa dilakukan sebelum pengerjaan atau diawal transaksi. Hal ini bersebrangan dengan prinsip

---

<sup>17</sup>Mahrus Ali, *Analisis Transaksi Penjual jasa Rank Mobile Legend Melalui Sosial Media Perspektif Fatwa DSN No 62 DSN-MUI/XII/2007 Tentang Ju'alah*" Skirpsi (Jember: IAIN Jember, 2020).

*ju'alah* dimana pemberian upah pada awal transaksi tidak dibenarkan karena belum adanya kejelasan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Husnun Azizah yang memiliki judul “Konten Kreatif *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari etika bisnis islam”, tahun 2020. Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan teknik wawancara terstruktur dan dokumentasi . Hasilnya menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Husnun Azizah ini ada yang sesuai dengan etika bisnis Islam tetapi juga ada yang tidak sesuai. Hal ini karena ada beberapa konten yang sudah sejak awal terdapat nilai-nilai Islam dan juga ada beberapa konten yang tidak sesuai dengan prinsip tauhid, adil, keseimbangan, tanggungjawab, kebebasan dan kejujuran, serta adanya kebenaran.<sup>18</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Rifqi Ayatullah yang memiliki judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penjual jasa Level Game Arknights Dengan Sistem Gacha Jockey (Studi Pada Komunitas Tierblade, Kota Cimahi, Jawa Barat)”, tahun 2021. Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa Sistem Gacha Jockey

---

<sup>18</sup>Husunun Azizah, “Konten Kreatif *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari etika bisnis islam,” *Skripsi (Institut Agama Islam Negri Metro, 2020)*.

dalam dalam wakalah bil ujah diperbolehkan, tetapi untuk sistem undian menurut tinjauan Qur'an tidak diperbolehkan karena tarifnya berbeda-beda sesuai dengan kehendaknya (sesuka hatinya).<sup>19</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Fathudin dan Muhammad Mukromin yang memiliki judul “Advertising Business pada Google AdSense di *YouTube* Perspektif Ekonomi Syariah”, tahun 2021. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa jika dilihat dari para pihak yang berdepatat (*'aqidain*) dan juga dari akadnya sudah sesuai dengan hukum ekonomi syariah karena iklan yang ditampilkan tidak mengandung sesuatu yang bertentangan dengan syara'. Tetapi apabila dilihat dari segi objeknya, terdapat beberapa perbedaan dari pendapat ulama, dimana sebagian darinya ada yang memperbolehkan dan sebaliknya.<sup>20</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Naili Sasifiyah yang memiliki judul “Konten Kreatif *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kampung

---

<sup>19</sup>Rifqi Ayatullah, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penjual jasa Level Game Arknights Dengan Sistem Gacha Jockey (Studi Pada Komunitas Tierblade, Kota Cimahi, Jawa Barat)” Skripsi (Salatiga, UIN Salatiga, 2021).

<sup>20</sup>Fathudin and Muhammad Mukromin, “Advertising Business Pada Google AdSense Di *YouTube* Perspektif Ekonomi Syariah,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 7 No. 03 (2021).

*YouTuber Bondowoso*)”, tahun 2023. Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan studi lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa apabila dilihat dari segi pandangan Ekonomi dalam Islam, konten kreatif *YouTube* sebagai sumber penghasilan dapat menjadi sesuatu hal yang bersifat positif dan juga negatif. Dimana hal ini berdasarkan isi konten dan cara dari *YouTuber* untuk mendapatkan penghasilan tersebut. Konten dapat dikatakan bersifat halal apabila isi dari konten tersebut tidak bertentangan dengan aturan dan prinsip Ekonomi Islam.<sup>21</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ari Kuncoro yang memiliki judul “Analisa Penjual jasa Tugas Kuliah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Lingkup Mahasiswa Unugiri”, tahun 2022. Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan mengumpulkan seluruh dokumen maupun data yang didapatkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa dalam praktik penjual jasa tuga kuliah ini ada penyelewengan

---

<sup>21</sup>Naili Sasifiyah, “Konten Kreatif *YouTube* Sebagai Sumber Penghasilan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kampung *YouTuber* Bondowoso)” Skripsi Jember :UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2023).



yang terdapat pada syarat dan dalam kaidah fiqih ada suatu hal yang melarang sewa menyewa dalam hal kemaksiatan, karena penjual jasa termasuk dalam hal kebohongan dan ini tidak diperbolehkan.<sup>22</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Agustina Kencana Wati yang memiliki judul “Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Penjual jasa Program Kartu Prakerja”, tahun 2022. Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan mengumpulkan seluruh dokumen maupun data yang didapatkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa penjual jasa prakerja yang dilakukan termasuk dalam *ijarah a'mal*. Dan dalam melakukan praktik penjual jasa prakerja ini tidak diperbolehkan dalam hukum Islam karena banyak menyebabkan keburukan daripada kebaikan.<sup>23</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Dian Edi Putri yang memiliki judul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Pemberian *Fee* Pada Penjual jasa Tugas Kuliah”, tahun 2020. Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan mengumpulkan seluruh

---

<sup>22</sup>Muhammad Ari Kuncoro, “Analisa Penjual jasa Tugas Kuliah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Lingkup Mahasiswa Unugiri” *Skripsi* (Bojonegoro, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri, 2022).

<sup>23</sup>Agustina Kencana Wati, “Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Penjual jasa Program Kartu Prakerja” (Kediri, IAIN Kediri, 2022).

dokumen maupun data yang didapatkan melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi .Hasilnya menunjukkan bahwa penjual jasa prakerja yang dilakukan termasuk dalam *ijarah a'mal*.Dan dalam melakukan praktik penjual jasa tugas kuliah ini termasuk dalam kegiatan yang tidak baik.<sup>24</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Salsabila Firdausi yang memiliki judul “Penyelesaian Wanprestasi Dengan Cara Non-Litigasi Dalam Sewa Menyewa Penjual jasa Game PUBG Mobile Perspektif Hukum Islam (Studi Pada Store @penjual jasa\_pubgm01)”, tahun 2023. Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan mengumpulkan seluruh dokumen maupun data yang didapatkan melalui observasi , wawancara, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa pada penelitian ini wanprestasi yang dilakukan oleh penpenjual jasa diselesaikan tanpa menyalahi peraturan hukum yang sudah ditetapkan, yaitu dengan cara adanya negosiasi dan penpenjual jasa mengganti kerugian.<sup>25</sup>

Dari beberapa studi penelitian terdahulu diatas, persamaannya dengan penelitian ini ialah sama-sama

---

<sup>24</sup>Dian Edi Putri, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Pemberian Fee Pada Penjual jasa Tugas Kuliah” (Lampung, UIN Raden Intan Lampung, 2020).

<sup>25</sup>Salsabila Firdausi, “Penyelesaian Wanprestasi Dengan Cara Non-Litigasi Dalam Sewa Menyewa Penjual jasa Game PUBG Mobile Perspektif Hukum Islam (Studi Pada Store @penjual jasa\_pubgm01)” (Skripsi, Lampung, UIN Raden Intan Lampung, 2023).

membahas tentang analisis penjual jasa. Tetapi yang menjadikan pembeda dengan penelitian sebelumnya ialah penelitian ini membahas tentang kepuasan konsumen menggunakan penjual jasa menaikkan jam tayang ditinjau dari bisnis Islam.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan atau biasa disebut *field research*, hal ini berarti sebuah metode untuk menemukan secara khusus dan juga realistis terhadap keadaan yang terjadi dilapangan masyarakat.<sup>26</sup> Disebut penelitian lapangan karena penulis melakukan penelitian dengan cara terjun langsung ke lapangan masyarakat untuk mengamati secara langsung fenomena yang terjadi yang berkaitan dengan analisis kepuasan konsumen dalam menggunakan Dunia *Youtube* sebagai penjual jasa menaikkan jam tayang ditinjau dari etika bisnis islam, dimana penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang akurat.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ialah pendekatan kualitatif. Karena data yang digunakan adalah kumpulan data deskriptif yang

---

<sup>26</sup>Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Muamalah* (Ponorogo: Stain Po Press, 2010), 6.

berupa susunan kata baik secara lisan maupun tertulis yang berasal dari orang-orang maupun perilaku yang diamati.<sup>27</sup> Dalam penelitian ini, penulis akan mencari, meneliti, mengkaji dan mengobservasi secara langsung ke beberapa orang yang merupakan konsumen yang membeli jasa menaikkan jam tayang Dunia *YouTube*.

## 2. Kehadiran Penelitian

Berdasarkan pendapat Moleong dimana pada penelitian kualitatif sebuah kehadiran oleh peneliti ataupun bantuan dari orang lain merupakan sebuah alat untuk mengumpulkan data yang paling utama<sup>28</sup> Dalam sebuah penelitian, kehadiran peneliti sangatlah penting. Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terlebih dahulu kepada narasumber utama yaitu pemilik akun Dunia *Youtube*. Melalui narasumber utama tersebut penulis mendapatkan nomor konsumen yang telah membeli jasa menaikkan jam tayang, lalu penulis melakukan wawancara terhadap konsumen tersebut.

## 3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada akun *Dunia YouTube*. Untuk melakukan penelitian, penulis mencari informasi melalui sosial media dan juga secara langsung mewawancarai narasumber untuk memudahkan dalam mengumpulkan data yang

---

<sup>27</sup>S Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), 108.

<sup>28</sup>Moleong J, *Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosda Karya, 2008), 87.

nyata dan benar terjadi adanya transaksi antara penyewa dengan konsumen. Penulis mengumpulkan informasi mengenai teori yang berhubungan dengan penelitian melalui media *online* maupun media cetak. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kepuasan konsumen dari jasa sewa jam tayang yang disediakan karena sudah banyak yang terjual. Selain itu penulis juga menemukan sesuatu hal yang terjadi dalam berlangsungnya transaksi yaitu adanya keluhan konsumen akibat adanya transaksi pembayaran yang dilakukan di awal.

#### 4. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang akan dikumpulkan oleh peneliti berupa antara lain :

- a. Data tentang mekanisme jual beli yang dilakukan oleh Dunia *Youtube* dengan konsumennya.
- b. Data tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan Dunia *Youtube* sebagai penjual jasa menaikkan jam tayang.
- c. Data tentang tinjauan ekonomi islam terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Dunia *YouTube* sebagai penjual jasa menaikkan jam tayang.

Sedangkan dalam penelitian ini terdapat dua sumber data, diantaranya :

- a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sebuah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada yang mengumpulkan data. Atau bisa juga diartikan sebagai data langsung dan diperoleh dari sumber data melalui penyelidikan dengan maksud tertentu.<sup>29</sup> Sumber data primer berasal dari informan yang sifatnya didasarkan secara langsung melalui wawancara atau bisa dengan cara yang lain, dimana data-data diambil secara langsung dilapangan. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pemilik akun Dunia *YouTube*.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data-data pendukung yang diperoleh lalu dikumpulkan oleh peneliti untuk keperluan penelitian.<sup>30</sup> Data sekunder ini bisa berasal dari beberapa sumber yaitu dokumentasi, buku, jurnal, observasi, wawancara, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari :

- 1) Wawancara melalui *Whatsapp* terhadap pembeli jasa menaikkan jam tayang untuk mengetahui kepuasan konsumen.
- 2) Artikel dan buku yang membahas tentang *YouTube* dan kepuasan konsumen.

---

<sup>29</sup>Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode, Dan Teknik* (Bandung: Tarsito, 1990), 163.

<sup>30</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 194.

- 3) Informasi-informasi lain yang dapat dijadikan data sekunder.
5. Teknik Pengumpulan Data
    - a. Observasi

Observasi berasal dari bahasa latin yang memiliki arti memperhatikan dan mengikuti.<sup>31</sup> Observasi dapat diartikan sebagai memperhatikan atau mengamati secara langsung maupun tidak langsung objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan cara pengamatan terhadap akun *Dunia YouTube* agar diperoleh data yang menggambarkan secara umum mengenai mekanisme, faktor, dan tinjauan ekonomi Islam terhadap kepuasan konsumen.

- b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu perbincangan yang memuat tanya jawab secara lisan antara 2 orang atau lebih dimana tanya jawab tersebut mengenai masalah yang diteliti.<sup>32</sup>Jenis wawancara yang dilakukan penulis ini termasuk dalam wawancara tidak terstruktur.Artinya ialah peneliti secara bebas melakukan wawancara tanpa menggunakan pedoman yang tersusun secara sistematis dan

---

<sup>31</sup>Haris Hardiyansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 131.

<sup>32</sup>Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 1996), 187.

lengkap. Penulis hanya memiliki garis besar permasalahan yang akan diajukan dalam wawancara. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun *Dunia YouTube* dan juga konsumen yang telah membeli jasa menaikkan jam tayang dan *subscriber*.

c. Dokumentasi

Metode ini merupakan data dimana sebagian besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Teknik dokumentasi adalah mencari atau mengumpulkan data mengenai hal-hal atau *variable* yang berupa catatan-catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, artikel dan lain sebagainya.<sup>33</sup>

6. Teknik Pengolahan Data

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah merangkum, memilih, hal-hal yang pokok, fokus pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temannya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah penelitian untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

b. Penyajian Data

---

<sup>33</sup>Suharsimi (Last) Dan Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 236.



Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dalam hal ini paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif ialah dengan teks yang bersifat naratif.

c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan yang baru. Temuan ini dapat berupa gambaran atau deskripsi yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi lebih jelas, dapat berupa hubungan kausal yang interaktif, hipotesis, ataupun teori.<sup>34</sup> Setelah memperoleh data dan informasi dari lapangan, kemudian penulis mengolah data tersebut secara sistematis sesuatu dengan permasalahan yang ada dan menganalisisnya. Penulis akan menganalisis secara deskriptif kualitatif berupa kata-kata, tulisan, atau lisan dari orang-orang yang berperilaku dapat dimengerti.

7. Analisis Data

Merupakan usaha untuk menemukan maupun mengganti data yang dihasilkan saat wawancara dan

---

<sup>34</sup>Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Surakarta, 2014), 246–53.

juga observasi secara sistematis.<sup>35</sup> Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan peneliti mendalami persoalan yang diteliti dan juga bisa digunakan peneliti lainnya dimasa mendatang.<sup>36</sup> Analisis data juga berfungsi untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data kualitatif yang baik ditentukan oleh fokus peneliti pada aspek-aspek yang saling terkait, dari latar penelitian, kelompok, ataupun orang yang terlibat dalam penelitian secara keseluruhan.<sup>37</sup>

Pada penelitian ini, metode analisis data yang sesuai ialah menggunakan metode deskriptif, dan oleh karenanya peneliti menggunakan data deskriptif kualitatif. Sedangkan data dalam penelitian dianalisis secara deskriptif analitik. Artinya ialah penulis lebih berfokus pada pengamatan terhadap gejala, peristiwa, maupun kondisi langsung di lapangan lalu dirangkum menjadi satu dengan memilih dan memilah hal-hal yang penting yang dibutuhkan dalam penelitian. Dari rangkuman itu kemudian dapat dicari kesimpulan mengenai mekanisme, faktor, dan tinjauan ekonomi islam terhadap kepuasan

---

<sup>35</sup>Noeng Muhadjir, "Metodologi Penelitian Kualitatif Pendekatan Positivistik, Rasionalistik, , Fenomenologik, Dan Realisme Metaphisik Telaah Studi Teks Dan Penelitian Agama," 1998, 104.

<sup>36</sup>Ahmad RIjali, "Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Alhadharah* Vol. 17 No. 33 (2018): 84.

<sup>37</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial; Konsep-Konsep Kunci* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 14.

konsumen Dunia *YouTube* sebagai penjual jasa menaikkan jam tayang.

#### 8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Dalam pengecekan keabsahan data, penulis menggunakan beberapa metode triangulasi, diantaranya :

##### a. Triangulasi Sumber

Merupakan metode yang digunakan untuk menguji kredibilitas data, dengan cara melakukan pengecekan data yang didapatkan melalui beberapa sumber. Dalam penelitian ini, sumber data berasal dari pemilik akun Dunia *YouTube* dan beberapa *customer* pembelijasa menaikkan jam tayang. Penulis melakukan wawancara secara langsung kepada penjual jasa jam tayang Dunia *Youtube* dan juga wawancara secara online dengan konsumen Dunia *Youtube*.

##### b. Triangulasi Teknik

Metode ini digunakan untuk mengecek kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data melalui sumber yang sama, tetapi dengan menggunakan metode/teknis yang berbeda. Peneliti mengumpulkan berbagai data hasil wawancara dengan pemilik akun Dunia *YouTube* dan melakukan observasi pada akun Dunia *YouTube*.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Penyusunan hasil penelitian terbagi menjadi beberapa bab, dimana pada setiap bab memiliki kesinambungan dengan bab sebelumnya. Uraianya sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab I ini berisi uraian tentang judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian (pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, analisis data, teknik pengecekan keabsahan data), dan sistematika pembahasan.

### **BAB II : KAJIAN TEORI**

Bab ini merupakan kajian teori yang didalamnya berisi tentang teori kepuasan konsumen, jual beli jasa, dan juga etika bisnis Islam.

### **BAB III : PAPARAN DATA**

Pada bab ini diuraikan tentang data penelitian yang berisi tentang gambaran umum Dunia *YouTube*, data tentang mekanisme, faktor kepuasan konsumen, dan tinjauan ekonomi Islam terhadap kepuasan konsumen.

#### BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan/uraian tentang kepuasan konsumen dalam menggunakan Dunia *YouTube* sebagai penjual jasa menaikkan jam tayang, menguraikan mengenai mekanisme yang digunakan dalam bertransaksi, faktor kepuasan konsumen dan juga tinjauan ekonomi Islam terhadap kepuasan konsumen

#### BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian. Hal ini memiliki tujuan agar pembaca

mudah dalam memahami inti  
dari penelitian.





## BAB II

### KEPUASAN KONSUMEN, JUAL BELI JASA, DAN ETIKA BISNIS ISLAM

#### A. Kepuasan Konsumen

##### 1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Dikutip dari buku manajemen pemasaran, teori kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller ialah perasaan senang ataupun perasaan kecewa seorang yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.<sup>38</sup> Setelah menggunakan suatu produk maka hal yang muncul setelahnya adalah perasaan puas ataupun kecewa. Hal ini bergantung pada konsumen yang memakai serta kualitas ataupun hal lain yang diharapkan konsumen. Seorang konsumen tentu memiliki harapan yang tinggi terhadap sebuah produk, maka dari itu sebuah perusahaan tentu akan berusaha untuk memenuhi harapan konsumennya. Ketika kinerja yang dihasilkan berhasil memenuhi ekspektasi dari konsumen maka mereka akan merasa puas. Dan sebaliknya, ketika kinerja yang dihasilkan tidak memenuhi ekspektasi dari konsumen, maka kepuasan tidak akan tercapai.

Pelanggan atau konsumen merupakan asset berharga bagi sebuah perusahaan. Dimana asset ini tentu

---

<sup>38</sup>Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas (Jakarta: Indeks, 2007),177.



harus dijaga dan dipertahankan demi keberlangsungan dan juga keberhasilan perusahaan. Winkie mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.<sup>39</sup>

Kepuasan konsumen merupakan bagian dari elemen penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran sebuah perusahaan. Rasa puas yang dirasakan oleh konsumen mampu meningkatkan intensitas pembelian bahkan merasa loyal dengan sebuah produk tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan konsumen yang optimal maka akan mendorong terciptanya loyalitas di benak konsumen yang merasa puas tersebut. Kepuasan dapat dilihat melalui sejauh mana harapan konsumen dipenuhi. Ketika harapan-harapan yang muncul dari konsumen terpenuhi maka sudah pasti konsumen tersebut loyal terhadap suatu *brand* dan bahkan enggan memakai *brand* lain.

Dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan perbandingan ataupun perbedaan yang menjadi harapan bagi konsumen dengan kondisi yang diberikan oleh perusahaan dalam memenuhi harapan konsumennya.

## **2. Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler dan Keller, terdapat berbagai

---

<sup>39</sup>Fandy Tjiptono, *Total Quality Manajemen, Edisi Revisi* (Yogyakarta: Andy, 2003), 103.

---

faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dari tingkat kepuasan konsumen, hal ini dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Kualitas produk

Produk diciptakan untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen<sup>40</sup>. Seorang konsumen dapat merasa puas ketika produk yang dikonsumsi memiliki kualitas yang baik.

b. Kualitas pelayanan

Pelayanan merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh sebuah pihak (pelayan/penjual) kepada pihak lain (konsumen) yang tidak memiliki wujud tetapi bisa dirasakan<sup>41</sup>. Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapannya.

c. Emosional

Konsumen merasa bangga ketika menggunakan produk yang dikonsumsi dan memiliki keyakinan bahwa orang lain akan merasa kagum ketika mereka menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung memiliki kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh dalam hal ini disebabkan karena nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas

---

<sup>40</sup>Herlina Anggie Tangkere, Joachim Noch Karel Dumais, and Tommy Fredy Lolowang, "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Dabu-Dabu Lemong Boulevard Kangaria," *Jurnal Transdisiplin Pertanian (Budidaya Tanaman, Perkebunan, Kehutanan, Peternakan, Perikanan), Sosial Dan Ekonomi* Vol. 16, No. 2 (2020): 160.

<sup>41</sup>Ibid., 161.

terhadap merk tertentu.

d. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh suatu produk.<sup>42</sup> Konsumen akan merasakan kepuasan ketika produk yang dibeli memiliki kualitas yang sama bagus dengan harga yang lebih terjangkau.

e. Biaya

Konsumen akan merasa puas ketika mereka tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan suatu produk barang ataupun jasa.<sup>43</sup>

### 3. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono ada beberapa indikator untuk mengukur kepuasan konsumen<sup>44</sup>, diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :

- 1) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 2) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 3) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

---

<sup>42</sup>Ibid., 160.

<sup>43</sup>Lupiyoadi Rambat and Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 127.

<sup>44</sup>Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 101.

b. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

- 1) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- 2) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
- 3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

c. Kesiediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

- 1) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- 2) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- 3) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

#### **4. Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam**

Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan konsumen adalah standar

syariah. Kepuasan konsumen dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.<sup>45</sup>

Teori pokok dalam analisis mikro ekonomi merupakan teori kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Dalam Islam, tujuan konsumsi yakni untuk memperoleh masalah sebanyak-banyaknya. Aturan konsumsi dalam Islam, secara tegas dinyatakan dalam Al-Qur'an dan Hadist Rasulullah, jika mereka mengkonsumsi sesuai dengan ajaran Islam, umat Islam akan dapat mencapai tingkat konsumsi yang baik atau memperoleh kepuasan yang maksimal dari konsumsi tersebut.<sup>47</sup> Sebagaimana firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 172 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن  
طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن  
كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu*

---

<sup>45</sup>Ade Tri Putra, “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Peraturan Umum Instalasi Listrik Pt Konsuil Perdana Indonesia Wilayah Bengkulu,” Skripsi (Bengkulu : IAIN Bengkulu, 2019), 27.

<sup>47</sup>Suyoto Arif,

“Konsumen Rasional Dalam Perspektif Islam”, (Fakultas Syariah, Institusi Studi Islam Darussalam Gontor), 25.

*dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah”.*

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa Allah memerintahkan kepada umat Muslim yang beriman agar memakan makanan yang didapatkan melalui cara yang baik. Selain itu, sebagai umat Muslim yang beriman hendaknya kita memiliki rasa syukur karena telah diberikan rejeki oleh Allah yang maha baik. Maksud memakan disini ialah mengkonsumsi, jadi yang dikonsumsi bisa berupa barang maupun jasa.

Menurut pendapat Qardhawi (1997), sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan<sup>46</sup>:

a. Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW, yang artinya : "Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan

---

<sup>46</sup>Wahyuni R, "Perkembangan Ekonomi Islam Di Indonesia Melalui Penyelenggaraan," *Jurnal Kajian Hukum Islam* Vol. 04, No. 02 (2019): 184-92.

saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya."(HR. Ahmad dan Thobrani).

b. Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya.

c. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas Nama Allah. Dalam hadits mutafaq'alah dari hakim bin Hazm yang artinya : "Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu.

**B. Jual Beli Jasa**

**1. Pengertian Jual Beli**

Dalam istilah *fiqih* jual beli disebut *ba'I* yang berarti menjual, mengganti, atau menukar sesuatu

dengan sesuatu yang lain. Secara Bahasa, jual beli diartikan sebagai pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain) atau kata lain dari *Ba'i* (jual beli) ialah *al-tijarah* yang memiliki arti perdagangan. Sedangkan secara istilah, biasa disebut dengan *al-ba'i* yang memiliki arti menjual, mengganti, serta menukar sesuatu dengan sesuatu yang lainnya. Secara istilah *ba'i* juga bisa berupa penukaran berupa barang dengan uang.<sup>47</sup>

Menurut ulama Hanafiyah, jual beli ialah pertukaran harta dengan harta (benda) berdasarkan carayang di bolehkan oleh *syara'* yang disepakati. Sedangkan menurut Imam Nawawi dalam *al-majmu'*, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan. Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik atas dasar saling merelakan.<sup>48</sup>

Dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan penukaran sesuatu dengan sesuatu yang lainnya. Hal ini bisa dilakukan dengan cara melepaskan hak milik kepada orang lain dimana keduanya memiliki perasaan yang sama-sama rela. Ketika hak milik dilepaskan oleh satu pihak ke pihak yang lain maka terjadi perpindahan kepemilikan yang mutlak. Karena keduanya sudah saling merelakan, misalnya penjual merelakan dagangannya dan pembeli merelakan uangnya.

## **2. Dasar Hukum Jual Beli**

---

<sup>47</sup>Shobirin, "Jual Beli Dalam Pandangan Islam," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* Vol. 3, No. 2 (2015): 240–41.

<sup>48</sup>Ibid., 241–42.



a. Q.S Al-Baqarah ayat 275 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ  
مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ  
أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang-orang yang memakan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berpendapat, sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu”.<sup>49</sup>

b. Q.S An- Nisa’

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِلَاطِلٍ إِلَّا أَنْ  
تَكُونُوا تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ.....

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta

<sup>49</sup>Al-Qur'an, 2 : 275, n.d.

عَنْ عَبَّادِ بْنِ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ عَنْ جَدِّهِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ قَالَ  
قَبِلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكُسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ  
مَنْزُورٍ (رواه احمد)

m

u dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan  
perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka  
di antara kamu.”<sup>50</sup>

c. As-Sunnah

Artinya : Dari Abayah ibn Rifa‘ah ibn  
Rafi‘ ibn Khadij dari kakeknya, Rafi‘ ibn  
Khadij berkata, Rasulullah ditanya seseorang:  
Apakah usaha yang paling baik? Rasul  
menjawab: “Perbuatan seseorang dengan  
tangannya sendiri dan jual beli yang baik”. (H.R  
Ahmad No. 16628).

### 3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Menurut jumhur ulamak rukun jual beli itu ada empat  
yaitu:

a. Akad (*ijab qobul*)

Akad menurut bahasa ialah ikatan yang ada  
diantara ujung suatu barang. Sedangkan  
menurut istilah ahli fiqh, *ijab qabul* menurut

---

<sup>50</sup>*Al-Qur'an* 4: 29; , n.d.

cara yang disyariatkan sehingga tampak akibatnya. Dalam melakukan akad dapat dilakukan dengan secara tertulis, lisan, maupun dengan bahasa isyarat.

b. Orang yang melakukan akad

Orang yang akan melakukan akad jual beli harus memenuhi syarat sebagai berikut :

- 1) Beragama Islam, syarat bagi orang yang hendak melakukan jual beli ialah orang Islam, tetapi hal ini disyaratkan bagi seorang pembeli benda-benda tertentu. Misalnya, seseorang dilarang menjual hamba sahaya yang beragama islam sebab besar kemungkinan pembeli tersebut akan merendahkan abid yang beragama islam. Sedangkan Allah melarang orang-orang mukmin memberi jalan kepada orang kafir untuk merendahkan mukmin.
- 2) Berakal, merupakan syarat utama sebelum melakukan akad. Orang berakal yang dimaksud ialah orang yang mampu membedakan antara yang terbaik untuknya. Apabila orang yang melakukan akad bodoh ataupun gila maka akad yang dilakukan menjadi tidak sah.
- 3) Atas kehendaknya sendiri. Dalam melakukan akad tidak ada paksaan maupun dorongan dari orang lain, melainkan benar-benar atas keinginannya sendiri.

- 4) Baligh. Untuk laki-laki maupun perempuan harus sudah baligh ketika akan melakukan akad.
- 5) Keduanya tidak mubazir, yang dimaksud tidak mubazir yaitu para pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli tersebut bukanlah manusia yang boros (mubazir).

c. Obyek (barang)

- 1) Bersih. Maksudnya ialah barang yang akan diperjual belikan tidak memiliki najis.
- 2) Dapat dimanfaatkan. Barang yang akan diperjual belikan hendaknya merupakan barang yang dapat dimanfaatkan oleh pembeli.
- 3) Barang yang diperjual belikan harus milik orang yang melakukan akad. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya masalah kedepannya.
- 4) Barang yang dijual harus jelas wujudnya, bentuknya, sifatnya, dan juga harganya untuk mencegah adanya kekecewaan dari kedua belah pihak.
- 5) Barang yang diakadkan berada ditangan penjual. Hal ini untuk menghindari barang yang rusak karena berada dipihak lain.
- 6) Barang harus dapat diserahkan terimakan. Hal ini untuk menghindari kekecewaan yang

timbul dari salah satu pihak apabila tidak diserahterimakan secara langsung.<sup>51</sup>

## C. Etika Bisnis Islam

### 1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Pengertian etika berasal dari bahasa Yunani “*Ethos*” yang memiliki arti adat istiadat atau kebiasaan. Hal tersebut berarti bahwa etika berkaitan dengan metode-metode, nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lainnya.<sup>52</sup> Secara umum etika dapat didefinisikan sebagai satu usaha yang sistematis, dengan menggunakan akal untuk memaknai individu atau sosial kita, pengalamanmoral, di mana dengan cara itu dapat menentukan peran yang akan mengatur tindakan manusia dan nilai yang bermanfaat dalam kehidupan.<sup>53</sup>

Etika bisnis dalam pandangan Islam merupakan sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dikemas secara rapi dengan nilai-nilai syari’ah didalamnya yang mengedepankan hubungan antara halal dan haram. Jadi perilaku yang etis tersebut

---

<sup>51</sup>“Jual Beli Dalam Pandangan Islam,” 248–51.

<sup>52</sup>Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, vol. Raja Grafindo Persada (Jakarta, 2012), 5.

<sup>53</sup>Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam* (Yogyakarta: AK GROUP, 2005), 4.

merupakan perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya.<sup>54</sup> Dalam Islam, etika bisnis Islam menuntun seluruh umat muslim untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dibolehkan dan mencegah perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT termasuk didalamnya ialah melaksanakan aktivitas ekonomi. Manusia diperbolehkan dengan leluasa melakukan kegiatan ekonomi untuk meningkatkan taraf hidupnya. Etika dalam bisnis berfungsi untuk menolong pebisnis memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan moral dalam praktek bisnis yang mereka hadapi. Etika bisnis Islam harus dipahami secara benar sehingga kemungkinan kehancuran bisnis akan kecil dan dengan etika yang benar tidak akan merasa dirugikan dan mungkin masyarakat dapat menerima manfaat yang banyak dari kegiatan jual beli yang dilakukan.<sup>55</sup>

Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam merupakan sebuah perilaku, etika, tata cara yang telah dikemas secara rapi dan berhubungan dengan nilai syariah didalamnya dan semata-mata hal ini dilakukan karena mengikuti perilaku sesuai ajaran agama yang diperintahkan oleh Allah SWT. Etika bisnis ini berguna

---

<sup>54</sup>Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil," *Jurnal Al-Iqtishad* Vol. IV, No. 1, (January 2014): 135.

<sup>55</sup>Dany Hidayat, "Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat," *Jurnal JESTT* Vol. 2, No.11 (November 2015): 914.

bagi kelangsungan dalam hal perekonomian untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat khususnya umat muslim dan apabila suatu saat pebisnis mengalami masalah dalam menjalankan bisnisnya mereka mampu menghadapi dengan metode yang benar sehingga kemungkinan untuk gulung tikar sangatlah minim.

## 2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip dalam menjalankan bisnis menurut Faisal Badroen :

### a. *Unity* (Tauhid)

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah swt telah menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam secara keseluruhan untuk menuju tujuan akhir yang sama. Pada tingkatan tauhid didalamnya terdapat perbedaan antara Tuhan dengan hambanya. Hal inilah yang membuat agama Islam memiliki kombinasi antara agama, ekonomi, serta masyarakat untuk menjadi sebuah satu kesatuan.<sup>56</sup>

### b. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Perilaku yang adil akan mendekatkan diri kepada ketakwaan, karena itu dalam bisnis, Islam

---

<sup>56</sup>Yudha Nur Imron and Ely Masykuroh, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pemasaran Marketplace Shopee," *Journal of Economics, Law, and Humanities* Vol. 2, No.1 (2023): 143.

melarang menipu, walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat memberikan gangguan pada mekanisme pasar atau adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Islam mengajarkan agar penganutnya berlaku adil dan senantiasa berbuat kebajikan.

c. *Free will* (Kehendak bebas)

Kebebasan merupakan hal yang penting dalam etika bisnis Islam, akan tetapi jangan sampai kebebasan ini mengganggu atau merugikan kepentingan bersama atau orang lain. Islam membolehkan umatnya untuk berinovasi dalam muamalah khususnya dalam kegiatan bisnis, akan tetapi Islam tidak memperbolehkan umatnya untuk melakukan hal-hal yang diharamkan oleh dalil.

d. *Responsibility* (Tanggung jawab)

Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tidak ada satu cara pun bagi seseorang untuk melenyapkan perbuatan-perbuatan jahatnya kecuali dengan memohon ampunan Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan yang baik.

e. *Benevolence* (Ihsan)

Ihsan artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau beribadah



dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat.<sup>57</sup>



---

<sup>57</sup>Nine Haryanti dan Trisna Wijaya, “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya,” *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol.4 No.2 (29 Desember 2019): 125–126,

## BAB III

### JAM TAYANG *DUNIA YOUTUBE*

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah dan Lokasi *Dunia YouTube*

Usaha jual jasa menaikkan jam tayang *Dunia YouTube* ini sudah berdiri sejak pertengahan tahun 2021, tepatnya pada tanggal 25 Mei. Pemilik akun jual jasa ini bernama Muhammad Siregar, pemuda ini berusia 28 tahun. Untuk alamat pemilik akun *Dunia YouTube* ini terletak di Desa Trenggeng, yang merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Jenangan, Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur. Desa Trenggeng merupakan salah satu desa yang akses jalannya mudah dijangkau tetapi harus ditempuh kurang lebih 30 menit dari alun-alun Kota Ponorogo.

Awal mula berdirinya usaha ini ialah hanya untuk bermain-main saja untuk mengisi waktu luang. Tetapi setelah mencoba membuka usaha jual jasa menaikkan jam tayang ini ternyata pundi-pundi rupiah yang dihasilkan lumayan besar sehingga Muhammad Siregar mulai menekuninya hingga sekarang. Dalam menjalankan bisnisnya, ia menggarap jam tayang maupun *subscribers* sendiri tanpa bantuan orang lain.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup>Muhammad Siregar, *Wawancara*, 04 April 2023.

Pada saat itu, belum banyak orang yang memiliki pekerjaan sebagai penjual jasa jam tayang dan subscriber sehingga dagangan dari Dunia

YouTube sangatlah laku keras dipasaran. Seiring berjalannya waktu, dunia digital semakin berkembang dan banyak *YouTuber* pemula yang bermunculan. Hal ini tentu menjadi peluang emas bagi Dunia YouTube untuk memperluas usahanya. Pada akhirnya banyak konsumen yang membeli jasa dari Dunia YouTube itu sendiri untuk mendompleng kenaikan jam tayang dan subscriber.

Untuk saat ini, akun penjual jasa menaikkan jam tayang *Dunia YouTube* ini memiliki 3 akun, Yang dulunya hanya satu akun saja, sekarang sudah bertambah menjadi 3 akun. Nama akunnya ialah *Dunia YouTube 1*, *Dunia YouTube 2*, *Dunia YouTube 3*. Untuk ketiga akun ini ada diaplikasi *Shopee*. Meskipun memiliki 3 akun, produk yang dijual sama saja yakni menaikkan jam tayang. Hal ini dilakukan agar pangsa pasar lebih luas.

*Dunia YouTube* merupakan salah satu akun yang membuka usaha penjual jasa menaikkan jam tayang maupun *subscriber*. Dalam menjalankan usahanya, *Dunia YouTube* menggunakan beberapa sosial media agar lebih dikenal secara luas oleh kebanyakan orang khususnya *YouTuber* pemula. Sosial media yang digunakan yakni *Facebook*, *Whatsapp*, dan juga *Shopee*.<sup>59</sup> Dalam

---

<sup>59</sup>Ibid.

akun *ShopeeDunia YouTube* ini sudah banyak menjual paket *monetisasi* bahkan sampai ribuan. Pada akun *Shopee* terdapat banyak *chatting* dengan pelanggan dimana isinya adalah bukti *chatting* pelanggan yang sudah *monetisasi* akunnya karena jasa dari *Dunia YouTube*.<sup>60</sup> Aplikasi *Whatsapp* digunakan untuk berkoordinasi dan juga untuk memantau apakah akun yang digarap sudah berhasil dimonetisasi atau belum.

Sebelum menggarap jam tayang dan *subscriber*, *Dunia YouTube* ini terlebih dahulu melihat akun dan juga konten-konten yang ada didalamnya untuk menilai apakah akun tersebut layak *monetisasi* atau tidak. Hal ini dilakukan karena banyak juga akun-akun yang tidak mematuhi kebijakan dan juga pedoman yang sudah ditetapkan *YouTube* sehingga akun tersebut tidak bisa dimonetisasi.

## 2. Syarat Monetisasi YouTube

Tidak sembarangan akun dengan kontennya dapat digarap apalagi dimonetisasi, hal ini membutuhkan proses yang panjang. YouTube memiliki syarat terkhusus agar akun YouTuber dapat dimonetisasi. Beberapa syaratnya ialah :

- a. Memenuhi jam tayang sebanyak 4.000 jam tayang. Setiap akun harus memiliki konten paling tidak totalnya mencapai 4.000 jam tayang. Hal ini tidak hanya berlaku untuk 1

---

<sup>60</sup>Muhammad Siregar, *Observasi*, 5 April 2023.

konten video saja, tetapi jumlah jam tayang secara total keseluruhan.

- b. Memiliki 1.000 subscriber.
- c. Masuk jam tayang 1 minggu sekali ditab monetisasi. Hal ini dilakukan agar tidak gampang drop yang menyebabkan *traffic* dianggap tidak valid.

### 3. Cara Memuaskan Konsumen

Dalam memenuhi kepuasan konsumennya, Dunia Youtube memiliki cara tersendiri yakni :

- a. Pengerjaan yang tadinya bisa dilakukan secepat mungkin dengan 1-2 hari kerja saja. Hal ini dilakukan agar akun dari pihak penyewa segera bisa didaftarkan *monetisasi*. Tetapi adanya peraturan baru dari YouTube membuat pengerjaan semakin lama, hal ini bisa mencapai 2-3 minggu kerja untuk mencapai 4.000 jam tayang karena untuk menghindari adanya spam. Apabila terdeterksi oleh YouTube spam maka akan menghambat proses monetisasi. Tetapi dengan tempo waktu 2-3 minggu pengerjaan juga dapat dikategorikan cepat dan juga aman karena terhindar dari spam.
- b. Harga bersaing. Dengan adanya harga yang bersaing dengan penjual lainnya dan tentunya lebih ramah dikantong, maka ini merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh penjual

jasa Dunia *YouTube*.<sup>61</sup> Meskipun penggarapan semakin lama karena menghindari spam, tetapi harga tetap saja bersaing dengan penjual jasa lainnya dan masih tergolong relative murah.

- c. Menggunakan berbagai media untuk melakukan promosi. Seperti contohnya promosi dengan memasang iklan di *Shopee*, *Facebook*, da juga *WhatsApp*.
- d. Selain itu strategi untuk memuaskan konsumen Dunia *YouTube* juga melakukan pemanduan sampai dengan akun si pembeli jam tayang dan *subscribers* sampai bisa *dimonetisasi*. Pemanduan dilakukan dengan cara pihak pembeli selalu mengirimkan laporan setiap sore pukul 16.00 kepada Dunia *YouTube* agar selalu bisa dipantau apakah sudah tepenuhi jam tayangnya atautkah belum untuk kepentingan pendaftaran *monetisasi*.<sup>62</sup>

Tentu saja, carayang disusun oleh akun Dunia *YouTube* ini bertujuan untuk menarik konsumennya. Strategi inilah yang menjadikan Dunia *YouTube* lebih berkembang lagi. Dengan adanya strategi yang disusun, memudahkan kelangsungan penjualan jam tayang dan menjadi celah untuk mencari pembeda dengan penjual lainnya.

---

<sup>61</sup>Muhammad Siregar, *Wawancara*, 8 Oktober 2023.

<sup>62</sup>*Ibid.*

#### 4. Fasilitas Dunia Youtube

Penjual jasa menaikkan jam tayang Dunia *YouTube* memiliki berbagai fasilitas yang disediakan agar kebutuhan konsumennya terpenuhi. Fasilitas yang disediakan antara lain :

- a. Tidak haya menerima pembelian jasa menaikkan jam tayang, tetapi juga menerima jasa penambahan *subscriber*. Produk yang ditawarkan oleh Dunia YouTube tidak hanya sekedar penambahan jam tayang saja, akan tetapi juga merambah ke penambahan *subscriber*, bahkan ada paket bundling keduanya dimana harganya pasti lebih murah.
- b. Bebas melakukan konsultasi kapanpun selama belum *monetisasi*. Dan akan dibantu sampai bisa *dimonetisasi*, selama konten tidak mengandung unsur plagiasi maupun sara.
- c. Bebas konsultasi sebelum transaksi agar bisa mengetahui apakah akun yang akangarap layak monet atau tidak. Hal ini dilakukan agar konsumen tidak rugi. Karena tidak semua akun yang sudah terpenuhi jam tayang dan juga *subscribarnya* dapat *dimonetisasi*. Konten yang dibuat juga harus benar-benar original, apabila tidak maka pihak YouTube tentu akan menolak pengajuan *monetisasi* karena dikhawatirkan adanya plagiasi

terhadap konten-konten dari *YouTuber* lainnya.<sup>63</sup>

- d. Jika *check out* menggunakan toko online seperti *shopee* maka tidak perlu adanya ongkos kirim. Produk yang ditawarkan Dunia Youtube termasuk dalam kategori jasa, sehingga tidak diperlukan adanya tambahan ongkos kirim yang dibebankan kepada pembeli. Pengguna jasa tersebut hanya membayar biaya pokok saja sesuai orderannya dan apabila ada tambahan itupun dari pihak *online shop* seperti *Shopee* untuk administrasi.<sup>64</sup>
- e. Bebas refill dengan syarat *adsense* sudah berhasil dilakukan. Setelah order selesai dan akan melakukan order kembali maka konsumen bebas melakukannya kapan saja.
- f. Garansi dan *free* refill. Hal ini berlaku selama belum ada jawaban dari pihak *YouTube* untuk *monetisasi* akun. Garansi dan *free* refill tidak berlaku jika jam tayang sudah berhasil dan tidak segera pengajuan *monetisasi* maka bukan menjadi tanggungjawab penjual.<sup>65</sup>

Kualitas pelayanan yang diberikan penjual jasa Dunia *YouTube* dilakukan semaksimal mungkin. Hal ini sangat dijaga oleh

---

<sup>63</sup>Ibid.

<sup>64</sup>Ibid.

<sup>65</sup>Ibid.



pihak penjual karena berhubungan dengan adanya penilaian yang terpampang di akun penjualan khususnya *Shopee*.

## **B. Mekanisme Jual Beli Dunia *Youtube***

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia) KBBI, mekanisme merupakan cara kerja suatu organisasi (perkumpulan dan sebagainya).<sup>66</sup> Sedangkan pada bab sebelumnya dijelaskan bahwa jual beli merupakan penukaran sesuatu dengan sesuatu yang lainnya. Hal ini bisa dilakukan dengan cara melepaskan hak milik kepada orang lain dimana keduanya memiliki perasaan yang sama-sama rela. Ketika hak milik dilepaskan oleh satu pihak ke pihak yang lain maka terjadi perpindahan kepemilikan yang mutlak. Karena keduanya sudah saling merelakan, misalnya penjual merelakan dagangannya dan pembeli merelakan uangnya. Berdasarkan wawancara maupun observasi yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa mekanisme transaksi yang dilakukan oleh Dunia YouTube dengan konsumennya yakni dengan melakukan akad, barang yang dijual jelas yaitu berupa jasa. Seperti yang diungkapkan oleh penjual jasa Muhammad Siregar yakni :

Sebelum melakukan transaksi biasanya konsumen terlebih dahulu konsultasi melalui channel yang akan digarap. Akad dilakukan secara online melalui *Shopee*, *Facebook*,

---

<sup>66</sup>Ibid.

maupun *Whatsapp*. Jika melalui *Shopee* maka konsumen memilih jasa yang akan digunakan lalu *checkout* dan melakukan pembayaran. Apabila melalui *Facebook* maupun *Whatsapp* maka konsumen terlebih dahulu *chatting* dengan Dunia YouTube dan pembayaran dilakukan secara online melalui transfer.<sup>67</sup>

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa konsumen dengan penjual melakukan transaksi akad secara online melalui media sosial. Tidak hanya itu tetapi pembayaran juga dilakukan secara online juga melalui transfer. Selain dari pemilik jasa Dunia YouTube juga ada konsumen pemilik Channel YouTube Daniel Prabowo yang mengatakan bahwa :

Sebelum transaksi dilakukan hal utama yang tidak akan terlewatkan ialah konsultasi channel dan konten. Tentu saja yang dikonsultasikan ialah mengenai masalah kenaikan jam tayang dan juga penambahan *subscriber*. Setelah konsultasi dan akun layak untuk digarap oleh Dunia YouTube maka siap untuk transfer dan mengirimkan bukti transfERNYA. Adanya jasa jam tayang sangat membantu bagi kaum pemula seperti halnya dirinya. Dari segi penjualnya juga sangat cepat dalam merespon sehingga tidak menunggu lama untuk

---

<sup>67</sup> Ibid.

konsultasi.<sup>68</sup>

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa orang yang melakukan akad tentu saja orang yang berakal dan merupakan kehendaknya sendiri untuk bisa memudahkan menambah jam tayang maupun subscriber. Tidak hanya konsultasi channel dengan mudah, tetapi adanya jasa jam tayang sangat memudahkan YouTuber pemula yang kesulitan memenuhi syarat monetisasi dari YouTube. Seperti diungkapkan oleh pemilik Channel YouTube Ropoppon :

Sangat memudahkan memenuhi jam tayang, apalagi masih sangat pemula dan masih baru bergabung. Masih bingung bagaimana cara mengejar jam tayang supaya naik terus menerus sampai memenuhi syarat. Karena masih baru dan kebanyakan video yang dibuat hanya beberapa saja yang menonton, membeli jam tayang merupakan solusi yang sangat memudahkan dan tidak ribet.<sup>69</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa produk yang dijual oleh Dunia YouTube jelas wujudnya yaitu berupa jasa, meskipun tidak dapat dilihat tetapi dapat dirasakan keberadaan dan manfaatnya. Yaitu dengan adanya penambahan jam

---

<sup>68</sup>Daniel Prabowo, *Wawancara*, 6 April 2024.

<sup>69</sup>Ropoppon Channel, *Wawancara*, 8 April 2024.

tayang maupun subscriber pada channel yang digarap dan hal ini bisa dirasakan oleh pembeli. Selain itu, dalam melakukan transaksi tentu saja terjadi adanya perpindahan keduanya yakni perpindahan dari penjual berupa jasa kepada pembeli berupa uang. Dalam hal ini keduanya sama-sama sadar tanpa paksaan melakukan transaksi sehingga keduanya juga saling merelakan.

### **C. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dunia *YouTube***

Pada bab sebelumnya sudah dipaparkan mengenai faktor kepuasan konsumen. Dari hasil observasi maupun wawancara yang telah dilakukan oleh penulis kepada informan yaitu pemilik maupun konsumen Dunia *YouTube* terkait faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang membeli jam tayang maupun subscriber, diperoleh hasil :

#### **1. Kualitas Produk**

“Dunia *YouTube* sangat menjaga kualitas produk yang diberikan agar konsumen tetap percaya kepada kami. Untuk menghindari adanya spam, maka kami dengan berhati-hati dalam menggarap khususnya mengenai jam tayang. Yang biasanya hanya dalam 1-2 hari pengerjaan menjadi 2-3 minggu pengerjaan, hal ini dilakukan karena adanya peraturan baru yang dibuat oleh pihak *YouTube*. Salah satu tindakan yang bisa dilakukan ya hanya menambah waktu pengerjaan saja, meskipun mengulur waktu yang lama, asalkan kualitas produk tetap terjaga dan terhindar dari spam. Untuk menjaga kualitas itu sendiri agar

konsumen juga percaya, Dunia YouTube juga menambahkan garansi selama belum ada jawaban dari pihak YouTube masalah monetisasi. Kecuali jam tayang sudah berhasil dan tidak segera didaftarkan monetisasi maka garansi hangus dan bukan tanggungjawab kita (Dunia YouTube).”<sup>70</sup>

## 2. Kualitas Pelayanan

“Sebisa mungkin kami secara cepat membalas chatt dari konsumen dan memberikan solusi apabila terjadi permasalahan mengenai channel YouTube maupun kontennya. Pengerjaan juga kalau bisa akan dilakukan secepat mungkin agar konsumen tidak menunggu lama. Setiap sore kita pantau juga melalui chat agar dapat dilihat jam tayangnya sudah mencapai berapa. Tidak hanya itu, penawaran untuk jasa lainnya juga dilakukan agar konsumen tertarik membeli paket bundling yang lebih murah. Konsumen juga akan kami berikan *free* refil dengan syarat *adsense* sudah berhasil dilakukan.”

Selain pendapat dari pemilik jasa mengenai kualitas pelayanan, dari konsumen juga memiliki pendapat tersendiri, seperti yang diungkapkan oleh pemilik Channel Bunda Arsy :

“Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dunia YouTube ini sendiri sangatlah baik, balas chattnya juga sangat cepat. Adminnya bisa dikatakan sangat responsif. Jika diberi rating ya bisa bintang 5 kalau

---

<sup>70</sup>Muhammad Siregar, *Wawancara*, 9 April 2024.

untuk masalah pelayanannya.”<sup>71</sup>

### 3. Emosional

Dari segi emosional ini, terdapat pendapat dari pemilik akun BoloDewe Entertainment yaitu :

“Pasti seneng dong, karena bisa pamer ke orang-orang mengenai kenaikan *viewer* dan *subscribarnya*. Yang tadinya cuma beberapa penonton apalagi *subscribarnya* sekarang sudah menjadi banyak karena membeli jasa dari Dunia YouTube. Apalagi penjualannya di Shopee juga sudah bayak, mencapai ribuan.”<sup>72</sup>

Selain pendapat diatas, pemilik Channel Bunda Arsy juga berpendapat :

“Pelayanan bagus, terpercaya, dan juga aman karena pernah beberapa kali membeli jasa jam tayang dan pernah kena tipu. Tiba-tiba akun yang pake jasa jam tayang *viewers* maupun *subscribarnya* drop, sedangkan tidak ada garansi dari penjual jasa. Pernah complain juga karena drop dan malah diblok nomornya. Tapi kalo Dunia YouTube tidak seperti itu, jadi sudah beberapa kali order juga. Meskipun pernah drop, tetapi admin bertanggungjawab, karena ada garansi juga.”<sup>73</sup>

### 4. Harga

---

<sup>71</sup>Bunda Arsy, *Wawancara*, 6 April 2024.

<sup>72</sup>BoloDewe Entertainment, *Wawancara*, 10 April 2024.

<sup>73</sup>Bunda Arsy, *Wawancara*, 6 April 2024.

“Harga yang dipatok sesuai dengan pasaran karena tidak mau merusak harga pasar. Jasa *subscriber* dan jam tayang sampai dengan *monetisasi* dan bebas konsultasi Rp. 350.000,-. Untuk proses pengerjaan penjual jasa jam tayang *YouTube* ini berlangsung selama 1-2 hari. Sedangkan untuk jam tayang saja per 1000 jam tayang Rp. 100.000,-. Tetapi terkait adanya peaturan baru yang ditetapkan oleh *YouTube* maka waktu pengerjaan menjadi lebih lama dari biasanya, yang biasanya 1-2 hari sudah selesai, sekarang harus 2-3 minggu untuk menyelesaikannya. Hal ini untuk menghindari adanya spam yang bisa dibaca oleh pihak *YouTube*. Amannya, sehari cuma bisa digarap 100-200 saja agar tidak terlihat spam.<sup>74</sup>”

Sedangkan mengenai harga yang ditetapkan, terdapat pendapat yang diungkapkan oleh pemilik channel *YouTube* Zuy Channel :

“Harga yang ditawarkan sejauh ini masih bisa saya jangkau. Sesuai dengan anggaran dana saya, rata-rata memang harga jualnya segitu. Tidak jauh berbeda dengan penjual jasa lainnya, harganya sudah segitu dipasaran.<sup>75</sup>”

---

<sup>74</sup>BoloDewe Entertainment, *Wawancara*, 10 April 2024.

<sup>75</sup>Zuy Entertainment, *Wawancara*, 10 April 2024.

Selain pendapat dari Zuy Channel, BoloDewe Entertainment juga memiliki pendapat tersendiri mengenai harga :

“Kalo soal harga nggak bisa dibilang murah atau mahal, karena itu perspektif masing-masing. Kalo menurut saya pribadi, harga yang ditawarkan sangat *worth it*.<sup>76</sup>”

#### 5. Biaya

“Untuk biaya tambahan dari kita sendiri (Dunia YouTube) tidak ada. Karena produk yang dijual berupa jasa, meskipun order melalui Toko Oren (*Shopee*) tetap saja tidak memerlukan biaya atau ongkos kirim. Berbeda dengan produk barang yang ada wujudnya, jasa tidak memiliki wujud tetapi dapat dibeli dan digunakan.”<sup>77</sup>

Mengenai biaya tambahan, Dunia YouTube tidak menarik biaya apapun lagi selain untuk pembelian jam tayang dan *subscriber*. Hal ini juga sesuai dengan pendapat pemilik Channel Nanazu CH :

“Tidak ada tambahan, Cuma bayar 350.000 buat order jam tayang sebanyak 4.000. Kalo biaya seperti admin ya tidak ada. Tapi pembayarannya tetap di awal, setelah bayar baru mulai dikerjakan. Sebenarnya yang takut ditipu, tapi bagaimana

---

<sup>76</sup>Bolodewe Entertainment, *Wawancara*, 10 April 2024.

<sup>77</sup>Muhammad Siregar, *Wawancara*, 9 April 2024.



memang sudah begitu syaratnya., tapi lihat di Shopee penilaian bagus, jadi gak terlalu ragu”<sup>78</sup>

#### **D. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen**

Dalam pembahasan sebelumnya telah dijelaskan mengenai etika bisnis Islam. Dimana dalam pandangan Islam, etika bisnis merupakan sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dikemas secara rapi dengan nilai-nilai syari’ah didalamnya yang mengedepankan hubungan antara halal dan haram. Dijelaskan pula bahwa prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam mencakup *unity* (tauhid), *equilibrium* (keseimbangan), *free will* (kehendak bebas), *responsibility* (tanggung jawab), dan *benevolence* (ihsan). Apabila beberapa prinsip tersebut sudah terpenuhi, maka bisa dikatakan sebuah usaha sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, dan sebaliknya apabila prinsip tersebut belum terpenuhi maka bisa dikatakan usahanya belum sesuai etika bisnis islam.

##### **1. Unity (Tauhid)**

Dari hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan kepada informan Dunia YouTube mengenai kepuasan Konsumen, diperoleh hasil wawancara sebagai berikut :

---

<sup>78</sup>Nanazu CH, *Wawancara*, 10 April 2024.

Dengan adanya usaha jam tayang ini, sebagai YouTuber pemula sangat merasa terbantu karena sulitnya mendapatkan jam tayang. Selain itu juga dibantu monetisasi, kalau sudah monet dan mendapatkan ads atau iklan maka tentu saja bisa menambah penghasilan. Penghasilan tersebut dapat digunakan sebagai tambahan untuk kebutuhan sehari-hari. Dan rasa syukur terhadap Tuhan YME juga timbul karena adanya penghasilan tambahan berkat adanya jasa menaikkan jam tayang Dunia YouTube.<sup>79</sup>

Pemilik Dunia YouTube, Muhammad Siregar juga berpendapat :

“Untuk saat ini saya sangat bersyukur karena adanya persaingan dalam teknologi membuat saya mendapatkan lapangan pekerjaan ini, yakni sebagai penggarap jam tayang maupun subscriber. Saya juga senang bisa membantu orang lain untuk memenuhi jam tayang dan juga subscriber yang masih kurang sehingga menjadikan saya

---

<sup>79</sup>Daniel Prabowo, *Wawancara*, 6 April 2024.

orang yang bermanfaat bagi orang lain.<sup>80</sup>”

## 2. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Dari hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan kepada informan Dunia YouTube mengenai kepuasan Konsumen, diperoleh hasil wawancara sebagai berikut :

Penjual jasa jam tayang dan juga subscriber Dunia YouTube sangat terpercaya tidak seperti penjual jasa lainnya. Karena pernah membeli jasa menaikkan jam tayang lainnya dan pernah beberapa kali ditipu oleh oknum penjual jasa tersebut. Selain itu, penjual juga amanah karena jasa yang dijual sesuai dengan harga dan kualitasnya. Meskipun pada saat pertama kali menggunakan ada sedikit keraguan, tetapi ternyata setelah beli jasa jam tayang ternyata sangat nyata dan sesuai.<sup>81</sup>

## 3. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Dari hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan kepada informan Dunia YouTube mengenai kepuasan Konsumen, diperoleh hasil wawancara sebagai berikut :

---

<sup>80</sup>Muhammad Siregar, *Wawancara*, 9 April 2024.

<sup>81</sup>Bunda Arsy, *Wawancara*, 6 April 2024.

Sebagai pembeli, bebas konsultasi dan adanya garansi merupakan pelayanan tambahan yang sangat bagus yang disediakan oleh Dunia YouTube. Kebebasan berkonsultasi mempermudah dalam melihat apakah akun layak digarap jam tayangnya atau tidak, bahkan juga dilihat apakah akun layak monet atau tidak. Dengan mudahnya berkonsultasi membuat para YouTuber tidak ragu membeli jam tayang karena jika akun tidak layak monetisasi dan tetap membeli jam tayang maka tetap saja sia-sia.<sup>82</sup>

#### 4. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Dari hasil wawancara kepada informan, diperoleh hasil sebagai berikut :

Penjual sangat bertanggungjawab dengan jasa yang digarap. Penjual juga memberikan garansi bagi pembeli, hal ini sangat menguntungkan bagi pembeli. Adanya garansi juga merupakan sebuah tanggungjawab yang harus dilakukan oleh penjual karena berhubungan bagi keberlangsungan usaha yang dirintis.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup>Bolodewe Entertainment, *Wawancara*, 10 April 2024.

<sup>83</sup>Nanazu CH, *Wawancara*, 10 April 2024.

Sedangkan dalam hal tanggung jawab, Muhammad Siregar juga berpendapat :

“Sebagai penjual saya bertanggungjawab penuh atas orderan konsumen. Sebisa mungkin akan dikerjakan sesuai kesepakatan yang telah disepakati kedua belah pihak. Secepat mungkin menggarap jam tayang karena juga mengejar waktu biar mereka tidak menunggu lama. Untuk menjaga kualitas produk dan juga pelayanan agar mereka puas maka kami memberikan garansi bagi pembeli selama belum ada jawaban dari pihak YouTube.<sup>84</sup>”

5. *Benevolene* (Ihsan)

Pemilik akun Dunia YouTube mengungkapkan bahwa :

“Orderan yang masuk lumayan banyak, sehingga harus memakan waktu seharian berada didepan computer. Meskipun dalam mengerjakan orderan jam tayang dan juga subscriber dikerjar target dan waktu, tetapi tetap saja ibadah hal yang utama dan tidak boleh ditinggalkan.<sup>85</sup>”

---

<sup>84</sup>Muhammad Siregar, *Wawancara*, 9 April 2024.

<sup>85</sup>Ibid.

## BAB IV

### ANALISIS MEKANISME, KEPUASAN KONSUMEN, DAN TINJAUAN BISNIS ISLAMPADA PENJUAL JASA JAM TAYANG DUNIA YOUTUBE

#### A. Analisis Mekanisme Jual Beli pada Penjual Jasa Jam Tayang Dunia YouTube

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mekanisme merupakan cara kerja suatu organisasi (perkumpulan dan sebagainya).<sup>86</sup> Sedangkan menurut Imam Nawawi dalam *al-majmu'*, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan. Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik atas dasar saling merelakan.<sup>87</sup> Mekanisme jual beli bisa dikatakan sebagai cara yang digunakan untuk pertukaran barang maupun jasa dengan imbalan atau uang.

Dari hasil wawancara penulis terhadap informan baik penjual maupun pembeli jam tayang Dunia YouTube dapat diketahui bahwa mekanisme jual beli yang dilakukan oleh Dunia YouTube ialah sebagai berikut :

Pertama, akad jual beli. Dalam melakukan akad jual beli, penjual maupun pembeli sama-sama melakukan akad secara tertulis melalui media sosial. Mengapa demikian, karena dengan akad secara online sangat memudahkan dalam melakukan

---

<sup>86</sup>“Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),” n.d., <https://kbbi.web.id/mekanisme>.

<sup>87</sup>Ibid., 241–42.

transaksi dan juga hemat waktu. Penjual maupun pembeli tidak harus bertemu secara langsung untuk menjalankan transaksinya melainkan cukup melalui HP saja. Dalam akad jual beli ini, penjual merelakan waktunya dan tenaganya untuk menyelesaikan jam tayang yang sudah dibeli konsumen. Begitu pula halnya pembeli juga merelakan uangnya untuk membayar jasa yang dibelinya.

Kedua, orang yang melakukan akad. Penjual dan pembeli untuk melakukan akad sudah sama-sama baligh dan berakal sehat. Selain itu, dalam melakukan pembelian jam tayang pembeli secara sadar tanpa paksaan dari orang lain. Karena pembeli merasa ingin dan butuh akan jasa jam tayang demi tercapainya aturan yang ditetapkan YouTube sebagai syarat monetisasi. Dari segi penjual pun secara sadar dan menggunakan akal sehatnya untuk melayani konsumen. Dunia YouTube tentu saja juga membutuhkan konsumen atau pembeli agar mendapatkan penghasilan. Tentu saja dalam melakukan transaksi dilakukan dalam batas kesadaran dan tidak ada paksaan dari siapapun.

Ketiga, obyek (barang). Barang yang ditawarkan oleh Dunia YouTube berupa jasa. Dimana meskipun tidak memiliki wujud, tetapi dapat diambil dan dirasakan manfaatnya. Dengan usaha yang dirintis oleh Muhammad Siregar sangat membantu seorang YouTuber pemula. Khususnya bagi YouTuber pemula yang masih memiliki sedikit subscriber dan belum memiliki banyak penonton. Karena sulitnya mendapatkan *viewers*, menggunakan jasa menaikkan jam tayang dan *subscriber* Dunia YouTube menjadi solusi yang diminiasi para YouTuber yang baru bergabung.

## **B. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dunia YouTube**

Pada bab sebelumnya sudah dijelaskan mengenai teori kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller, ialah perasaan senang ataupun perasaan kecewa seorang yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.<sup>88</sup> Bisa dikatakan pula bahwa kepuasan konsumen merupakan perbandingan ataupun perbedaan yang menjadi harapan bagi konsumen dengan kondisi yang diberikan oleh perusahaan dalam memenuhi harapan konsumennya. Ada beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, antara lain :

### **1. Kualitas Produk**

Produk diciptakan untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen.<sup>89</sup> Berbeda dengan kualitas produk pada umumnya yang berupa barang, dalam penelitian ini kualitas produknya ialah berupa jasa. Dalam menjalankan usahanya, *Dunia YouTube* tentu sangat menjaga kualitasnya. Kualitas yang dimaksud disini ialah kualitas dari penjual jasa menaikkan jam tayang. Dalam menjalankan tugasnya,

---

<sup>88</sup>Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas (Jakarta: Indeks, 2007),177.

<sup>89</sup>Herlina Anggie Tangkere, Joachim Noch Karel Dumais, and Tommy Fredy Lolowang, "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Dabu-Dabu Lemong Boulevard Kangaria," *Jurnal Transdisiplin Pertanian (Budidaya Tanaman, Perkebunan, Kehutanan, Peternakan, Perikanan), Sosial Dan Ekonomi* Vol. 16, No. 2 (2020): 160.



Dunia *YouTube* akan membantu konsumennya sampai akunnya *dimonetisasi* oleh pihak *YouTube*. Jasa sewa jam tayang Dunia *YouTube* juga memiliki garansi, maka dari itu untuk kualitas dari jasa penjual jasa menaikkan jam tayang sangatlah baik.<sup>90</sup>

Dari hasil wawancara dengan informan dapat dilihat bahwa penjual jasa sewa Dunia *YouTube* dalam menjalankan usahanya sangat menjaga kualitas produknya. Cara yang bisa dilakukan oleh Dunia *YouTube* ialah dengan membatasi jumlah jam tayang perhari dalam menggarap sebuah akun. Karena apabila dikerjakan secara cepat tanpa memperhatikan peraturan dari *YouTube* maka bisa terkena spam. Selain itu, dalam menjaga kualitasnya, Dunia *YouTube* juga memberikan garansi kepada konsumennya yang telah order jam tayang.

## 2. Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh sebuah pihak (pelayan/penjual) kepada pihak lain (konsumen) yang tidak memiliki wujud tetapi bisa dirasakan<sup>91</sup>. Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapannya. Tetapi konsumen akan sangat lebih senang lagi apabila pelayanan yang diberikan melebihi harapannya.

Kualitas pelayanan yang diberikan penjual jasa Dunia *YouTube* dilakukan semaksimal mungkin. Hal ini

---

<sup>90</sup>Ibid.

<sup>91</sup>Ibid., 161.

sangat dijaga oleh pihak penjual karena berhubungan dengan adanya penilaian yang terpampang di akun penjualan khususnya *Shopee*. Usaha yang dilakukan meliputi proses pengerjaan yang cepat, karena pembeli tidak akan mau jika menunggu terlalu lama, pasti mereka menginginkan pengerjaan yang cepat sesuai kesepakatan. Kecepatan dalam merespon pembeli juga menjadi hal yang tidak kalah pentingnya karena apabila tidak fast respon bisa saja pembeli berpindah ke penjual lainnya.

Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan sangat mempengaruhi dalam keberlangsungan jual beli. Sedangkan apabila dianalisis pada bab sebelumnya konsumen yang menggunakan jasa Dunia YouTube merasa pelayan yang diberikan oleh adminnya sangat baik, bisa dikatakan kualitas pelayanan Dunia YouTube sangat baik.

### 3. Emosional

Pada faktor kepuasan ketiga ini, bisa dilihat dalam menjalankan usahanya, Dunia YouTube berhasil membuat konsumennya merasa bangga setelah menggunakan jasanya. Perasaan bangga muncul ketika sudah mendapatkan apa yang diinginkannya. Jam tayang dan subscriber mereka yang sebelum membeli jasa Dunia YouTube masih sedikit, berkat adanya jasa ini menjadi meningkat, sehingga mereka bisa memamerkannya kepada rekan yang lainnya. Menambah rasa percaya diri pula dan pastinya akan lebih semangat untuk membuat konten lagi ketika

perasaan bagga ini muncul. Tidak menutup kemungkinan juga akan melakukan order ulang terhadap Dunia YouTube.

Meskipun begitu tetap saja dalam menjalankan usahanya Dunia YouTube pernah melakukan kesalahan terhadap konsumennya. Sebenarnya bukan dari pihak Dunia YouTube yang lalai dalam menjalankan tugasnya, tetapi karena berhubungan dengan server pasti bisa saja sewaktu-waktu server menjadi *error* atau *down*. Tetapi meskipun begitu, hal ini tidak membuat konsumennya merasa ditipu seperti yang sudah dirasakannya sebelumnya dengan penjual lainnya. Tetapi mereka senang karena Dunia YouTube mau bertanggungjawab dan menggantinya sehingga mereka tidak rugi.

#### 4. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh suatu produk.<sup>92</sup> Konsumen akan merasakan kepuasan ketika produk yang dibeli memiliki kualitas yang sama bagus dengan harga yang lebih terjangkau. Seperti yang diungkapkan oleh pemilik Dunia YouTube bahwa harga yang dipatok sesuai dengan harga di pasaran. Hal ini dilakukan agar tidak merusak harga dipasar. Karena sebenarnya kalau usahanya berupa jasa itu tidak ada patokan seperti halnya barang. Biaya yang dihitung pada jasa ialah tenaga yang dikeluarkan dan ini fleksibel.

---

<sup>92</sup>Ibid., 160.

Sebenarnya bisa saja Dunia YouTube mematok harga yang lebih tinggi dibandingkan penjual jasa jam tayang lainnya, tetapi hal ini bisa saja menjadi boomerangnya sendiri karena pasti konsumen mau dengan harga yang relative murah.

Dapat dilihat dari hasil wawancara dengan informan bahwa dari segi harga juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan apa yang dirasakan informan meskipun rata-rata harga dipasaran memang relaif sama. Dan memang harga murah atau mahal itu juga tergantung dari perspektif masing-masing orang.

#### 5. Biaya

Biaya ialah tambahan yang dibebankan dari penjual kepada pembeli. Konsumen atau pembeli akan merasa puas ketika mereka tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan suatu produk barangataupun jasa.<sup>93</sup> Hal ini menjadi ketertaikan tersendiri bagi pembeli yang akan membeli barang maupun jasa. Terkadang tambahan biaya akan menjadi pertimbangan sulit bagi seorang pembeli. Biasanya mereka tidak mau mengeluarkan uang tambahan lagi terkecuali memang produk barang maupun jasa yang dicari benar-benar dibutuhkan atau diinginkan.

Dari hasil wawancara dengan informan dapat dilihat bahwa biaya sangat berpengaruh terhadap kepuasannya. Mereka puas karena tidak ada biaya

---

<sup>93</sup>Lupiyoadi Rambat and Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 127.

tambahan lagi. Mereka cukup membayar biaya jasa saja tanpa ada pengeluaran biaya-biaya yang lainnya.

### **C. Analisis Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Dunia YouTube**

Etika bisnis dalam pandangan Islam merupakan sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dikemas secara rapi dengan nilai-nilai syari'ah didalamnya yang mengedepankan hubungan antara halal dan haram. Jadi perilaku yang etis tersebut merupakan perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya.<sup>94</sup> Dalam Islam, etika bisnis Islam menuntun seluruh umat muslim untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dibolehkan dan mencegah perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT termasuk didalamnya ialah melaksanakan aktivitas ekonomi. Manusia diperbolehkan dengan leluasa melakukan kegiatan ekonomi untuk meningkatkan taraf hidupnya. Etika dalam bisnis berfungsi untuk menolong pebisnis memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan moral dalam praktek bisnis yang mereka hadapi. Etika bisnis Islam harus dipahami secara benar sehingga kemungkinan kehancuran bisnis akan kecil dan dengan etika yang benar tidak akan merasa dirugikan dan mungkin masyarakat dapat menerima manfaat yang banyak dari kegiatan jual beli yang

---

<sup>94</sup>Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil," *Jurnal Al-Iqtishad* Vol. IV, No. 1, (January 2014): 135.

dilakukan.<sup>95</sup> Pada penelitian ini, penulis lebih berfokus pada menganalisis kepuasan konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam pada penjual jasa menaikkan jam tayang Dunia YouTube.

Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa indikator kepuasan konsumen yang secara langsung memberikan pengaruh bagi bagi informan atau pembeli setelah menggunakan atau membeli jasa jam tayang dari Dunia Youtube. Dalam memenuhi indikator kepuasan konsumen harus benar-benar diusahakan oleh penjual. Tanpa adanya usaha dan kerjasama antar kedua belah pihak, kepuasan konsumen tidak akan bisa tercipta. Tingkat kepuasan konsumen dengan tinjauan etika bisnis Islam dapat diukur menggunakan beberapa prinsip berikut :

1. *Unity* (tauhid)

Merupakan hubungan vertical antara seorang makhluk dengan Tuhan-Nya. Seorang hamba yang dibalut dengan kemewahan tidak akan menjamin kehidupannya akan terus bahagia. Banyak orang yang memiliki untuk mengakhiri hidupnya karena tidak bahagia. Begitulah pentingnya memiliki rasa bergantung kepada Tuhan Yang Maha Esa sebagai hamba. Hal inilah yang kemudian menjadi ketergantungan manusia terhadap Tuhan-Nya yang diaplikasikan dalam penghambaan (ibadah) secara ikhlas.

---

<sup>95</sup>Dany Hidayat, "Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat," *Jurnal JESTT* Vol. 2, No.11 (November 2015): 914.

Tauhid menjadi salah satu prinsip kepuasan konsumen perspektif etika bisnis Islam. Dapat dilihat dengan adanya usaha Dunia YouTube maka YouTuber pemula bisa mengatasi kesulitannya dalam memenuhi jam tayang dan juga subscriber. Tidak hanya itu, pemilik Dunia YouTube pun juga sangat bersyukur karena dengan perkembangan teknologi yang membuatnya bisa merintis usaha jasa jam tayang dan subscriber sehingga bisa mendapatkan penghasilan. Tanpa adanya rasa puas yang tercipta dari pembeli maupun penjual maka tidak akan tercipta rasa syukur kepada Tuhan.

## 2. *Equilibrium* (keseimbangan)

Keseimbangan merupakan perilaku yang adil, didalam Islam dilarang keras adanya penipuan. Perasaan ragu saja dalam Islam sudah dilarang, apalagi sampai penipuan. Hal ini dilakukan karena dapat merugikan salah satu bahkan kedua belah pihak. Apabila kerugian salah satu pihak terjadi maka bertentangan dengan syariat.

Keseimbangan menjadi faktor pendukung dalam kepuasan konsumen. Dimana adanya keseimbangan antara kedua belah pihak yakni pembeli membayar dan penjual mengerjakan sesuai keinginan pembeli. Dalam hasil observasi dan wawancara, pembeli mengungkapkan bahwa Dunia YouTube sangat terpercaya. Jadi bisa dilihat didalamnya terjadi keseimbangan antara keduanya. Pembeli merasa puas dengan jasa yang diberikan begitupun penjual juga puas karena pembeli mau order jam tayang.

Meskipun sebelum melakukan transaksi pembeli merasa ragu karena pernah ditipu oleh oknum jasa jam tayang lainnya. Tetapi keraguan yang dirasakan pada konsumen yang membeli jasa Dunia YouTube ternyata tidak seperti yang dibayangkan. Bahkan pembeli merasa sangat puas setelah membeli jam tayang.

### 3. *Free will* (kehendak bebas)

Kebebasan merupakan hal yang sangat penting. Dengan kebebasan seseorang dapat melakukan apapun yang diinginkannya, apalagi bagi seorang pembeli. Dengan kebebasan pembeli dapat dengan bebas memilih dimana akan belanja, dengan harga berapa, bahkan dengan siapa saja. Dalam kepuasan konsumen berdasarkan prinsip etika bisnis Islam dalam kehendak bebas, penulis menemukan bahwa dalam hal ini sudah sesuai dengan prinsip tersebut.

Konsumen yang dapat dengan bebas memilih dan berkonsultasi mengenai jam tayang merupakan kebebasan yang didapatkan oleh pembeli jasa jam tayang Dunia YouTube. Selain bebas untuk berkonsultasi mengenai akunnya, pembeli jam tayang juga bebas mendapatkan garansi atas jam tayang maupun subscriber yang dibelinya. Kebebasan dalam hal konsultasi yang dirasakan konsumen ini menjadi mempermudah dalam mengetahui tentang Channel YouTube yang dimiliki bisa didaftarkan monetisasi atau tidak. Sedangkan konsultasi kepada yang lebih ahli dalam peryoutubean merupakan kunci paling utama sebelum membeli jam tayang. Apabila masih awam mengenai YouTube dan langsung membeli jam tayang tanpa



konsultasi ke orang yang lebih paham, bisa jadi malah rugi besar.

#### 4. *Responsibility* (tanggungjawab)

Dalam hal ini, berdasarkan hasil observasi dan wawancara, penulis mendapati bahwa pihak Dunia YouTube telah bertanggung jawab penuh atas orderan yang diterimanya. Meskipun orderan jam tayang maupun subscriber banyak, tetapi hal ini tetap saja dikerjakan sesuai dengan urutan orderan yang masuk terlebih dahulu. Meskipun ada konsumen yang meragukan Dunia YouTube karena takut tertipu seperti sebelumnya, Dunia YouTube mampu meyakinkan konsumen tersebut dengan caramemenuhi orderannya dan melayani sebaik mungkin.

Tidak hanya masalah orderan saja yang merupakan tanggung jawab dari Dunia YouTube, tetapi juga kepuasan konsumen dari segi pelayanan, kualitas produk, biaya, harga, dan juga emosional. Dari kelima faktor kepuasan tersebut, Dunia YouTube sudah mampu bertanggungjawab penuh sehingga bisa dikatakan berhasil dan sesuai dengan prinsip etika bisnis islam dalam memuaskan konsumen.

#### 5. *Benevolence* (ihsan)

Berperilaku ihsan merupakan perilaku berbuat kebaikan yang bisa bermanfaat bagi orang lain. Seperti halnya Dunia YouTube yang membantu para YouTuber pemula yang baru bergabung dan masih kesulitan mendapatkan jam tayang. Dengan adanya usaha jasa yang dimiliki Muhammad Siregar ini, maka akan sangat bermanfaat bagi YouTuber pemula. Mereka tidak lagi

kesulitan dalam memenuhi persyaratan dari YouTube. Ketika kekurangan jam tayang maupun subscriber, cukup dengan order ke Dunia YouTube saja maka masalah tersebut sudah bisa teratasi. Maka dari itu berdasarkan yang diambil dari observasi dan wawancara, salah satu prinsip etika bisnis islam yaitu ihsan sudah terpenuhi.



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitiandan menghasilkan pembahasan sebagaimana diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Dalam melakukan mekanisme jual beli dengan konsumennya, mulai dari akad, orang yang melakukan akad maupun barang atau obyek yang diperjualbelikan sudah sesuai rukun dan syarat jual beli. Dari segi akad, sudah jelas bahwa akad dilakukan secara tidak langsung yakni melalui HP, pembayaran juga dilakukan secara online melalui transfer sehingga sangat memudahkan dalam keberlangsungan akad jual beli. Dari segi orang yang berakad, yang jelas orang yang melakukan akad jual beli (pemilik Dunia YouTube dan pembeli) ialah orang yang sudah baligh, bukan seorang anak kecil lagi jadi sudah bisa membedakan antara yang baik dan buruk. Selain itu, dalam melakukan akad tersebut dari penjual maupun pembeli tidak ada paksaan dari pihak manapun. Sedangkan dari segi obyek atau barang yaitu berupa jasa, dimana pembeli melakukan pembelian jasa jam tayang dan subscriber melalui *e-commerce* seperti *Shopee*.

2. Setelah melakukan pembelian, tentu saja seorang pembeli akan menilai kinerja penjualnya. Maka dari itu, kepuasan konsumen merupakan hal utama yang harus diperhatikan oleh seorang penjual. Hal-hal yang mendasari kepuasan konsumen akan selalu diusahakan oleh penjual. Seperti halnya dengan Dunia YouTube yang sudah berhasil untuk memenuhi kepuasan konsumennya. Dari segi kualitas produk, Dunia YouTube sangat menjaga kualitasnya apalagi ditambah adanya garansi, maka konsumennya semakin puas. Dari segi kualitas pelayanan juga sangat berhasil karena pelayanan yang dilakukan sangat tepat yaitu dengan membalas chat konsumen secara cepat. Dari segi harga yang dipatok sesuai dengan harga dipasaran. Dari segi emosional juga telah berhasil membangun rasa bangga konsumen yang telah menggunakan jasa jam tayang dari Dunia YouTube. Dan dari segi biaya, Dunia YouTube tidak memberikan biaya tambahan apapun sehingga tidak memberatkan pembeli., meskipun begitu masih saja ada yang mengeluhkan pembayaran diawal.
3. Dalam memuaskan konsumennya, Dunia YouTube menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dari segi tauhid, pemilik Dunia YouTube dalam menjalankan tugasnya sebagai penjual jasa jam tayang tidak melupakan ibadah. Sedangkan dari segi keseimbangan, dalam memuaskan konsumennya Dunia YouTube bersikap jujur tanpa ada hal yang tutupi sehingga konsumen percaya. Dari segi kehendak bebas, konsumen mampu mengutarakan kebutuhannya

mengenai jam tayang. Dan dari segi tanggungjawab, dalam memenuhi kepuasan konsumennya, Dunia YouTube bertanggungjawab penuh atas akun yang digarap jam tayangnya, apabila server *error* atau *down* maka Dunia YouTube bersedia menggarap ulang agar konsumen tidak rugi. Serta dari segi ihsan, adanya jasa jam tayang Dunia YouTube sangat bermanfaat bagi Youtuber pemula yang kesulitan dalam mendapatkan subscriber dan jam tayang.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dibahas diatas, maka penulis memiliki saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya dalam memilih jasa jam tayang, pembeli lebih selektif lagi agar tidak terjadi penipuan dengan oknum jasa penjual selain Dunia YouTube. Ketika konsumen ragu dengan jasa jam Tayang Dunia YouTube, hendaknya rasa ragu itu dihilangkan terlebih dahulu dan percaya dengan Dunia Youtube bahwa memang benar-benar amanah. Karena keraguan itu tidak diperbolehkan dalam syariat, lebih baik dimantapkan terlebih dahulu jasa mana yang benar-benar amanah.
2. Mengenai pembayaran yang dilakukan diawal, jika memang sudah disepakati kedua belah pihak berarti sudah sama-sama setuju dan rela. Harusnya apabila keberatan dengan pembayaran diawal karena takut

ditipu, maka bisa dinegosiasikan bersama-sama antar kedua belah pihak.



## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku

- Adrian Sudarso. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Agustina Kencana Wati. “Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Jasa Joki Program Kartu Prakerja.” Iain Kediri, 2022.
- Ahmad Husen, Oktober 2023.
- Aji Damanuri. *Metodologi Penelitian Muamalah*. Ponorogo: Stain Po Press, 2010.
- Al-Alwani, Taha Jabir. *Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ak Group, 2005.
- Aldi Wibowo, Oktober 2023.
- Andri Soemitra. *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2019.
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Vol. Raja Grafindo Persada. Jakarta, 2012.
- Betti Anggraini Dan Dkk. *Akad Tabarru’ Dan Tijarah Dalam Tinjauan Fiqih Muamalah*. Bengkulu: Sinar Jaya Berseri, 2022.
- Choles John. *Kamus Bahasa Inggris-Indonesia 55 Milyar*. Jakarta Pusat: Gramedia, 2015.
- Dedi, Oktober 2023.
- Dian Edi Putri. “Tinjauan Hukum Islam Tentang Pemberian Fee Pada Jasa Joki Tugas Kuliah.” Uin Raden Intan Lampung, 2020.
- Fandy Tjiptono. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2006.

- . *Total Quality Manajemen, Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andy, 2003.
- Freddy Rangkuti. *Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus Pln-Jp*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Haris Hardiyansyah. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2012.
- Hendi Suhendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2014.
- Irma Devita Purnamasari Dan Suswinarno. *Akad Syariah*. Bandung: Kaifa, 2011.
- Jefferly Helianthusonfri. *Yuk Jadi Youtuber*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo, 2018.
- Kartini Kartono. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Lupiyoadi Rambat Dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Margono, S. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Moleong J. *Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya, 2008.
- Muhammad Rayhan Janitra. *Hotel Syariah : Konsep Dan Penerapan*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Nanang Martono. *Metode Penelitian Sosial; Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Noeng Muhadjir. “Metodologi Penelitian Kualitatif Pendekatan Positivistik, Rasionalistik, ,



- Phenomenologik, Dan Realisme Metaphisik Telaah Studi Teks Dan Penelitian Agama,” 1998..
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Indeks, 2007.
- Prof. Dr. H. Hendi Suhendi, M.Si. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- Rachmat Kriyantoro. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Sugiono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Sugiyono. *Metode Penelitian*, T.T.  
———. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methodds)*. Bandung: Alfabeta, 2015.  
———. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suharsimi (Last) Dan Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Wasilatur Rohmaniyah. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019.
- Winarno Surakhmad. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode, Dan Teknik*. Bandung: Tarsito, 1990.

## 2. Jurnal

- Ade Tri Putra. “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Peraturan Umum Instalasi Listrik Pt Konsuil Perdana Indonesia Wilayah Bengkulu.” *Iain Bengkulu*, 2019.
- Agus Supandi Soegoto. “Bauran Pemasaran Jasa Pengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Nusa Tongkaina

- Wisata Tirta (Nwt) Manado.”*Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* Vol 9 No 17 (2010).
- Ahmad Rijali. “Analisis Data Kualitatif.”*Jurnal Alhadharah* Vol. 17 No. 33 (2018).
- Amalia, Fitri. “Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil.” *Jurnal Al-Iqtishad* Vol. Iv, No. 1, (Januari 2014).
- Arif Hariyanto Dan Aditya Putera. “Konten Kreator Youtube Sebagai Sumber Penghasilan (Telaah Kritis Hukum Ekonomi Syari’ah).” *Jurnal Al Hukmi* 3 No.2 (November 2022).
- Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, Dan Stefi Harilama. “Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi.” *E Journal Acta Diurna* Vol 7 No 1 (2017).
- Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, Dan Stefi Harilama. “Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi.” *E Journal Acta Diurna* Vol 7 No 1 (2017).
- Fathudin Dan Muhammad Mukromin. “Advertising Business Pada Google Adsense Di Youtube Perspektif Ekonomi Syariah.”*Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 7 No. 03 (2021).
- Fransisca Hermawan. “Analisis Minat Masyarakat Pengguna Platform Youtube Sebagai Media

- Komunikasi Digital Masa Kini.”*Jurnal Manajemen* Vol. 14, No. 3 (2022).
- Haryanti, Nine, Dan Trisna Wijaya. “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 4, No. 2 (29 Desember 2019). <https://doi.org/10.37058/jes.v4i2.1156>.
- Herlina Anggie Tangkere, Joachim Noch Karel Dumais, Dan Tommy Fredy Lolowang. “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Dabu-Dabu Lemong Boulevard Kangaria.”*Jurnal Transdisiplin Pertanian (Budidaya Tanaman, Perkebunan, Kehutanan, Peternakan, Perikanan), Sosial Dan Ekonomi* Vol. 16, No. 2 (2020).
- Hidayat, Dany. “Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat.”*Jurnal Jestt* Vol. 2, No.11 (November 2015).
- Marisi Butarbutar, Efendi, Sudung Simatupang, Novita Butarbutar, Devany Naomi, Dan Sinurat. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pininta Coffee Pematangsiantar.”*Maker : Jurnal Manajemen* Vol. 7 No 2 (Desember 2021).
- Muhammad Yasir Nasution Dan Zainuddin. “Tinjauan Fikih Ekonomi Terhadap Praktik Joki Game Online Player Unknown Battle Ground (Studi Kasus Di Desa Panyabungan Iii Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal).” *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 3, No1 (Juni 2022).
- Nur Qomariah Zulfa, Haya Zabidi, Dan Muhammad Yulian Ma'mun. “Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber

Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.”*Jurnal Of Sharia Economics (Mjse)* Vol 1, No.2 (Oktober 2021)

Tresia Monica Tinambunan Dan Chontina Siahaan. “Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar.”*Mustakallimin ; Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 5, No. 1 (Mei 2022).

### 3. Skripsi

Edo Naufal Hanif. “Analisis Sewa Joki Menaikkan Jam Tayang Youtube Dalam Grup Facebook Youtuber Pemula Indonesia Menurut Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.”*Skripsi (Semarang : Universitas Islam Negeri Semarang)*, 2021.

Farid Chairul Ikhwan. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Joki Game Mobile Legend.” Iain Ponorogo, 2019.

Husnun Azizah. “Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.”*Institut Agama Islam Negri Metro*, 2020. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2927/1/Skripsi%20azizah%20-%20perpustakaan%20iain%20metro.pdf> Diakses Pada Tanggal 14 Maret 2023.

Mahrus Ali. *Analisis Transaksi Jasa Joki Rank Mobile Legend Melalui Sosial Media Perspektif Fatwa Dsn No 62 Dsn-Mui/Xii/2007 Tentang Ju’alah*. Jember: Iain Jember, 2020.

Muhammad Ari Kuncoro. “Analisa Joki Tugas Kuliah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Di Lingkup Mahasiswa Unugiri.” Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri, 2022.

Naili Sasifiyah. “Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Kampung Youtuber Bondowoso).” Skripsi Uin Kiai Haji Achmad Siddiq, 2023.

Rifqi Ayatullah. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sewa Joki Level Game Arknights Dengan Sistem Gacha Jockey (Studi Pada Komunitas Tierblade, Kota Cimahi, Jawa Barat).” Uin Salatiga, 2021.

Salsabila Firdausi. “Penyelesaian Wanprestasi Dengan Cara Non-Litigasi Dalam Sewa Menyewa Joki Game Pubg Mobile Perspektif Hukum Islam (Studi Pada Store @Joki\_Pubgm01).” Skripsi, Uin Raden Intan Lampung, 2023.

Umami Safitri. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Jasa Pengisian Kuesioner Melalui Marketplace Shopee.” Uin Syarif Hidayatullah, 2023.

#### **4. Internet**

“Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kbbi),” T.T. [www.Google.Com/Amp/S/Kbbi.Web.Id/Joki-3.Html](http://www.Google.Com/Amp/S/Kbbi.Web.Id/Joki-3.Html).

“ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),” n.d., <https://kbbi.web.id/mekanisme>.

#### **5. Wawancara**

Arsy, Bunda, *Wawancara*, 6 April 2024.

CH, Nanazu, *Wawancara*, 10 April 2024.

Channel, Ropoppon, *Wawancara*, 8 April 2024.

Entertainment, BoloDewe, *Wawancara*, 10 April 2024.

Prabowo, Daniel, Wawancara, 6 April 2024.

Siregar, Muhammad, Wawancara, 04 April 2023.

———., Observasi, 5 April 2023.

———., Wawancara, 8 Oktober 2023.

———., Wawancara, 9 April 2024.

