

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP
SISTEM BISNIS PERIKLANAN PADA APLIKASI VTUBE
(Studi Kasus Para Pengguna VTube di Kabupaten Banyumas)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum (S.H)**

Oleh

**ANNIS FIKRI ARDILLAH
NIM. 1717301054**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP SISTEM BISNIS
PERIKLANAN PADA APLIKASI VTUBE (Studi Kasus Para Pengguna VTube
di Kabupaten Banyumas)**

Annis Fikri Ardillah

NIM. 1717301054

**Fakultas Syariah, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
Universitas Negeri Islam (UIN) Prof. K.H. Syaifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRAK

Dalam kegiatan berbisnis kita tidak dapat lepas dari suatu bentuk transaksi, adapun transaksi tersebut diantaranya *ijārah* dan jual beli (*Bāi'*). Salah satu bentuk *ijārah* adalah praktik dimana perusahaan VTube menyewakan jasanya dengan cara menonton iklan sebanyak 10 kali perhari. Pembayaran upah diberikan setelah menyelesaikan misi menonton iklan. Sedangkan dalam akad jual beli (*Bāi'*) VP pada aplikasi VTube terjadi pada saat pihak pengguna aplikasi dan Perusahaan saling menjual dan membeli VP di *Exchange Counter* (tempat jual beli VP), kemudian VP tersebut dapat ditukarkan menjadi uang, ketika telah transaksi jual beli VP. Diberikannya uang dari hasil jual beli VP antara pengguna aplikasi dan perusahaan VTube itu melalui transfer di ATM Bank masing-masing setiap member VTube.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat kualitatif deskriptif, dengan mengambil lokasi penelitian di Kabupaten Banyumas. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara secara daring melalui pengisian kuisisioner di *google forms*, dan dokumentasi yang berupa hasil kuisisioner. Analisis data dilakukan dengan pendekatan normatif-empiris hukum ekonomi syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik akad jual beli (*Bai'*) *View Poin* termasuk jenis jual beli pada umumnya. Namun praktik jual beli *View Poin* pada aplikasi VTube tidak sah, karena *View Poin* (VP) tersebut tidak bisa dijadikan objek transaksi *muāwadah* yang memenuhi syarat-syarat jual beli. Sebab, *View Poin* termasuk ke dalam kategori barang *ma'dum* (fiktif) seolah ada, tetapi nyatanya tidak ada. Dengan memperhatikan norma-norma hukum ekonomi syariah yang berlaku, maka praktik sistem bisnis periklanan pada aplikasi VTube di Kabupaten Banyumas merupakan praktik sistem bisnis yang diharamkan.

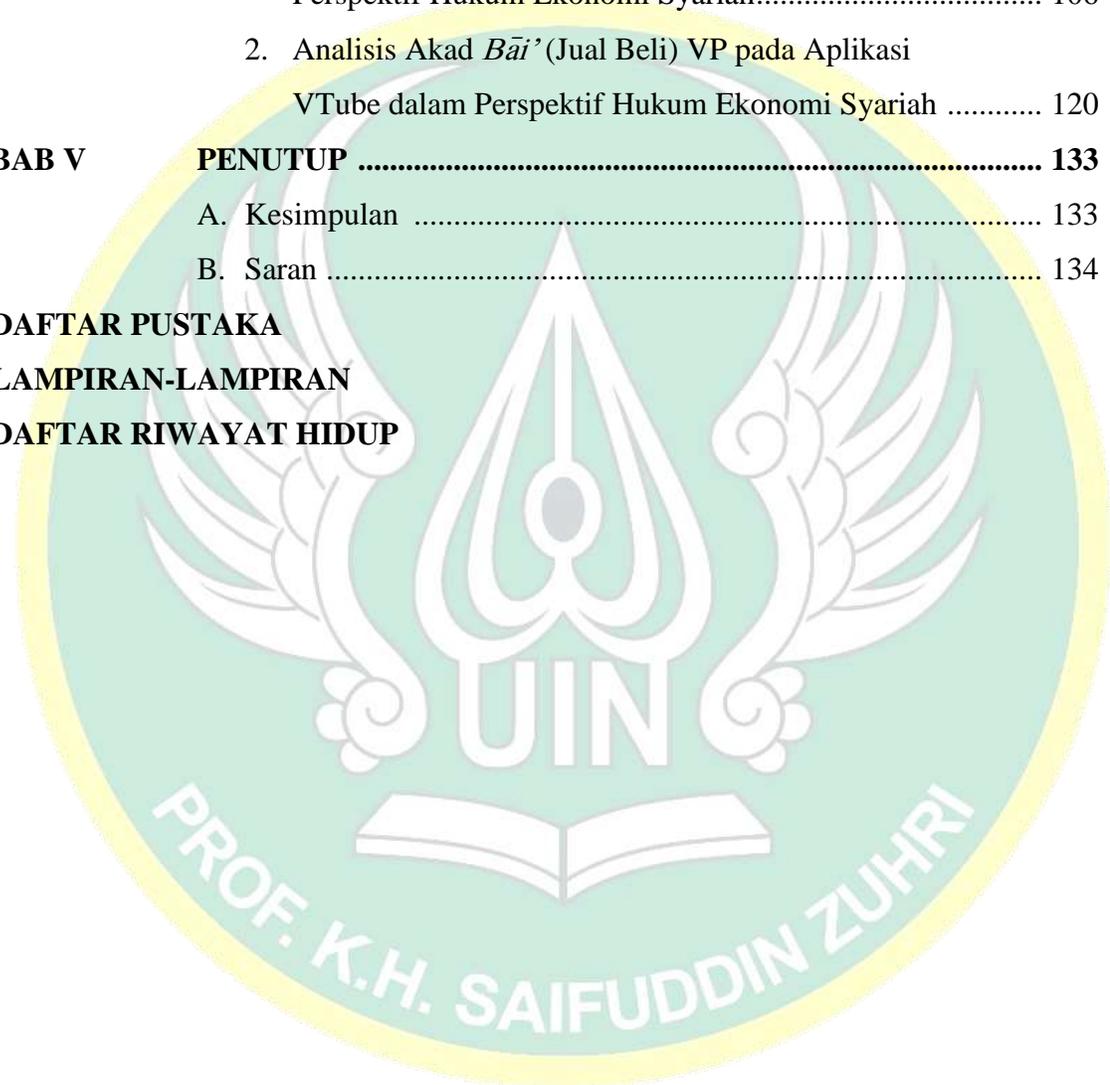
Kata Kunci: Hukum Ekonomi Syariah, *Ijārah*, Sistem Bisnis VTube, Jual Beli VP.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	xi
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR SINGKATAN	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxvi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	8
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
E. Kajian Pustaka	13
F. Sistematika Pembahasan	17
BAB II	
LANDASAN TEORI	20
A. <i>Ijārah</i>	20
1. Definisi <i>Ijārah</i>	20
2. Hukum <i>Ijārah</i> dan Dasar Hukumnya	23
3. Rukun dan Syarat-syarat <i>Ijārah</i>	27

	4. Jenis-jenis <i>Ijārah</i>	33
	5. Sifat dan Hukum <i>Ijārah</i>	35
	6. Pembatalan dan Berakhirnya <i>Ijārah</i>	36
	B. <i>Bāi'</i> (Jual Beli)	38
	1. Definisi Jual Beli	38
	2. Dasar Hukum Jual Beli	39
	3. Rukun dan Syarat Jual Beli	42
	4. Jenis-jenis Jual Beli	47
	5. Jual Beli yang Dilarang dan Jual Beli yang Diperbolehkan dalam Islam	50
BAB III	METODE PENELITIAN	58
	A. Jenis Penelitian	58
	B. Sifat Penelitian	59
	C. Sumber Data	60
	D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	63
	E. Analisis Data	66
BAB IV	TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP SISTEM BISNIS PERIKLANAN PADA APLIKASI VTUBE.....	68
	A. Tentang VTube	68
	1. Gambaran Umum VTube	68
	2. Mekanisme Kerja Bisnis Periklanan VTube	73
	3. Sistem Transaksi Jual Beli VP (<i>View Poin</i>) VTube di <i>Exchange Counter</i>	85
	B. Data Mengenai Para Pengguna Aplikasi VTube di Kabupaten Banyumas	97
	C. Praktik <i>Ijārah</i> dan Jual Beli (<i>Bāi'</i>) dalam Sistem Bisnis Periklanan pada Aplikasi VTube	

	di Kabupaten Banyumas	98
D.	Analisis Praktik Sistem Bisnis Periklanan pada Aplikasi VTube dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah ...	106
1.	Analisis Akad <i>Ijārah</i> pada Aplikasi VTube dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.....	106
2.	Analisis Akad <i>Bāi'</i> (Jual Beli) VP pada Aplikasi VTube dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah	120
BAB V	PENUTUP	133
A.	Kesimpulan	133
B.	Saran	134
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan di zaman digital yang serba canggih, dimana kita mampu berkomunikasi dengan cukup menekan klik pada perangkat elektronik tersebut tanpa harus bertatap muka secara langsung di suatu tempat. Pentingnya memperoleh data secara efektif dan cepat merupakan salah satu alasan seseorang lebih memanfaatkan teknologi informasi yang dapat diakses sebagai sarana berkomunikasi, salah satunya adalah internet. Seiring dengan perkembangan zaman dan populasi manusia yang terus bertambah, internet tidak hanya digunakan sebagai sarana berkomunikasi maupun pertukaran informasi saja.

Perkembangan teknologi informasi tampaknya sudah membagikan ruangan kreatif baru untuk peningkatan usaha untuk memperoleh keuntungan (profit). Berbagai model usaha online telah ditumbuhkan, awal dari yang membutuhkan modal besar hingga yang bermodal Rp. 0, ataupun dengan ungkapan lain, tidak ada pembayaran. Kondisi pasar sekarang ini telah membawa pengaruh terhadap strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan dalam menawarkan dan memasarkan produk mereka. Dengan pesatnya dunia bisnis dan usaha, periklanan dapat menjadi salah satu alternatif usaha, karena hampir semua perusahaan membutuhkan jasa periklanan. Sebuah iklan ditunjukkan untuk dapat

mempengaruhi perasaan, pengetahuan, kepercayaan, sikap, dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merk. Tujuan ini berupaya untuk mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, meskipun tidak secara langsung berdampak pada pembelian.¹

Iklan adalah cara dalam membantu pemasaran secara efektif dalam mengatur komunikasi antara organisasi dan pembeli seperti upaya organisasi dalam menghadapi persaingan pasar. Pemasaran yang efektif menggunakan iklan pada dasarnya adalah apa arti komunikasi yang disampaikan untuk reaksi yang ditangkap oleh pembeli. Saat ini, dengan inovasi data modern, mendorong keterbukaan memiliki banyak komponen yang dapat menopangnya, sehingga dapat menunjukkan jenis iklan sedemikian rupa. Perkembangan perekonomian yang pesat telah menghasilkan berbagai jenis dan variasi dari masing-masing jenis barang atau jasa yang dapat dikonsumsi. Barang atau jasa tersebut pada umumnya merupakan barang atau jasa yang sejenis maupun yang bersifat komplementer satu terhadap yang lainnya.² Pemanfaatan media berbasis web dalam media iklan menguntungkan pembeli dalam mendapatkan informasi periklanan disebabkan minimnya biaya dalam mengakses media berbasis web dan kecepatan dalam menyampaikan informasi, menjadikan media online sangat

¹ Harun Bahtiar dan Siti Sholihah, "Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Bisnis Periklanan AdSenseCamp Pada Website", *Suhuf*, vol. 27, no. 2, November 2015, 146-147.

² Mabarroh Azizah, "Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia", *Volkgeist: Jurnal Ilmu Hukum dan Konstitusi*, vol. 4, no. 2, November 2021, 156.

digemari untuk dijadikan media dalam ranah penjualan maupun ajang mempromosikan.³

Adanya media sosial selaku kesempatan terhadap perusahaan dalam memasarkan maupun mempromosikan produk yang dijualnya. Begitupula bisnis dalam dunia modern merupakan realitas aktivitas yang sangat kompleks. Bisnis sebagai kegiatan sosial dapat dilihat dari tiga sudut pandang, ekonomi, hukum dan etika. Bisnis dalam pandangan ekonomi berarti kegiatan ekonomi yang berbentuk tukar-menukar, jual beli, memproduksi, memasarkan, bekerja mempekerjakan dan aktifitas lainnya, dengan maksud mencari keuntungan. Selain itu perlu adanya nilai moral dalam bisnis, karena bisnis yang baik bukan hanya bisnis yang menguntungkan akan tetapi juga harus baik secara moral.⁴ Dan, dapat terjadinya distribusi kekuasaan (*distribution of power*) maupun transfer kekuasaan (*transfer of power*) dan terciptanya pelayanan masyarakat (*public services*) yang efektif, efisien dan ekonomis serta terwujudnya pemerintahan yang demokratis (*democratic government*).⁵ Dengan pesatnya dunia bisnis periklanan, terutama bisnis internet melalui sebuah aplikasi yang berafiliasi dengan pemrograman penyedia iklan sekarang ini sedang *booming* dimana dengan cara yang sangat mudah serta bebas pembiayaan ketika mendaftar bisa mendapatkan penghasilan yang luar biasa.

³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hlm. 204.

⁴ Mabarroh Azizah, Hariyanto, "Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Konsep *Green Economics*", *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum*, vol. 10, no. 2, 2021, 238.

⁵ Hariyanto Hariyanto, "Hubungan Kewenangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah Berdasarkan Negara Kesatuan Republik Indonesia", *Volkgeist: Jurnal Ilmu Hukum dan Konstitusi*, vol. 3, no. 2, Desember 2020, 106.

Salah satunya pada aplikasi VTube. Perusahaan VTube sudah disahkan sejak 15 April 2020 yang beralokasikan di Jakarta. Aplikasi VTube merupakan suatu aplikasi periklanan, member nantinya dibayar apabila menonton iklan sebanyak 10 kali perhari hanya bermodal kuota untuk menonton selama 5 sampai 10 detik per iklan tanpa skip di aplikasi tersebut. Aplikasi VTube diurus oleh PT. Future View Tech yang sudah mendapatkan Izin Usaha Industri dan Izin Operasional/ Komersial dengan Nomor Induk Berusaha 0220005141188, yang sudah diterbitkan oleh Indonesia National Single Window, untuk menjalankan kegiatan sosial *advertising*.

Cara kerja Aplikasi VTube dengan penawaran *reward* dan produk yang diperjualbelikan yakni diberikan nama yaitu *view poin* (VP). *View poin* ialah satuan mata uang yang berharga dalam aplikasi VTube. Bisnis periklanan dengan sistem *view poin* yang didapatkan ketika menonton 10 iklan per hari selama 5 sampai 10 detik di aplikasi VTube, 1 *view poin* senilai 1 dollar. Jika sudah mengumpulkan banyak *view poin*, lalu dijual dan akan menghasilkan uang.

Pada tanggal 17 Februari 2021, aplikasi VTube menjalani *maintenance system* (perbaikan sistem) sampai dengan batas waktu yang tidak ditentukan. VTube dan *Exchange Counter* (tempat jual beli VP) menjadi *offline* sementara waktu dengan maksud untuk penyesuaian seluruh regulator dalam proses legalisasi serta penyambutan VTube 3.0 dimana 100% legal. Namun pihak Satgas Waspada Investasi (SWI) mengaku telah meminta aplikasi VTube untuk

diblokir.⁶ Pada tanggal 28 Februari 2021 berdasarkan acara dengan Kominfo RI, dalam rangka pengembangan VTube 3.0 dan sesuai arahan dari Satgas Waspada Investasi (SWI) aplikasi VTube untuk sementara waktu tidak diaktifkan dari layanan Google Play, dikarenakan VTube dianggap memiliki potensi yang kurang menguntungkan masyarakat pengguna VTube. Berdasarkan arahan dari Ketua Satgas Waspada Investasi, terdapat 5 hal yang harus dipenuhi dari VTube, diantaranya yaitu:

1. Menggunakan mata uang rupiah
2. Tidak diperkenankan sistem *referral*
3. Tidak diperkenankan jual beli poin antar pengguna dan meningkatkan keamanan transaksi jual beli poin yang di kelola oleh perusahaan
4. Server sepenuhnya berada di Indonesia
5. Pembenahan komunitas agar lebih tertib.

Sedangkan pada siaran pers SWI tanggal 3 Juli 2020, ternyata PT. Future View Tech (VTube) termasuk dalam entitas yang dihentikan kegiatannya oleh SWI sesuai dengan Lampiran II Entitas Ilegal. SWI sudah melaksanakan pertemuan berlanjut dengan VTube sejak tanggal 7 Juli 2020 dengan penetapan diantaranya:⁷

⁶ Danang Sugianto, “Beda Klaim Satgas dan Pengembang Soal Aplikasi VTube Hilang dari Playstore”, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5440536/beda-klaim-satgas-dan-pengembang-soal-aplikasi-vtube-hilang-dari-playstore/2>., diakses 11 Juli 2021.

⁷ <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Siaran-Pers-Satgas-Waspada-Investasi-Perkuat-Koordinasi-dengan-Kepolisian-RI.aspx>, diakses 7 Juli 2021.

- a. PT. Future View Tech tidak distandarisasi sebab latihannya tanpa memiliki persetujuan yang sama untuk beroperasi. Dengan asumsi, apabila telah mempunyai izin usaha yang sama dengan aktivitas usaha, dan kemudian pada saat itu standarisasi diselesaikan oleh SWI
- b. PT. Future View Tech tentu terhalang dari situs maupun aplikasinya, dan mengakhiri aktivitas bisnisnya
- c. PT Future View Tech hendak memiliki merek terdaftar yang ditolak oleh Kominfo RI sebab memimpin kegiatan spekulasi yang melanggar hukum yaitu melakukan kegiatan investasi secara ilegal
- d. PT. Future View Tech melakukan penerbitan anggota dimana menawarkan paket
- e. PT. Future View Tech diselenggarakan bersama BKPM (Badan Koordinasi Penanaman Modal) terkait perizinan yang dibutuhkan. Berdasarkan hal tersebut diatas, maka PT. Future View Tech (VTube) tetap sebagai entitas ilegal dimana harus menghentikan kegiatan usahanya sampai diperoleh perizinan yang diperlukan.

Berdasarkan informasi dari Ketua Satuan Tugas (Satgas) Waspada Investasi OJK. Beliau mengatakan, pada tanggal 16 Juni 2021 VTube telah memenuhi perizinan dari Kominfo RI dan Kemendag RI untuk melakukan kegiatan usahanya. Izin diberikan karena VTube mengubah bisnisnya, tidak ada lagi menerima uang atau VP dari masyarakat untuk bergabung. Oleh karena itu SWI akan melakukan normalisasi VTube. Manajemen VTube telah

menandatangani surat pernyataan bahwa VTube mengubah semua kegiatannya, sebagai berikut:⁸

- 1) Melihat iklan ataupun video secara gratis, member tidak diminta untuk membayar sejumlah uang tunai maupun *View Point* (VP) tertentu
- 2) VTube membayar penonton, VTube tidak menjual VP. Dengan asumsi perlu mempromosikan atau beriklan, maka harus membayar dengan uang tunai, bukan dengan VP yang dibeli
- 3) Tidak tersedia pembelian maupun penjualan VP antar anggota
- 4) Tidak tersedia member yang mendapat member serta tidak tersedia hadiah berlapis
- 5) VP saat ini adalah VP yang dapat dibeli oleh VTube berdasarkan kesepakatan
- 6) VTube bertanggung jawab terhadap kerugian publik yang disebabkan oleh kegiatan VTube.

Pada tanggal 8 Juli 2021 VTube 3.0 kembali hadir dengan tampilan aplikasi yang berbeda dari versi sebelumnya. Aplikasi VTube 3.0 dapat di *download* dan diakses melalui link <http://www.vtube.co/> dan saat ini belum terdapat di *playstore*. Tentunya dengan sistem bisnis periklanan yang berbeda juga. Selama kurang lebih 2 minggu VTube on, dan VTube off kembali pada tanggal 21 Juli 2021 hingga sampai sekarang VTube mengalami perbaikan

⁸ Soraya Novika, "VTube Getol Urus Izin Biar Bisa Dipakai Lagi", https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5498511/vtube-getol-urus-izin-biar-bisa-dipakai-lagi?_ga=2.10420605.978656367.1625986016-1620064681.1589080990., diakses 11 Juli 2021.

sistem atau *shutdown* sementara waktu dikarenakan terdapat kendala di infrastruktur IT pada server, dan harus melakukan *upgrading* total dengan *engine* yang baru. Hal ini menjadi pertimbangan dimana sangat memerlukan jalan keluar masalah (*problem solving*) dalam masyarakat melihat kedinamisasi ilmu fiqh sekarang. Berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan penelitian akad terhadap bisnis periklanan berikut berlandaskan terhadap norma Hukum Ekonomi Syariah. Yang bertujuan untuk mengetahui sistem bisnis periklanan pada aplikasi VTube khususnya para pengguna VTube di Kabupaten Banyumas dalam peninjauan Hukum Ekonomi Syariah, dalam penentuan boleh atau tidaknya masyarakat melaksanakan kerjasama bisnis melalui sistem tersebut untuk memperoleh pendapatan tambahan. Pada latar belakang masalah diatas penulis sangat tertarik untuk melaksanakan penelitian serta menjadikan skripsi yang berjudul: **“TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP SISTEM BISNIS PERIKLANAN PADA APLIKASI VTUBE (Studi Kasus Para Pengguna VTube di Kabupaten Banyumas).**

B. Definisi Operasional

Agar semakin berkonsentrasi supaya tidak ada salah paham didalam menjelaskan makna yang tercantum dalam penulisan skripsi, penulis hendak memberikan klarifikasi sebagian dari istilah-istilah tersebut, diantaranya:

1. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah

Berlandaskan Kamus Besar Bahasa Indonesia, tinjauan ialah hasil peninjauan; penglihatan; penilaian (setelah mengeksplorasi, mempelajari). Sementara itu kata tinjauan berasal dari kata dasar tinjau yang mengandung arti sebagai berikut:⁹

- a. Memandang sesuatu dari wilayah yang tinggi
- b. Memandang (melirik-lirik, menyelidiki, memahami)
- c. Mengawasi
- d. Pelajari dengan seksama dan perhatikan (untuk memahami)
- e. Memperkirakan (perasaan hati, pikiran, dan sebagainya).

Sedangkan Hukum Ekonomi Syariah merupakan hukum yang mengatur semua hal yang berkaitan dengan pelaksanaan kerangka sistem ekonomi yang bergantung dalam pandangan nilai-nilai Islam serta terkandung dalam al-Qur'an, hadis, juga ijtihad para ulama.¹⁰ Jadi Tinjauan Hukum ekonomi syariah ialah ketetapan dalam sesuatu akad Hukum Ekonomi Syariah dimana terkait dengan akad *ijārah*, dan *bāi'* (jual beli), untuk mencari hukum tentang praktik sistem bisnis periklanan pada aplikasi VTube. Apakah sistem bisnis periklanan pada aplikasi VTube termasuk sistem bisnis yang diperbolehkan ataupun sistem bisnis yang diharamkan berdasarkan segi tinjauan hukum ekonomi syariah.

⁹ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Tinjauan..>, diakses 12 Januari 2022.

¹⁰ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, cet. 1 (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), hlm. 2.

2. Bisnis Periklanan

Bisnis diartikan selaku usaha dalam ranah perdagangan maupun dalam bidang usaha. Menurut Skinner, bisnis adalah perdagangan produk, jasa, serta uang tunai yang pada umumnya saling menguntungkan atau dapat memberi manfaat.¹¹ Sedangkan mempromosikan atau periklanan merupakan berita yang sepenuhnya bermaksud memberdayakan, meyakinkan masyarakat secara keseluruhan tentang *item* serta produk atau jasa yang disajikan melalui media online maupun melalui aplikasi.¹²

Menurut Zikmund dan D'amico, periklanan merupakan pesan informatif dan meyakinkan yang disampaikan oleh media individu serta dibayar oleh dukungan terkemuka atau sponsor yang asosiasi atau *itemnya* diakui dalam beberapa cara.¹³ Bisnis periklanan yang dimaksud adalah suatu bisnis periklanan yang berbentuk promosi yang berupa barang atau jasa melalui aplikasi VTube. Dimana para sponsor mempromosikan/mengiklankan barang dan jasanya di aplikasi VTube.

Bisnis periklanan aplikasi VTube yaitu terdapatnya akad jual beli *View Poin*. Dimana transaksi jual beli *View Poin* tersebut dilakukan di *Exchange Counter* (Tempat jual beli *View Poin*).

¹¹ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm. 15.

¹² Sudarsono, *Kamus Hukum*, cet. 5 (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2007), hlm. 117.

¹³ Ferry Roen, "Bisnis Periklanan (Advertising)", <http://perilakuorganisasi.com/bisnis-periklanan.html>, diakses 22 Oktober 2020.

3. Aplikasi VTube

Aplikasi VTube adalah sebuah aplikasi jasa periklanan dan *platform* media sosial. Dalam menjalankan kegiatan ini pihak VTube tidak memberikan kompensasi kepada pemasang iklan. Gratis *download* dan *register* pada aplikasi VTube.¹⁴ Aplikasi VTube ialah aplikasi bisnis periklanan, member akan dibayar jika menonton 10 iklan tanpa jeda yang muncul selama 5 hingga 10 detik di halaman aplikasi tersebut. Aplikasi VTube dikelola dan diawasi oleh PT. Future View Tech dan baru *launching* pada 15 April 2020.¹⁵

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah, dimana penulis dapat merumuskan masalah diantaranya:

1. Bagaimana praktik sistem bisnis periklanan pada aplikasi VTube di Kabupaten Banyumas?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah dalam sistem bisnis periklanan pada aplikasi VTube?

¹⁴ <http://www.vtube.co/>, diakses 20 September 2021.

¹⁵ Anita Kusuma, "Apakah Vtube Bisnis Penipuan, Nonton Video dan Iklan Bisa Dapat Uang", <https://www.infoperbankan.com/umum/vtube.html#:~:text=Vtube%20adalah%20aplikasi%20bisnis%20periklanan,resmi%20perusahaan%20yaitu%20fvtech.id>.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian harus diungkapkan secara transparan, jelas, dan singkat. Tujuan penelitian yang diungkapkan dengan jelas dan transparan akan benar-benar memberikan pedoman dalam suatu penelitian.¹⁶ Berdasarkan rumusan masalah tersebut, dimana tujuan dari penelitian berikut, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana sebenarnya praktik sistem bisnis periklanan pada aplikasi VTube di Kabupaten Banyumas
2. Untuk mengetahui dan memahami hukum ekonomi syariah terhadap praktik sistem bisnis periklanan pada aplikasi VTube di Kabupaten Banyumas.

Setelah mengetahui tujuan terhadap suatu permasalahan tersebut, manfaat yang hendak dituju dalam penelitian hukum, yaitu yang bersifat teoritis ataupun praktis diantaranya sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Untuk mengetahui kepastian hukum mengenai kajian hukum bisnis syariah melalui sistem bisnis periklanan pada aplikasi VTube di Kabupaten Banyumas.

b. Manfaat Praktis

Untuk menyampaikan informasi dan pemahaman kepada penulis serta pembaca mengenai praktik sistem bisnis periklanan pada aplikasi VTube di Kabupaten Banyumas. Dan, hasil penelitian ini dapat dijadikan

¹⁶ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 39.

sebagai perlengkapan diagnosis dalam menemukan penyebab masalah atau kegagalan di dalam bisnis periklanan pada aplikasi VTube di Kabupaten Banyumas.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini bertujuan untuk mengemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah yang akan diteliti. Kajian pustaka ini akan menjadi dasar pemikiran dalam penyusunan penelitian. Penulis mengambil beberapa sumber karya ilmiah untuk dijadikan sebagai bahan referensi guna memperoleh data dan informasi yang akurat dari pengetahuan yang mendukung. Adapun tulisan yang membahas tentang tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap sistem bisnis periklanan pada Aplikasi VTube, sebagai berikut:

No.	PENELITI Dan JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Lugita Anggraini, tahun 2019 dengan judul skripsi <i>“TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG SISTEM BISNIS</i>	Persamaan dengan penelitian ini adalah: a. Objek penelitian yang sama, yaitu membahas tentang bisnis	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ini yaitu: a. Penelitian terdahulu membahas mengenai sistem

	<p><i>PERIKLANAN ADSENSECAMP (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH UIN RADEN INTAN LAMPUNG)</i>”¹⁷</p>	<p>periklanan. b. Teknis analisis data menggunakan kualitatif deskriptif.</p>	<p>bisnis periklanan <i>adsensecamp</i>. Sedangkan penulis membahas mengenai sistem bisnis periklanan VTube. b. Lokasi penelitian yang berbeda. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di Lampung. Sedangkan penulis melakukan penelitian di Kabupaten Banyumas. c. Subjek penelitian</p>
--	--	---	--

¹⁷ Lugita Anggraini, “Tinjauan Hukum Islam tentang Sistem Bisnis Periklanan *Adsensecamp* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung)”, *Skripsi*, 2019-2020. <https://fdokumen.com/document/tinjauan-hukum-islam-tentang-sistem-bisnis-300klik-jika-balance-ua-ng-yang-tersimpan.html>.

			yang berbeda.
2.	Siti Rosidah, tahun 2019 dengan judul skripsi “ <i>TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP AKAD PENGHASILAN DALAM SISTEM MONETASI YOUTUBE</i> ”. ¹⁸	<p>a. Objek penelitian yang sama, yaitu membahas tentang akad penghasilan di media sosial.</p> <p>b. Teknis analisis data menggunakan <i>kualitatif deskriptif</i>.</p>	<p>a. Subjek penelitian yang berbeda.</p> <p>b. Penelitian terdahulu membahas mengenai akad penghasilan yang terdapat dalam sistem monetasi Youtube sedangkan penulis membahas sistem bisnis periklanan yang terdapat di dalam VTube.</p>
3.	Nahara Eriyanti, tahun 2019 dengan judul jurnal “ <i>GOOGLE</i> ”	<p>a. Objek penelitian yang sama, yaitu membahas</p>	<p>a. Penelitian terdahulu membahas mengenai</p>

¹⁸ Siti Rosidah, “Tinjauan Hukum Islam terhadap Akad Penghasilan dalam Sistem Monetasi Youtube”, *Skripsi*, 2019, <http://repository.radenintan.ac.id/7130/1/SKRIPSI.pdf>.

	<p><i>ADSENSE</i></p> <p><i>PERSPEKTIF</i></p> <p><i>HUKUM PERJANJIAN</i></p> <p><i>ISLAM</i>".¹⁹</p>	<p>tentang</p> <p>mekanisme</p> <p>bisnis secara</p> <p>online.</p> <p>b. Teknis analisis</p> <p>data</p> <p>menggunakan</p> <p><i>kualitatif</i></p> <p><i>deskriptif</i>.</p>	<p>mekanisme transaksi</p> <p>dan akad yang</p> <p>digunakan dalam</p> <p>Google Adsense</p> <p>melihat unsur-unsur</p> <p>kontrak yang ada di</p> <p>dalamnya.</p> <p>Sedangkan penulis</p> <p>membahas</p> <p>mengenai</p> <p>mekanisme transaksi</p> <p>bisnis periklanan</p> <p>pada aplikasi</p> <p>VTube.</p> <p>b. Perspektif yang</p> <p>berbeda. Penelitian</p> <p>yang akan penulis</p> <p>teliti yaitu perspektif</p> <p>Hukum Ekonomi</p>
--	--	---	---

¹⁹ Nahara Eriyanti, "Google Adsense Perspektif Hukum Perjanjian Islam", *al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, Vol. 4, no. 2, Desember 2019, <https://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/al-mustashfa/article/download/3665/2672>.

			<p>Syariah. Sedangkan dalam jurnal saudara Nahara Eriyanti menggunakan perspektif Hukum Perjanjian Islam.</p>
--	--	--	---

Dari ketiga kajian pustaka yang telah dipaparkan di atas, ternyata belum terdapat tinjauan secara khusus dan komprehensif tentang VTube dengan menggunakan pola pendekatan hukum ekonomi syariah. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini mampu mengungkapkan, mendeskripsikan dan menganalisis lebih jauh sesuai dengan perkembangan saat ini. Sehingga saya tertarik untuk mengkaji permasalahan dalam hal sistem bisnis periklanan terhadap aplikasi VTube yang akan dikaji menggunakan tinjauan hukum ekonomi syariah.

F. Sistematika Pembahasan

Pada penataan pengkajian dari skripsi berikut penulis membaginya menjadi lima bab, dimana antar bab terpecah dalam berbagai sub bab diantaranya:

Bab pertama, berisikan pendahuluan dengan tercantum atas latar belakang masalah yang diakui pada skripsi ini dengan cara teoritis ataupun praktis, Definisi Operasional, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Sistematika Pembahasan.

Bab kedua, mencakup bermacam hal ialah landasan teori penelitian yaitu mencakup pengkajian mengenai konsep hukum ekonomi syariah tentang *Ijārah*, diantaranya: Definisi *Ijārah*, Hukum *Ijārah* serta Dasar Hukumnya, Rukun dan Syarat *Ijārah*, Jenis-Jenis *Ijārah*, Sifat dan Hukum *Ijārah*, Pembatalan dan Berakhirnya *Ijārah. Bai'* (Jual Beli) diantaranya: Definisi Jual Beli, Dasar Hukum Jual Beli, Rukun serta Syarat Jual Beli, Jual Beli yang dilarang serta Jual Beli yang diperbolehkan dalam Islam.

Bab ketiga, meliputi susunan tentang Metode Penelitian, mencakup Jenis Penelitian, Sifat Penelitian, Sumber Data Penelitian, serta Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

Bab keempat, ialah isi pada skripsi. Dimana berkenaan dengan Aplikasi VTube diantaranya: Gambaran Umum VTube, Mekanisme Kerja Bisnis Periklanan VTube, Sistem Transaksi Jual Beli VP (*View Poin*) VTube di *Exchange Counter*, Data Mengenai Para Pengguna Aplikasi VTube di Kabupaten Banyumas, Praktik *Ijārah* dan Jual Beli (*Bāi'*) dalam Sistem Bisnis Periklanan pada Aplikasi VTube di Kabupaten Banyumas dan Analisis Praktik Sistem Bisnis Periklanan pada Aplikasi VTube dalam Perspektif Hukum Ekonomi

Syariah, diantaranya: Analisis Akad *Ijārah* pada Aplikasi VTube dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Analisis Akad *Bāi'* (Jual Beli) VP pada Aplikasi VTube dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

Bab kelima, ialah komponen terakhir dalam penelitian ilmiah berikut dimana berisikan kesimpulan serta saran yang dimaksudkan selaku rekomendasi terhadap referensi maupun kajian berikutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis menyusun serta mengkaji terhadap pelaksanaan praktik sistem bisnis periklanan pada aplikasi VTube di Kabupaten Banyumas, bisa ditarik kesimpulan yaitu:

1. Aplikasi VTube dengan sistem bisnis periklanan yaitu menonton iklan sebanyak 10 kali dengan iklan berupa video/ gambar yang bersimbolkan Ads dengan durasi 5 hingga 10 detik perharinya. Jika sudah menyelesaikan misi menonton 10 iklan perhari, oleh perusahaan VTube akan diberikan *View Poin*. 1 *View Poin* senilai dengan 1 dollar. *View Poin* yang kita dapatkan tergantung dengan kedudukan peringkat kita pada aplikasi VTube. Semakin tinggi peringkat kita di VTube semakin banyak jumlah *View Poin* yang kita dapatkan ketika kita sudah menyelesaikan misi menonton iklan di aplikasi VTube. Dan, dimana *View Poin* tersebut dapat dijadikan uang jika kita melakukan transaksi jual beli *View Poin*, dimana transaksi jual beli tersebut dilakukan di *Exchange Counter* (tempat jual beli *View Poin*)
2. Dengan memperhatikan norma-norma hukum ekonomi syariah yang berlaku, sistem bisnis periklanan pada aplikasi VTube di Kabupaten Banyumas yaitu terdapatnya akad jual beli (*Bāi`*). Pada praktik ini, akad jual beli (*Bāi`*) VP termasuk jenis jual beli pada umumnya. Namun praktik jual beli *View Poin*

pada aplikasi VTube ini tidak sah, karena *View Poin* (VP) tersebut tidak bisa dijadikan objek transaksi *muāwadah* yang memenuhi syarat-syarat jual beli. Sebab, *View Poin* termasuk ke dalam kategori barang *ma'dum* (fiktif) seolah ada, tetapi nyatanya tidak ada. Dengan memperhatikan norma-norma hukum ekonomi syariah yang berlaku, maka praktik sistem bisnis periklanan pada aplikasi VTube di Kabupaten Banyumas merupakan praktik sistem bisnis yang diharamkan.

B. Saran

Dengan kurangnya pengetahuan dan referensi penulis terhadap penelitian ini, terdapat sejumlah saran yang dapat penulis berikan, diantaranya:

1. Untuk para pengguna aplikasi VTube sebaiknya agar lebih memahami dan mengetahui atas sesuatu yang berhubungan pada sistem bisnis periklanan yang hendak dilaksanakan yaitu tentang akad *ijārah* dan jual beli VP, menurut penulis sebaiknya perusahaan VTube dapat bertanggung jawab dan menggantikan tagihan klaim penukaran VP para member/ para pengguna aplikasi VTube. Sehingga, tidak ada lagi protes dari para member dikarenakan belum mendapatkan keuntungan sama sekali dari hasil memainkan bisnis aplikasi ini
2. Kepada perusahaan VTube sebaiknya lebih mengerti segala sesuatu yang ada hubungannya dengan muamalah dalam hukum ekonomi syariah

3. Penelitian dan penguraian karya tulis ini masih jauh dari harapan sempurna dan masih banyak kekurangan teknis dan non teknis. Oleh sebab itu, sangat dibutuhkan untuk memberikan kontribusi, saran, dan kritik untuk perbaikan karya tulis ini dimasa yang akan datang. Akhir kata, penulis mengharapkan agar karya tulis ini dapat bermanfaat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abū Abdullāh Muhammad bin Yazīd bin Abdullāh bin Mājah al Quzwaini (Ibnu Mājah). *Sūnan Ibnu Mājah* (Riyadh: Maktābah al-Ma'arif li annasyīr at tauzi'. 1997.
- Abdullah bin Muhammad Ath-Thyar, dkk, *Ensiklopedi Fiqh Muamalah dalam Pandangan Empat Mazhab* (Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif, 2017
- Adi, Rianto. *Metode Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granit, 2004.
- Afandi, Yazid. *Fiqh Muamalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009.
- Afrizal. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pres, 2014.
- Ali Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi*. Cet. 1. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Al-Mulakhasul, Saleh Al-Fauzan. *Fiqh Sehari-Hari*. Jakarta: Gema Insani, 2006.
- Amiruddin, dan Zainal Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Hukum Perjanjian Islam (Konsep, Regulasi, dan Implementasi)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010.
- Arikunto, Suharsimin. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek (Edisi Revisi VI)*. Cet. 13. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- As Salafi, Muhammad Luqman. *Syarah Bulughul Maram*. terj. Achmad Sunarto. Surabaya: CV. Karya Utama, 2006.
- Ghazali, Abdul Rahman. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana Pernada Media Group, 2010.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1984.

- Haroen, Nasrun. *Fiqh Mu'amalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Harun. *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017.
- Hasan, Akhmad Farroh. *Fiqh Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)*. Malang: UIN Maliki Press, 2018.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Jabir Al-Jazairi, Abu Bkar. Alih Bahasa Fadhli Bahri. *Ensiklopedia Muslim Minhajul Muslim*. Jakarta: Darul Farah, 2006.
- Karim, Helmi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Lubis, Suhrawadi K. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2000.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Cet. 5. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Muhammad Azzam, Abdul Aziz. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Cet. 1. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2004.
- Nasrun, Harun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Rasjid, Sulaiman. *Fiqh Islam (Hukum Fiqh Lengkap)*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 1986.
- Ridwan. *Dasar-dasar Statistik*. Bandung: Alfabeta, 2003.
- Rohmansyah. *Fiqh Ibadah dan Muamalah*. Cet.1. Yogyakarta: LP3M Universitas Muhammadiyah, 2017.
- Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah: Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah*. Cet.1. Jakarta: Rajawali Pers, t.t.

- Rusyd, Ibnu. *Bidayatul Mujtahid Analisis Fiqh Para Mujtahid*. Jakarta: Pustaka Amani, 2007.
- Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunnah*. Jilid. III. Bandung: Alma'arif, 1986.
- Sarwat, Ahmad. *Fiqh Jual-Beli*. Jakarta: Rumah Fiqh Publishing, 2018.
- Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*. Cet. 1. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Subagyo, Joko. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Subekti, R. *Aneka Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995.
- Subekti. *Hukum Perjanjian*. Cet ke-21. Jakarta: Intermasa, 2005.
- Sudarsono. *Kamus Hukum*. Cet. 5. Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2007.
- Sudaryono. *Metodologi Penelitian*. Cet. 2. Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Sudiarti, Sri. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Cet. 1. Medan: Febi UIN-SU Press, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Sunaryo, Agus, dkk. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah IAIN Purwokerto*. Purwokerto: Fakultas Syariah, 2019.
- Syafei, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Syarifudin, Amir. *Garis-Garis Besar Fiqh*. Cet. 1. Bogor: Kencana, 2003.
- Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Tim Penerjemah Al-Qur'an Kemenag RI. *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*. Jakarta: Ziyad Books, 2009.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 1997.

Usman, Husaini, dkk. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.

Yusanto, Muhammad Ismail, dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani, 2002.

Anggraini, Lugita. “Tinjauan Hukum Islam tentang Sistem Bisnis Periklanan *Adsensecamp* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung)”. *Skripsi*, 2019-2020. <https://fdokumen.com/document/tinjauan-hukum-islam-tentang-sistem-bisnis-300klik-jika-balance-uang-yang-tersimpan.html>.

Bahtiar, Harun, dan Siti Sholihah. “Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Bisnis Periklanan *AdsenseCamp* Pada Website”. *Suhuf*. Vol. 27, no. 2, November 2015, 146. <http://journals.ums.ac.id/index.php/suhuf/article/view/1429>.

Eriyanti, Nahara. “Google Adsense Perspektif Hukum Perjanjian Islam”, *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*. Vol. 4, no. 2, Desember 2019. <https://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/al-mustashfa/article/download/3665/2672>.

Hariyanto Hariyanto. “Hubungan Kewenangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah Berdasarkan Negara Kesatuan Republik Indonesia”. *Volksgeist: Jurnal Ilmu Hukum dan Konstitusi*. Vol. 3. No. 2. Desember 2020.

Mabarroh Azizah, Hariyanto. “Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Konsep *Green Economics*”. *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum*. Vol. 10. No. 2. 2021.

Mabarroh Azizah. “Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia”. *Volksgeist: Jurnal Ilmu Hukum dan Konstitusi*. Vol. 4. No. 2. November 2021.

Rosidah, Siti. “Tinjauan Hukum Islam terhadap Akad Penghasilan dalam Sistem Monetasi Youtube”. *Skripsi*, 2019. <http://repository.radenintan.ac.id/7130/1/SKRIPSI.pdf>.

- Anonim. "Cara Beli VP (View Point) VTube di Exchange Counter".
<https://www.caracari.id/2020/10/cara-beli-vp-view-point-vtube-ec.html?m=1>.
- Anonim. "Cara Download dan Instal Aplikasi VTube 3.0 Terbaru".
<http://www.caracari.id/2021/07/cara-download-instal-aplikasi-vtube-30.html?m=1>.
- Anonim. "Cara Membeli dan Aktifkan Misi Basic A di VTube Terbaru".
<https://www.caracari.id/2021/07/cara-membeli-aktifkan-misi-basic-a-vtube.html?m=1>.
- Anonim. "Cara Menjual VP (View Poin) VTube di Exchange Counter".
<https://www.caracari.id/2020/10/cara-menjual-vp-vtube-exchange-counter.html?m=1>.
- Anonim. "Cara Menjual VP (View Point) VTube di Exchange Counter Terbaru".
<https://www.caracari.id/2021/07/cara-menjual-view-point-vtube-di-ec.html?m=1>.
- Anonim. "Penjelasan dan Cara Kerja Marketing Plan VTube 3.0 Terbaru".
<https://www.caracari.id/2021/07/cara-kerja-marketing-plan-vtube-30.html?m=1>.
- Anonim. "VIPlus E-Commerce Aplikasi Penghasil Uang Seperti VTube".
<http://www.caracari.id/2021/03/viplus-ecommerce-aplikasi-penghasil-uang.html?m=1>.
- Cahyadi, Imam Rahman. "Resmi Dirilis, VTube 3.0 Berikan Ruang dan Edukasi untuk UMKM".
<https://www.beritasatu.com/digital/801041/resmi-dirilis-vtube-30-berikan-ruang-dan-edukasi-untuk-umkm>.
- Dewi, Retia Kartika. "Lima Fakta VTube, dari Dibokir Kominfo Hingga Investasi Ilegal".
<https://www.kompas.com/tren/read/2021/02/18/063100665/5-fakta-vtube-dari-diblokir-kominfo-hingga-investasi-ilegal?page=all>
- Kusuma, Anita. "Apakah VTube Termasuk Bisnis Penipuan? Nonton Video dan Iklan Bisa Dapat Uang".
<https://www.infoperbankan.com/umum/vtube.html>.
- Novika, Soraya. "VTube Getol Urus Izin Biar Bisa Dipakai Lagi".
https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5498511/vtube-getol-urus-izinbiarbisadipakailagi?_ga=2.10420605.978656367.16259860161620064681.1589080990.

Rizal, Adam. “Apa Saja Keuntungan UMKM Adopsi Solusi Iklan Digital VTube 3.0”. <https://infokomputer.grid.id/read/122790548/apa-saja-keuntungan-umkm-adopsi-solusi-iklan-digital-vtube-30>.

Roen, Ferry. “Bisnis Periklanan (Advertising)”. <http://perilakuorganisasi.com/bisnis-periklanan.html>.

Sidik, Syahrizal. “Soal Izin VTube, Satgas Investasi: Sampai Sekarang Belum Ada”. <https://www.cnbcindonesia.com/investment/20210324151839-21-232557/soal-izin-vtube-satgas-investasi-sampai-sekarang-belum-ada>.

Sugianto, Danang. “Beda Klaim Satgas dan Pengembang Soal Aplikasi VTube Hilang dari Playstore”. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5440536/beda-klaim-satgas-dan-pengembang-soal-aplikasi-vtube-hilang-dari-playstore/2>.

Syamsudin, Muhammad. “Beda Ijarah dan Jualah dalam Sistem Pengongkosan Jasa dan Penggajian”. <https://bincangsyariah.com/kalam/perbedaan-ijarah-dan-jualah/>.

Syamsudin, Muhammad. “Jenis-jenis Harta dan Pengupahan dalam Islam”. <https://uninus.ac.id/jenis-jenis-harta-dan-pengupahan-dalam-hukum-islam/>.

Syamsudin, Muhammad. “Jual Beli yang Dilarang Syariat (1): Sebab Garar”. <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/jual-beli-yang-dilarang-syariat-1-sebab-gharar-jxS12>.

<http://www.vtube.co/>.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Tinjauan>.

<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Siaran-Pers-Satgas-Waspada-Investasi-Perkuat-Koordinasi-dengan-Kepolisian-RI.aspx>.