

## PENGUNAAN APLIKASI TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENGHASILAN MAHASISWA BERDASARKAN AKAD JU'ALAH

**Ida Royani Pasi**

Sekolah Tinggi Hamzah Fansuri Subulussalam

sumayyahpasi@gmail.com

### *Abstract*

*This research aims to examine the practice of using the TikTok application among Hamzah Fansuri High School students in generating profits based on the Ju'alah agreement. Using the qualitative analysis method, namely conducting direct interviews with respondents to get answers to the problems studied. The number of respondents in this research were 10 active students at Hamzah Fansuri Subulussalam High School. After conducting interviews with 10 respondents, it was discovered that there was a practice of using the TikTok application to gain profits among Hamzah Fansuri Subulussalam High School students which was in accordance with the provisions of the Ju'alah agreement. Where in this TikTok application there are jail parties and ma'jul parties (TikTok perpetrators). Apart from that, in the TikTok application there is also a ju'alah work object, where the ju'alah object in the TikTok application is to download the TikTok application, invite friends (new users) and watch videos. However, there are several things that must be taken into account that a person or new user is invited voluntarily, and not under intimidation from the inviting user. Furthermore, the videos or content viewed in the TikTok application do not contain anything that violates the Sharia, such as videos that contain immoral elements, etc. that are prohibited by the Sharia.*

**Keywords:** *social media, tiktok, ju'alah*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan mengkaji praktik penggunaan aplikasi tiktok pada mahasiswa Sekolah Tinggi Hamzah Fansuri dalam menghasilkan profit berdasarkan akad Ju'alah. Dengan metode analisis kualitatif yakni melakukan wawancara langsung kepada para responden untuk mendapatkan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 10 orang mahasiswa aktif di Sekolah Tinggi Hamzah Fansuri Subulussalam. Setelah melakukan wawancara pada 10 responden diketahui bahwa terdapat praktik penggunaan aplikasi tiktok dalam memperoleh profit pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Hamzah Fansuri Subulussalam yang sudah sesuai dengan ketentuan akad Ju'alah. Dimana dalam Aplikasi Tiktok ini terdapat pihak *ja'il* dan pihak *ma'jul* (pelaku Tiktok). Selain itu dalam aplikasi Tiktok ini juga terdapat objek pekerjaan *ju'alah*, yang dimana objek *ju'alah* dalam aplikasi Tiktok adalah dengan mendownload aplikasi Tiktok, mengundang teman (pengguna baru) dan menonton video. Namun ada beberapa hal yang harus diperhatikan bahwa seseorang atau pengguna baru yang diundang dalam keadaan sukarela, kemudian juga bukan dalam intimidasi dari pengguna yang mengundang. Selanjutnya video atau konten yang dilihat dalam aplikasi Tiktok dan tidak mengandung hal yang melanggar Syari'at seperti video yang ada unsur maksiat, dan lain-lain yang sekiranya dilarang oleh Syari'at

**Kata kunci:** *media sosial, tiktok, ju'alah*

### **Pendahuluan**

Indonesia merupakan negara dengan populasi yang cukup besar di dunia dan peluang bisnis yang menjanjikan untuk dikembangkan bisnis dalam berbagai sektor. Hal ini didukung oleh sumber daya alam dan sumber daya manusia yang melimpah. Sehingga menjadi alasan pesatnya pertumbuhan berbagai industri di Indonesia. Selain dampak positif, ada juga dampak negatif dari peningkatan dampak eksternal. Pengusaha harus mengambil kesempatan ini dan memperhatikan untuk fokus mengantisipasi dampak negatif, bukan hanya keuntungan. Sebagai perusahaan publik, manajemen harus menjalankan bisnis secara etis, hasilkan keuntungan dengan cara yang etis dan patuh, bukan hanya untuk mengejar keuntungan (Kusmiarti, 2020).

Permasalahan bisnis tidak bisa dianggap enteng, karena bisnis merupakan permasalahan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, kegiatan bisnis harus dilakukan tanpa harus melihat apakah dia seorang muslim atau non-muslim. Sebagai seorang muslim, bisnis bukan lagi fenomena baru namun bisnis merupakan fenomena yang sudah lama dipraktikkan oleh suri tauladan seorang muslim, beliau adalah Nabi Muhammad SAW. Islam sendiri tidak memperbolehkan seseorang untuk bekerja sesuai keinginannya hanya untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti pemalsuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, sogok dan perbuatan sia-sia lainnya. Akan tetapi, dalam islam ada batas atau garis pemisah antara yang boleh atau tidak, yang benar dan yang salah, yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang disebut Norma. Berperilaku dalam bisnis juga tidak terlepas dari adanya nilai moral atau etika bisnis. Ini berarti bahwa orang yang terlibat dalam bisnis harus memasukkan standar moral dalam kerangka/area bisnis. Seiring berkembangnya pemahaman tentang etika bisnis, keterkaitan faktor-faktor etika dalam kehidupan bisnis sangatlah ditekankan. Disatu sisi, tujuan bisnis adalah mendapatkan profit, sedangkan prinsip moral mencegah kegiatan bisnis seperti halnya dalam penggunaan teknologi (Khairul Azmi, 2021).

Perkembangan teknologi dibidang ilmu teknologi dan informasi telah menyebabkan perubahan dan perkembangan umat manusia diberbagai aspek kehidupan. Kita telah memasuki era modren yang serba digital, dimana penggunaan internet dan perangkat smartpone dan media sosial menjadi hal yang lumrah. Selain kemudahan teknologi dan menuntut kehidupan masyarakat untuk lebih adaptif dan dinamis dalam menghadapi tantangan perubahan yang begitu

cepat. Sebagai perbandingan, perubahan hidup ibarat koin yang memiliki dua sisi kehidupan, yaitu sisi positif dan sisi negatif (Chotijah Fanaqi, 2021).

Adapun sisi positifnya salah satunya adalah perkembangan teknologi dibidang komunikasi yang tentunya semakin memudahkan penggunaannya untuk mengakses informasi. Namun jika tidak digunakan dengan baik, fitur ini bisa menjadi kendala, terutama bagi generasi muda. Sebagai bentuk kemudahan akses informasi, internet sering digunakan untuk mencari hal-hal yang dapat merusak moral dan pola pikir generasi muda. Sehingga sangat lumrah jika penggunaan teknologi ini membutuhkan kebijakan pengguna saat menggunakannya (Fanaqi, 2021).

Menurut penelitian yang dilakukan susilowati, aplikasi tiktok bisa dijadikan sebagai personal branding di instagram. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tiktok yang digunakan oleh remaja berusia 13 tahun Prabowo Mondardo di akun instagram @bowo\_allpennliebe digunakan sebagai sarana self-branding. Bowo dianggap tenar karena dipercaya memiliki pengalaman memainkan aplikasi bernama tiktok. Oleh karena itu, ia cukup populer dikalangan masyarakat, khususnya dikalangan remaja seusianya. Hal tersebut terlihat dari setiap video tiktok yang diunggah, hampir 200 ribu orang bisa menontonnya di instagram. Karena dianggap berdampak sebagai aplikasi yang merugikan dan negatif, Kementerian Komunikasi dan Informatika melarang tiktok pada tahun 2018 karena dianggap mengandung konten negatif, terutama dikalangan generasi muda dan anak-anak. Namun, setelah Kementrian Komunikasi dan Informatika RI melarang tiktok selama dua tahun, kini tiktok menjadi tren baru dan menjadi budaya yang cukup berdampak penggunaannya di indonesia. Budaya populer yang diasosiasikan dengan penggunaan tiktok adalah budaya yang dinikmati oleh banyak orang dari segala usia dan mendobrak batasan kelas sosial. Kemudahan komunikasi dan informasi sangat mempengaruhi perkembangan budaya populer yang lahir disuatu negara termasuk di Indonesia (Fanaqi, 2021).

Perkembangan zaman dan keberadaan teknologi populer di Indonesia saat ini tidak lepas dari peran anak muda yang sangat intensif dan aktif menggunakan kanal-kanal media baru seperti aplikasi tiktok dan sebagainya. Tentu saja hal ini menjadikan media baru sebagai salah satu aplikasi yang paling populer diindonesia. Selain itu, dalam kondisi pandemic covid-19, terjadi tren pertumbuhan penggunaan media sosial yang cukup tajam. Menurut hasil kajian Muchammad Banyu Tejo Sampurno "Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi Covid -19", menunjukkan bahwa budaya penggunaan media sosial di indonesia dapat dijadikan sebagai

mediator yang dapat dijadikan sebagai guru yang dapat mencerdaskan masyarakat dan mampu memberikan pelayanan yang inovatif untuk melayani dana sosial pelayanan kesehatan dengan memberikan informasi terkini perkembangan kasus covid-19 (Fanaqi, 2021).

Tiktok adalah salah satu aplikasi paling populer dan paling diminati di dunia. Tiktok memungkinkan pengguna membuat video berdurasi 15 detik dengan musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, China. ByteDance awalnya meluncurkan aplikasi berdurasi pendek bernama Douyin. Hanya dalam satu tahun, Douyin telah mencapai 100 juta pengguna dan 1 miliar penayangan video setiap hari. Karena popularitas Douyin yang tinggi telah membuatnya berkembang diluar China dengan nama Tiktok. Sensor Tower melaporkan bahwa aplikasi tersebut diunduh sebanyak 700 juta kali pada tahun 2019. Hal ini menjadikan tiktok mengungguli beberapa aplikasi milik Facebook Inc. Aplikasi ini menempati urutan kedua setelah Whatsapp dengan 1,5 miliar pengunduh (Adawiyah, 2020).

Hukum Islam sudah mengatur porsi untuk memperoleh harta yang halal serta baik. Cara memperoleh kekayaan yang di ridhoi Allah adalah dengan menjalankan akad yang sah (yang terhindar dari Maisir, Gharar dan Riba) dari aturan Allah. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ  
بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

*Yang artinya: “ Dan janganlah kamu makan harta diantara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”. (Qs. Al-Baqarah ayat 188)*

Dari ayat Al-Qur'an dan hadis diatas menganjurkan manusia untuk berusaha mencari harta dengan bekerja bahkan nabi menyampaikan penghargaan pada orang yang giat bekerja sebagai orang yang dicintai Allah. Dan orang tersebut seperti orang yang berjuang dijalan Allah.

Dalam islam, aktivitas didalam aplikasi Tiktok dapat digolongkan dalam akad ju'alah (sayembara). Jualah adalah janji atau komitmen (iltizam) untuk memberikan imbalan

(reward/iwadh/jul) tertentu atas pencapaian hasil (natijah) yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Pada akad ju'alah berlaku ketentuan shigat atau akad yang memberikan pekerjaan yang akan memberi imbalan /upah, imbalan yang diberikan wajib jelas dan tidak samar seperti koin Tiktok tadi dan disebutkan jumlahnya, kemudian Jail atau orang yang menjanjikan upah disini merupakan berasal dari pihak Tiktok, Ma'julah ialah pihak yang melaksanakan ju'alah (sayembara) yaitu pengguna Tiktok, serta pekerjaan yang ditentukan yaitu mengundang teman.

Berikut informasi yang diperoleh dari hasil survey awal yang dilakukan pada mahasiswa STIT Hafas Subulussalam terkait Praktik penggunaan aplikasi Tiktok .

Anggi jurusan Pendidikan Agama islam berpendapat bahwa *“Dalam praktik penggunaan Aplikasi TikTok ini sangatlah mudah selain sebagai aplikasi hiburan juga bisa mendapatkan penghasilan, dengan cara Uploat Video dan masukkan keranjang kuningnya sesuai dengan produk yang kerja sama dengan kita, biasanya nanti akan diundang sama Brand/atau tokonya, namun ini bisa dilakukan jika Folowernya sudah mencukupi”*.

Ilyas Jurusan Manajemen berpendapat bahwa *“Dalam Praktik Penggunaan Aplikasi TikTok ini sangatlah mudah dan berpengaruh dikehidupannya karena bisa menambah uang jajan dari hasil penjualan di aplikasi tersebut, dengan cara sewaktu kita melakukan endorse, barangnya dimasukin di etalase keranjang kuning, apa bila ada yang membeli dari video promosi kita akan dapat penghasilan dari hasil afiliasi di aplikasi tersebut”*.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas terkait aplikasi tiktok yang digunakan sebagai media melakukan transaksi ju'alah dan untuk mengetahui apakah transaksi ini mampu meningkatkan pendapatan mahasiswa, sehingga perlu dilakukan penelitian dengan judul : **“Penggunaan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Pendapatan Mahasiswa Berdasarkan Akad Ju'alah”**.

## **Kajian Teori**

Media sosial sebagai kelompok aplikasi online yang didasarkan pada fondasi ideologis dan teknologi web 2.0 dan memungkinkan pembuatan dan pertukaran yang mudah digeneralisasikan (Syahputro, 2020)

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, penghubung. Sosial berarti berhubungan dengan masyarakat atau memperhatikan kepentingan umum. Secara linguistik, media sosial dapat diartikan sebagai sarana yang mempertemukan orang-orang untuk berkomunikasi dan berbagi. Media sosial adalah suatu wadah atau tempat untuk menggunakan teknologi berbasis web untuk berinteraksi dan berbagi pengetahuan dan informasi secara cepat dengan semua pengguna internet diseluruh dunia.

Adapun Julia T Woods mengatakan dalam bukunya yang berjudul *Communication In Our Lives* bahwa Media Sosial adalah Blogs open new possibilities for interacting and building community (2009:316). Maksudnya adalah media membangun banyak sekali kemungkinan mengenai interaksi didalamnya dan juga memiliki kemampuan untuk membuat sebuah komunitas baru (Onainor, 2019).

Karjaluoto (2008:2) mengungkapkan bahwa istilah media sosial menggambarkan sebuah media sehingga para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi dan memberi kontribusi di dalam media tersebut. Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna. Sosial media dapat dirubah oleh waktu dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas (SITORUS, 2018).

Kartajaya & Vernia, menjelaskan bahwa media sosial adalah perpaduan sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (one to many) menjadi dialog (many to many) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembuka konten menjadi penerbit konten. Lebih lanjut, dapat disimpulkan bahwa media sosial telah menjadi sangat populer karena memberikan kesempatan orang-orang untuk terhubung di dunia online dalam bentuk hubungan personal, politik dan kegiatan bisnis (Harahap & Adeni, 2020).

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang dimiliki oleh media lain. Ada batasan dan karakteristik tertentu yang unik pada media sosial dibandingkan dengan media lainnya. Ciri-ciri media sosial adalah :

## 1. Jaringan (network)

Media sosial memiliki karakter jejaring sosial. Media sosial muncul dari struktur sosial yang terbentuk pada jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antara pengguna (user) adalah jaringan yang secara teknis dimediasi oleh perangkat teknis seperti computer, telepon seluler dan tablet. Jaringan yang berkembang diantara para pengguna ini pada akhirnya akan membentuk sebuah komunitas, misalnya facebook, twitter dan sebagainya.

## 2. Pengertian TikTok

TikTok adalah aplikasi platform sosial untuk video pendek yang didukung oleh musik, mulai dari video dance, video freestyle atau sebatas video editing saja. Pembuat konten memiliki kebebasan untuk berimajinasi dan mengekspresikan diri mereka dengan cara yang paling menyenangkan karena platform ini untuk orang-orang kreatif (Onainor, 2019).

Aplikasi tiktok adalah jejaring sosial tiongkok dan platform video musik yang diluncurkan pada september 2016. Aplikasi ini memungkinkan pengguna membuat video musik pendek. Pada kuartal pertama (Q1) tahun 2018, tiktok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh dengan 45,8 juta unduhan. Angka ini berhasil mengalahkan beberapa aplikasi populer lainnya seperti YouTube, Whatsapp, Facebook Messenger dan instagram. Sebagian besar pengguna aplikasi tiktok di Indonesia adalah anak sekolah dan generasi milenial atau dikenal dengan Generasi Z (Bulele & Wibowo, 2020).

TikTok adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna membuat video berdurasi 15-60 detik dengan berbagai fitur seperti musik, stiker filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya (Wahyu Setiawan & Ariani, 2022).

Menurut Mulyana ada dua komponen dalam penggunaan tiktok internal dan eksternal. Internal termasuk perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, kondisi fisik, nilai dan kebutuhan dan minat. Faktor eksternal termasuk latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran dan keberlawanan serta hal-hal baru dan familiar (Bohang, 2018).

### a. Faktor Internal

Faktor internal, yang berhati hal-hal yang datang dari dalam diri seseorang, seperti perasaan mereka, Ahmadi (2009:101) menyatakan bahwa perasaan adalah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang dialami dengan senang atau tidak senang dalam

hubungan dengan peristiwa yang mengenal dan bersifat subjektif. Oleh karena itu, menurut ahmadi, jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi tiktok maka seseorang tidak akan menggunakannya.

b. Faktor Eksternal

Dalam aplikasi tiktok, masyarakat menerima informasi melalui berbagi video, seperti kejadian berbasis video seperti kapal yang tenggelam, atau format rekaman lainnya, sehingga informasi kejadian dengan cepat dibagikan kepada pengguna lain. Nasrullah menyampaikan bahwa pengetahuan menjadi identitas media sosial, karena media sosial menciptakan representasi identitasnya, memproduksi konten dan berkomunikasi berdasarkan pengetahuan, maka pengetahuan merupakan hal yang sangat mempengaruhi penggunaan aplikasi tiktok

Berdasarkan rukun dan syarat ju'alah, pendapatan dari aplikasi snack video masuk ke aqidain, pihak snack video sebagai Ja'il (sebagai pembayar dan pengalokasi untuk pekerjaan yang dilakukan) pengguna aplikasi snack video sebagai maj'ul lah (penerima imbalan atas hasil pelaksanaan pekerjaan). Disisi lain, untuk objek Mahal al-aqd atau objek ju'alah pada aplikasi snack video memiliki tugas yang di kontrol oleh snack video yaitu menonton video, memeriksa tugas dan mengundang teman, memeriksa tugas dan mengundang teman.

Faktanya pengguna telah menemukan video tarian wanita berpakaian minim. Tugas ini bertentangan dengan syarat dan rukun ju'alah karena dalam akad ju'alah, mahal al-aqd harus merupakan suatu pekerjaan yang tidak diharamkan. Adapun menonton video yang mengandung aurat tidak diperbolehkan dalam islam karena aurat tidak dapat diperlihatkan kepada semua orang, sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.s An-Nur ayat 31:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا....”

*Artinya: “Dan katakanlah kepada para perempuan yang beriman, agar mereka menjaga pandangannya, dan memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya) kecuali yang (biasa) terlihat...”*

Menurut firman Allah SWT, menonton video yang memperlihatkan aurat tidak boleh apalagi uang yang diperoleh dari tugas menonton video tersebut tidak diperbolehkan. Karena menonton video tersebut lebih banyak mendatangkan mudharat dibanding dengan manfaat dengan



mempertimbangkan natijah, yaitu hasil pekerjaan yang harus bermanfaat (Raudatunnisa et al., 2021)

#### Indikator Penggunaan Media Sosial

##### 1. Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu faktor ekonomi yang terpenting yang dapat meningkatkan taraf hidup banyak orang melalui produksi barang dan jasa. Besarnya pendapatan seseorang dapat dipengaruhi oleh jenis pekerjaan, jam kerja dan tingkat pendidikan seseorang. Pendapatan mengacu pada segala sesuatu yang diperoleh dari hasil usaha baik berupa uang maupun barang (Azzochrah et al., 2019)

Pendapatan menurut Baroroh (2019) merupakan seluruh hasil yang di terima seseorang atau individu baik berupa uang maupun barang dari hasil pekerjaan dalam bidang jasa atau produksi, yang di peroleh setiap harian, mingguan, atau bulanan sesuai dengan kontrak kerja awal (Maryawan, 2021).

Ikatan Akuntan Indonesia (2019:22) mengungkapkan dalam Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) mendefinisikan Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa (Lestari, 2021)..

Berdasarkan berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah kontribusi yang diterima dari jasa yang diberikan oleh perusahaan, yang dapat berupa penjualan produk/jasa yang diperoleh dalam kegiatan perusahaan kepada pelanggan dengan tujuan untuk meningkatkan penurunan liabilitas yang timbul dalam penyerahan barang dan jasa (Lestari, 2021).

##### 2. Ju'alah

#### Pengertian Akad Ju'alah

*Ju'alah* menurut Ibn Rusyd adalah pemberian upah (hadiah) atas sesuatu manfaat yang diduga akan terwujud, seperti mempersyaratkan kesembuhan dari seorang dokter, atau kemahiran dari seorang guru, satau pencari/menemukan hamba yang lari (Arif, 2019).

Imam Syamsyuddin Muhammad Ibnu al Khatib Asy Syarbini yang diikuti oleh Wahbah al Zuhaili dalam kitabnya mendefinisikan *al-Ju'alah* dengan ungkapan bahwa, al-Ju'alah merupakan suatu kelaziman (tanggung jawab) memberikan imbalan yang disepakati atas suatu pekerjaan tertentu atau pekerjaan yang belum pasti bisa dilaksanakan (Arifah Hilmi, 2021).

Menurut Abd. Rahman al-Jaziri, yang dimaksud *ju'alah* (pemberian upah) adalah pemberian seseorang atau menyebutkan hadiah dalam jumlah tertentu kepada orang yang mengerjakan perbuatan khusus, diketahui atau tidak diketahui (Afriani, 2018). Dasar Hukum Akad Ju'alah

a. Q.s. Yusuf ayat 72

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدُونِ ۗ وَأَنْتُمْ بِاللَّهِ عَدُوٌّ كَرِيمٌ

*Artinya* : “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (Q.S Al-Maidah Ayat 2)

Ayat diatas menjelaskan tentang jualah bahwa seorang mukmin harus memenuhi akad atau perjanjian kontrak yang didalamnya disepakati dengan syarat-syarat tidak bersepakat dalam suatu perbuatan dosa (Ifyan, 2022).

b. Rukun Dan Syarat Akad Ju'alah

Adapun rukun pengupahan (ju'alah) adalah sebagai berikut:

- 1) Shighat (akad), hal ini mengandung arti izin kepada seseorang yang akan bekerja dan tidak ditentukan waktunya. Jika mengerjakan jualah tanpa seizin orang yang menyuruh (punya barang) maka baginya tidak berhak memperoleh imbalan jika barang itu ditemukan.
- 2) Ada 2 orang yang berakad dalam ju'alah yaitu :  
Ja'il yaitu orang yang mengadakan kompetisi, disyaratkan bagi ja'il itu orang yang mukallaf dalam arti baligh, berakal, dan cerdas. 'Amil adalah orang yang melakukan kompetisi, tidak disyaratkan 'amil itu orang-orang tertentu (bebas). Orang yang menjanjikan memberikan imbalan, dapat berupa orang yang kehilangan barang atau orang lain.
- 3) Objek akad yakni pekerjaan (sesuatu yang disyaratkan oleh orang yang memiliki harta dalam kompetisi tersebut). Upah harus jelas, telah ditentukan dan diketahui oleh seseorang sebelum melaksanakan pekerjaan atau menemukan barang (Afriani, 2018).

Adapun syaratnya adalah sebagai berikut :

- 1) Pihak-pihak yang berju'alah wajib memiliki kecakapan bermu'amalah (ahliyahal-tasharruf), yaitu berakal, baligh, dan rasyid (tidak sedang dalam perwalian). Jadi ji'alah tidak sah dilakukan

oleh orang gila atau anak kecil.

- 2) Upah (ja'il) yang dijanjikan harus disebutkan secara jelas jumlahnya. Jika upahnya tidak jelas, maka akad ji'alah batal adanya, karena ketidak pastian maka ia berhak mendapatkan baju. Selain itu, upah yang diperjanjikan itu bukanlah barang haram, seperti minuman keras.
- 3) Aktivitas yang akan diberi kompensasi wajib aktivitas yang mubah, bukan yang haram dan diperbolehkan secara syar'i. Tidak diperbolehkan menyewa tenaga paranormal untuk mengeluarkan jin, praktek sihir, atau praktek haram lainnya. Kaidahnya adalah, setiap asset yang boleh dijadikan sebagai obyek transaksi dalam akad ju'alah.
- 4) Kompensasi (materi) yang diberikan harus jelas diketahui jenis dan jumlahnya (ma'lum), di samping tentunya harus halal.

### Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode deskriptif kualitatif dapat diartikan sebagai algoritma pemecahan masalah yang diselidiki dan akan menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subyek) penelitian. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk melihat studi kasus (*case study*) (Patel & Goyena, 2019).

Adapun nama-nama kriteria dan jumlah pengguna media sosial tiktok yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. 1**  
**Daftar Nama Dan Kriteria Responden**

| No | Nama  | Kriteria Media Sosial | Jumlah |
|----|-------|-----------------------|--------|
| 1  | Anggi | TikTok                | 10     |
| 2  | Ilyas |                       |        |
| 3  | Amel  |                       |        |
| 4  | Yuli  |                       |        |
| 5  | Mita  |                       |        |
| 6  | Mey   |                       |        |

- 7 Audah
- 8 Lelita
- 9 Azrina
- 10 Gusnanda

---

Sumber: Data Dari Penelitian Lapangan

### **Sumber Data**

Sumber data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung (tangan pertama) oleh peneliti, sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber yang ada (Yuniati, 2021).

#### 1. Data Primer

Menurut Husein Umar (2013:42) data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara dilakukan oleh peneliti. Dimana data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara yang diajukan kepada Mahasiswa STIT HAFAS Subulussalm terkait praktek penggunaan aplikasi tiktok.

#### 2. Data Sekunder

Menurut Nur Indrianto dan Bambang Supomo (2013:143) data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain)". Maka data skunder dalam penelitian ini adalah berupa kajian terhadap pendapatan yang dihasilkan mahasiswa STIT HAFAS Subulussalam yang di peroleh dari penelitian terdahulu yang bersumber dari karya ilmiah dan artikel.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Arikunto, (2006 : 221) data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan berbagai aneka cara yang disesuaikan dengan berita yang diinginkan dilakukan dengan (Patel & Goyena, 2019).

#### 1. Observasi

Observasi juga disebut sebagai pengamatan yang merupakan proses memusatkan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Oleh karena itu, observasi dapat dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Pada

penelitian ini peneliti melakukan observasi pada Feb Universitas Malikussaleh.

## 2. Wawancara ( Interview)

Wawancara adalah jenis percakapan yang dilakukan dengan tujuan tertentu dan dilakukan oleh dua pihak, yang dimana ada pihak pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan, dan orang yang diwawancarai (interview) yang memberikan jawaban. Peneliti melakukan wawancara awal dengan mahasiswa STIT HAFAS Subulussam tentang praktik atau penggunaan aplikasi tiktok.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sistem wawancara terstruktur, dimana peneliti menyiapkan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden dan juga wawancara yang dilakukan yaitu dengan metode tatap muka, yang tujuannya adalah untuk lebih mengenal responden dan peneliti agar informasi yang diterima lebih lengkap, sehingga responden tidak menyembunyikan informasi apapun.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mempelajari dan menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, jurnal, dokumen peraturan-peraturan, foto, notulen rapat, catatan harian dan lain-lain.

## **Teknik Analisis Data**

Menurut (Moleong, 2002: 103) analisis data adalah proses perorganisasian dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Adapun teknik analisis data adalah sebagai berikut: (Patel & Goyena, 2019b).

### a. Pengumpulan Data

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang didasarkan pada informasi deskriptif tentang keadaan, kondisi, sikap, hubungan atau sistem pemikiran dari masalah yang diteliti. Setelah mendapatkan data yang diperoleh dalam penelitian ini, langkah selanjutnya adalah mengolah data yang terkumpul dengan cara menganalisis data, mendeskripsikan data dan menarik kesimpulan. Analisis data ini menggunakan teknik analisis data kualitatif, karena data yang diperoleh bersifat inferensial. Proses analisis data diawali dengan pemeriksaan terhadap semua informasi yang tersedia dari berbagai sumber yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

b. Reduksi Data

Informasi yang diperoleh dari lapangan dituangkan dalam bentuk laporan atau uraian yang terperinci, setelah itu disederhanakan dan difokuskan pada isu-isu penting dan diklasifikasikan menurut prioritas penelitian dilapangan. Informasi yang diterima sangat banyak, sehingga harus ditinjau dan ditentukan sesuai dengan topik penelitian.

Dalam reduksi data, peneliti membuat seleksi, ringkasan atau deskripsi singkat, mengklasifikasikan materi kedalam sampel penelitian, memfokuskan pada data yang diperlukan, dan kemudian membuat informasi yang tidak perlu. Reduksi data merupakan proses berkelanjutan dalam penelitian kualitatif dan merupakan bagian dari analisis

c. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menampilkan data (menyajikan data). Miles dan Huberman (Sugiyono, 2009:341) menyatakan bahwa penelitian kualitatif paling sering menggunakan teks naratif untuk menyajikan informasi.

Dengan menunjukkan data, maka akan lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selama penelitian, bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik adalah alat kunci untuk analisis kualitatif yang tepat.

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan akhir dari reduksi data dan penyajian hasil. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan yang telah ada dapat ditarik kesimpulan dengan mempertimbangkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi berupa data-data awal yang belum siap digunakan dalam analisis, setelah ada data tersebut dieeduksi dan disajikan. Penarikan kesimpulan juga merupakan langkah untuk mengumpulkan informasi berupa kesimpulan, sehingga peneliti dapat data apa yang telah diperolehnya dan dapat mendukung penelitiannya serta menjawab permasalahan yang disampaikan pada tahap pendahuluan.

## **Hasil dan Pembahasan**

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Aktif STIT HAFAS Subulussalam tahun 2020-2023. Dalam penelitian ini terdapat 10 (sepuluh) orang responden yang

melakukan transaksi akad ju'alah yang menggunakan aplikasi tiktok yang sangat mempengaruhi pendapatan dari penggunaan aplikasi tersebut.

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara langsung kepada Mahasiswa STIT HAFAS Subulussalam yang menggunakan aplikasi tiktok. Dalam penelitian ini memiliki 10 pertanyaan dalam mengukur 4 (Empat) variabel.\

Media sosial merupakan sebuah platform dengan konten informasi yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama khalayak umum. Saat ini, praktik pemasaran melalui media sosial telah berkembang bahkan dipilih menjadi salah satu marketing channel untuk mempromosikan merek dan brand suatu perusahaan. Adapun yang dimaksud dengan tiktok adalah sebuah aplikasi platform social video pendek yang didukung dengan musik, mulai dari video tarian, gaya bebas atau hanya sebatas video-video editing, selain itu para kreator bebas berimajinasi dan menyatakan ekspresi mereka selucu mungkin karena memang platform ini disediakan untuk orang-orang yang kreatif. Adapun praktik penggunaan aplikasi tiktok dikalangan mahasiswa STIT HAFAS Subulussalam merupakan dimana mereka menggunakan aplikasi tersebut sebagai wasilah untuk mendapatkan penghasilan dengan mengikuti syarat dan ketentuan yang telah ditentukan oleh pihak aplikasi, baik dengan cara memposting video, berjualan ataupun hanya sekedar menonton video yang terdapat dalam aplikasi tersebut.

Adapun hasil yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan kepada para responden terkait praktik penggunaan aplikasi tiktok dan snack video dikalangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis adalah sebagai berikut:

Anggi Jurusan Pendidikan Agama Islam berpendapat bahwa “*Dalam praktek penggunaan aplikasi tiktok ini sangatlah mudah langkah yang harus dilakukan pertama kali adalah mendownload aplikasi Tiktok dan mendaftarkan akun tiktok kita, setelah itu kita bisa memulai bekerja melalui aplikasi tiktok ini bisa dengan cara menonton video, atau seketika kita melakukan endorse, barangnya kita masukkan kekeranjang kuning, apabila ada yang membeli dari video promosi yang kita posting kita akan dapat penghasilan dari hasil afiliasi di aplikasi tersebut*”.

Ilyas Pendidikan Manajemen berpendapat bahwa “*Dalam praktek penggunaan aplikasi tiktok ini sangatlah mudah dengan cara kita menjual barang dari tangan pertama atau disebut*

*produsen, jadi setiap barang yang terjual kita akan dapat kompensasi tergantung persennanya dari pemilik produk tersebut. Namun sebelum itu kita harus mendaftarkan akun atau memenuhi syarat dan ketentuan yang telah dibuat oleh pihak aplikasi tersebut agar bisa mendapat penghasilan dari aplikasi tersebut”.*

**Tabel 3. 1**

**Praktik Penggunaan Aplikasi Tiktok**

| No | Jenis Aplikasi | Jenis–Jenis Praktik Peggungan Aplikasi Tiktok   |
|----|----------------|---|
| 1  | TikTok         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● harus mendaftarkan akun tiktok terlebih dahulu</li> <li>● Jika melakukan endorse barangnya dimasukan dietalase keranjang kuning dan bisa juga dengan cara upload video serta menonton video yang terdapat pada beranda aplikasi tiktok</li> <li>● Harus mendaftarkan akun tiktok dengan syarat harus mempunyai followers diatas 3000</li> <li>● Daftar affiliates tiktok terlebih dahulu agar dapat mempromosikan barang</li> <li>● Kita harus membuat konten yang positif agar tidak diberi peringatan</li> <li>● Misi mengundang teman sebanyak-banyaknya Dengan member kode referral yang kita punya</li> </ul> |

Sumber : Olahan Data Primer

**Penggunaan Aplikasi Tiktok dalam Meningkatkan Pendapatan Mahasiswa Berdasarkan Akad Ju’alah Di STIT HAFAS Subulussalam**

Akad merupakan perjanjian yang terjadi antara dua pihak atau lebih atas suatu kepentingan tertentu dan komitmen untuk saling bertanggung jawab atas apa yang telah disepakati oleh masing-masing pihak. Akad ini berfungsi sebagai komponen penting dalam bermuamalah dan dalam sebuah akad juga dapat diketahui maksud/tujuan utama dari sebuah transaksi muamalah. Akad ju’alah merupakan akad sayembara dimana seseorang diperintahkan untuk melaksanakan suatu



pekerjaan yang kemudian setelah berhasil untuk melaksanakan pekerjaan tersebut maka akan mendapat imbalan (reward) yang telah dijanjikan.

Dari hasil wawancara yang didapatkan dari narasumber juga dapat disimpulkan bahwa akad atau jenis transaksi yang digunakan dalam aplikasi tiktok ini adalah akad Ju'alah karena sesuai dengan teori dari Sayyid sabiq yang mendefinisikan Ju'alah adalah "*Al Ju'alah*" adalah akad atas suatu manfaat yang diperkirakan akan mendapatkan imbalan sebagaimana yang dijanjikan atas suatu pekerja. Dalam sebuah akad terdapat ketentuan- ketentuan yang harus dipenuhi yang jika dilanggar maka akad tersebut akan menjadi tidak sah. Begitu juga dalam akad Ju'alah ada rukun dan syarat-syarat yang harus dipenuhi yang apabila dilanggar atau tidak terpenuhi dari ketentuan-ketentuan tersebut maka tidak sah pula akad Ju'alahnya.

Seperti yang kita ketahui bahwasanya setiap aplikasi yang ditawarkan di media sosial ada unsur yang tidak baik didalamnya seperti iklan yang terdapat pada aplikasi yang kita gunakan seperti tiktok yang tidak menutup kemungkinan sering menampilkan iklan yang menampakkan aurat wanita sehingga pendapatan yang kita dapatkan dari penggunaan aplikasi tersebut tidaklah baik/halal untuk kita gunakan. Oleh karena itu kita harus bisa memblokir atau menghilangkan iklan tersebut dengan bergabung dalam google adsense.

Adapun penggunaan aplikasi tiktok terhadap pendapatan mahasiswa berdasarkan akad ju'alah sebagaimana yang telah diperoleh dari praktek penggunaan aplikasi tiktok, maka berikut diperoleh informasi terkait penggunaan aplikasi tiktok terhadap pendapatan mahasiswa berdasarkan akad ju'alah :

Pernyataan Anggi terkait pendapatan yang dihasilkan dari penggunaan aplikasi tiktok ternyata alasannya menggunakan aplikasi tiktok *selain sebagai aplikasi hiburan juga digunakan untuk mendapatkan penghasilan tanpa bersusah payah bekerja diluar sana. Aplikasi ini juga bisa menambah wawasan dan pengetahuan karena kualitas informasi yang diberikan baik, akan tetapi kita sebagai pengguna harus bijak dalam mencerna informasi karena bisa juga didalamnya informasi hoax. Aplikasi ini juga tidak menutup kemungkinan dapat menyebabkan pro kontra, sebab sering terjadi salah faham dengan penulisan pesan sehingga terjadinya perpecahan. aplikasi ini juga sangat membawa pengaruh buruk bagi penggunanya yang tidak pandai memilih dan memilah aplikasi. Selain itu anggi juga mengatakan selama 2 (dua) tahun menggunakan*

*tiktok dia sudah bisa meraih pendapatan 100.000-300.000/bulannya, dengan pendapatan tersebut sudah bisa menanggung kebutuhan untuk sebagai uang jajan tambahan”.*

Ilyas jurusan Manajemen terkait pendapatan yang dihasilkan dari penggunaan aplikasi tiktok ternyata alasannya menggunakan aplikasi tiktok ini *selain memudahkan kita dalam mengakses informasi cepat dan tepat tanpa harus terjun ketempat kejadian, selain itu aplikasi ini juga bisa digunakan untuk mendapatkan pendapatan dengan mengikuti syarat dan ketentuan yang telah ditentukan. kualitas informasi yang diberikan juga lumayan bagus namun kita harus pintar dalam memilah informasi karena bisa saja informasi itu cepat kita dapat tapi belum tentu benar. Ilyas juga mengatakan Aplikasi ini juga dapat memberi pengaruh buruk bagi penggunanya karena tidak menutup kemungkinan banyak pengguna yang dapat menyalahgunakan fungsi aplikasi tersebut sebab hampir setiap kalangan sudah menggunakannya. Adapun pendapatan yang dihasilkan Ilyas dalam penggunaan tiktok selama 2 tahun sudah menghasilkan pendapatan sebanyak 100.000-200.000/bulannya”.*

## **Kesimpulan**

Berdasarkan beberapa uraian yang telah dipaparkan pada penulisan skripsi ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Cara praktik penggunaan Aplikasi Tiktok yang digunakan mahasiswa STIT HAFAS Subulussalam, dalam aplikasi Tiktok ini yakni memerintahkan seseorang untuk melakukan sesuatu pekerjaan kemudian jika berhasil akan mendapat imbalan. Hal ini dapat ditemukan dalam aplikasi Tiktok dimana pengguna diperintahkan untuk melakukan sesuatu diantaranya mendownload aplikasi, mengundang teman/pengguna baru atau menonton video selama beberapa menit kemudian setelah berhasil melakukan sesuai perintah yang diberikan barulah akan mendapat imbalan atas apa yang telah dilakukan.
2. Penggunaan akad *Ju'alah* dalam aplikasi Tiktok pada Mahasiswa STIT HAFAS Subulussalam sebenarnya sudah sesuai dengan ketentuan akad *Ju'alah* dimana dalam Aplikasi Tiktok ini terdapat pihak *Ja'il* (developer Tiktok) dan pihak *Ma'jul lah* (pengguna Tiktok). Selain itu dalam aplikasi Tiktok ini juga terdapat objek pekerjaan *Ju'alah*, yang dimana objek *Ju'alah* dalam aplikasi Tiktok adalah dengan mendownload

aplikasi Tiktok, mengundang teman (pengguna baru) dan menonton video. Namun ada beberapa hal yang harus diperhatikan bahwa seseorang atau pengguna baru yang diundang tidak dalam keadaan terpaksa kemudian juga bukan dalam ancaman dari pengguna yang mengundang. Selanjutnya video atau konten yang dilihat dalam aplikasi Tiktok tidak boleh mengandung hal yang melanggar Syari'at seperti video yang ada unsur maksiat dan lain-lain yang sekiranya dilarang oleh Syari'at.

## Referensi

- Afriani, A. (2018). Implementasi Akad Ju'Alah Dalam Lembaga Keuangan Syariah. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 2(2), 59–63. <https://doi.org/10.37726/ee.v2i2.54>
- Aldila Safitri, A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui Tiktok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>
- Arif, M. S. (2019). Ju ' Alah Dalam Pandangan Islam. *Siyasah: Jurnal Hukum*, 2(Desember), 26.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Bohang, F. K. (2018). Membandingkan Kesetiaan Pengguna Android dan iOS - Kompas.com. *Kompas.Com*, 2018, 5. <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/11/11370017/membandingkan-kesetiaan-pengguna-android-dan-ios>
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference on Business, Social Science and Innovation Technology, Vol 1*(No 1), 565–572. <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>
- Chotijah Fanaqi. (2021). Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Dakwah*, 22(1), 105–130.
- Dasmasele, V. B., & Tunjungsari, H. K. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Pengusaha Wanita. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 864. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13218>
- DSN-MUI. (2007). *Akad Ju'alah*. 51.
- Engel. (2014). Ekonomi Koperasi Syariah. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 25, 17–44.

- Rahmawati, A. S., & Dewi, R. P. (2020). View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk. *PENGARUH PENGGUNAAN PASTA LABU KUNING (Cucurbita Moschata) UNTUK SUBSTITUSI TEPUNG TERIGU DENGAN PENAMBAHAN TEPUNG ANGKAK DALAM PEMBUATAN MIE KERING*, 3, 274–282.
- Raudatunnisa, R., Nashrulloh Kartika MR, G., & Hani, U. (2021). Aplikasi Snack Video dalam Perspektif Hukum Islam. *Transformatif*, 5(2), 191–210. <https://doi.org/10.23971/tf.v5i2.3244>
- Setiawati, M., Aida, W., & Aini, Y. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat beli Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian). *Artikel Ilmiah*, 1–13.
- Sumiati, & Nuraeni, N. (2022). Akad Ijarah dan Jualah Dalam Perspektif Fiqh Perbandingan Pada Kegiatan Bank Syariah di Indonesia. *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4, 185–197.
- Yuniati, U. (2021). Metode Penulisan Laporan KKP. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.