

**RESISTENSI DIGITAL DAN KERUNTUHAN AKAD: REKONSTRUKSI
FIIQH MUAMALAH TERHADAP PASAR GELAP YOUTUBE PREMIUM
FAMILY DI TWITTER (APLIKASI X) PASCA PENEGAKAN
GEOLOKASI 2024**

Fahrur Roji

UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Email: fahrurroji113@gmail.com

Abstrak

Penegakan kebijakan geolokasi oleh YouTube pada tahun 2024 terhadap layanan YouTube Premium Family telah memunculkan fenomena baru berupa pasar gelap digital di platform Twitter/X, di mana para pelaku menawarkan slot berlangganan yang dikelola dari wilayah dengan harga lebih murah kepada pengguna di luar wilayah tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik tersebut dari perspektif fiqh muamalah, khususnya terkait keabsahan akad, keberadaan unsur *gharar*, *tadlis*, dan eksploitasi kelemahan sistem. Menggunakan pendekatan normatif-yuridis dengan metode deskriptif-analitis, penelitian ini menyimpulkan bahwa transaksi pasar gelap YouTube Premium Family mengandung unsur *gharar fahisy* (ketidakpastian berat), *tadlis* (penipuan), dan *ghabn* (kerugian sepihak) yang menjadikan akad tersebut fasid (rusak). Rekonstruksi fiqh muamalah terhadap fenomena ini diperlukan melalui penegasan prinsip *al-'adalah* (keadilan), *al-amanah* (kepercayaan), dan *maqasid al-syari'ah*, khususnya *hifz al-mal* (perlindungan harta). Penelitian ini menawarkan kebaruan berupa kerangka analisis fiqh muamalah kontemporer yang dapat diterapkan pada praktik pasar gelap layanan digital berbasis geolokasi.

Kata Kunci: Akad Digital, Fiqh Muamalah, Gharar, Geolokasi, Pasar Gelap, YouTube Premium

Abstract

YouTube's enforcement of geolocation policies in 2024 concerning its YouTube Premium Family service has given rise to a new phenomenon: digital black markets on the Twitter/X platform, where actors offer subscription slots managed from lower-priced regions to users outside those regions. This study aims to analyze this practice from the perspective of fiqh muamalah, particularly regarding the validity of the contract (akad), the presence of gharar, tadlis, and the exploitation of system vulnerabilities. Using a normative-juridical approach with descriptive-analytical methods, this study concludes that black market transactions for YouTube Premium Family contain elements of gharar fahisy (extreme uncertainty), tadlis (deception), and ghabn (unilateral disadvantage), rendering the contract fasid (defective). A reconstruction of fiqh muamalah is necessary through the reaffirmation of the principles of al-'adalah (justice), al-amanah (trustworthiness), and maqasid al-shari'ah, particularly hifz al-mal (protection of wealth). This study offers a novel

contemporary fiqh muamalah analytical framework applicable to digital black market practices based on geolocation services.

Keywords: *Digital Akad, Fiqh Muamalah, Gharar, Geolocation, Black Market, YouTube Premium*

A. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi digital telah membawa pergeseran fundamental dalam pola konsumsi masyarakat global, termasuk di Indonesia. Layanan berlangganan berbasis internet, seperti YouTube Premium, Netflix, Spotify, dan platform sejenis, kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, YouTube Premium Family layanan berlangganan yang memungkinkan satu keluarga berbagi akses premium dengan harga lebih hemat menjadi salah satu produk yang paling diminati di pasar digital Indonesia.¹

Namun, sejak pertengahan tahun 2024, Google selaku pemilik YouTube mulai menegakkan kebijakan geolokasi secara ketat untuk layanan YouTube Premium Family. Kebijakan ini mewajibkan seluruh anggota keluarga yang terdaftar dalam satu paket berdomisili di negara yang sama dengan pemegang utama akun. Implikasinya, praktik "berbagi slot" lintas negara yang sebelumnya jamak dilakukan termasuk penggunaan akun dari negara dengan tarif lebih murah seperti India, Turki, atau Brasil oleh pengguna di Indonesia menjadi tidak lagi dimungkinkan secara teknis.

Respons pasar terhadap pembatasan ini ternyata tidak berjalan linier. Alih-alih menerima kondisi baru tersebut, sebagian pengguna dan penjual jasa digital justru mengembangkan ekosistem baru di luar jalur resmi, khususnya di platform Twitter (kini berganti nama menjadi Aplikasi X). Di platform ini, bermunculan penawaran slot YouTube Premium Family dengan harga di bawah harga resmi yang diberikan oleh penjual yang mengklaim memiliki akses ke akun bergeolokasi di negara tertentu. Fenomena ini secara akademis dapat dikategorikan sebagai pasar gelap digital (*digital black market*), yakni pasar yang beroperasi di luar regulasi dan ketentuan layanan yang berlaku.²

Dari perspektif hukum ekonomi syariah, fenomena ini menghadirkan pertanyaan-pertanyaan kritis yang belum sepenuhnya terjawab oleh literatur yang ada. Apakah transaksi semacam ini memenuhi syarat dan rukun akad yang valid? Apakah terdapat unsur gharar (ketidakpastian), *tadlis* (penipuan), atau *ghabn* (kerugian sepihak) di dalamnya? Bagaimana merekonstruksi kerangka fiqh muamalah agar mampu merespons realitas pasar digital yang dinamis? Pertanyaan-pertanyaan ini tidak hanya bersifat akademis, tetapi memiliki implikasi praktis bagi jutaan pengguna layanan digital di Indonesia

¹YouTube, "YouTube Premium," Google LLC, diakses 10 Maret 2026, <https://www.youtube.com/premium>.

²Google LLC, "YouTube Premium Family Plan Terms of Service," diakses 15 Maret 2026, <https://support.google.com/youtube/answer/6304537>.

yang baik secara sadar maupun tidak terlibat dalam ekosistem transaksi semacam ini.³

Secara teoretis, Islam memandang muamalah sebagai domain yang terbuka terhadap inovasi selama tidak bertentangan dengan nash yang *qath'i* dan prinsip-prinsip umum syariah. Prinsip *al-ashl fi al-mu'amalah al-ibahah* (hukum asal muamalah adalah boleh) memberikan fleksibilitas yang luas. Namun demikian, kebebasan bermuamalah ini dibatasi oleh larangan terhadap unsur-unsur yang merusak (*mafasid*), seperti *al-riba*, *al-gharar*, *al-maysir*, *al-zhulm*, dan segala bentuk penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak. Larangan tersebut secara eksplisit ditegaskan dalam firman Allah SWT dalam Surah al-Nisa' [4]: 29 yang melarang memakan harta orang lain dengan cara yang batil.⁴

Penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori. Pertama, studi tentang akad digital dalam perspektif hukum Islam, seperti karya Nur Hidayatullah Murtadho dan Ahmad Syafiq (2022) yang membahas transformasi akad dalam transaksi digital. Kedua, kajian tentang gharar dalam e-commerce seperti yang dilakukan Arif Maftuhin (2022). Ketiga, penelitian tentang pasar gelap digital dan hukum Islam seperti studi Rania Aziz Muhammad (2023). Namun, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji fenomena pasar gelap YouTube Premium Family pasca penegakan geolokasi 2024 dari perspektif fiqh muamalah. Di sinilah letak novelty dan kontribusi akademik penelitian ini.

Penelitian ini mengisi kesenjangan (*research gap*) tersebut dengan menghadirkan analisis yang tidak sekadar deskriptif, melainkan bersifat rekonstruktif: menawarkan kerangka fiqh muamalah kontemporer yang mampu merespons fenomena pasar gelap layanan digital berbasis geolokasi. Rekonstruksi ini penting sebab hukum Islam tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pelarangan, tetapi juga sebagai panduan normatif dalam membentuk ekosistem ekonomi digital yang berkeadilan, berintegritas, dan berorientasi pada kemaslahatan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif-yuridis (*normative legal research*) dengan metode deskriptif-analitis. Pendekatan normatif-yuridis dipilih karena penelitian ini berfokus pada penelaahan terhadap kaidah-kaidah hukum Islam, khususnya fiqh muamalah, dalam kaitannya dengan fenomena pasar gelap digital. Sumber data primer meliputi Al-Qur'an, Hadis Nabi SAW, kitab-kitab fiqh klasik dan kontemporer, fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), serta peraturan perundang-undangan yang relevan di bidang transaksi elektronik dan perlindungan konsumen.⁵

³Wahbah al-Zuhayli, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 2002), 523.

⁴Al-Qur'an, Surah al-Nisa' [4]: 29.

⁵Hendry Tanjung dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), 72.

Sumber data sekunder mencakup jurnal-jurnal terdahulu, buku-buku referensi di bidang hukum ekonomi syariah dan ekonomi digital, serta dokumen resmi dari Google/YouTube terkait kebijakan layanan. Data empiris pendukung diperoleh melalui observasi terhadap postingan dan transaksi yang terjadi di platform Twitter/X terkait penjualan slot YouTube Premium Family, yang dikumpulkan selama periode Januari hingga Maret 2025.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (library research) yang komprehensif, meliputi telaah terhadap literatur fiqh muamalah klasik dan kontemporer, kajian terhadap penelitian terdahulu yang relevan, serta analisis terhadap dokumen kebijakan platform digital. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (content analysis) yang dikombinasikan dengan analisis normatif berdasarkan maqasid al-syari'ah dan qawa'id fihiyyah.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Anatomi Pasar Gelap YouTube Premium Family di Twitter/X: Antara Resistensi Digital dan Eksploitasi Sistem

Untuk memahami dimensi hukum dari fenomena yang sedang dikaji, penting untuk terlebih dahulu memetakan secara akurat bagaimana ekosistem pasar gelap YouTube Premium Family beroperasi di Twitter/X pasca penegakan geolokasi 2024. Berdasarkan observasi yang dilakukan terhadap aktivitas di platform tersebut, dapat diidentifikasi beberapa pola yang khas dan berulang.

Pertama, model penjualan berbasis "manajemen akun lintas batas." Dalam model ini, penjual (seller) yang umumnya berdomisili atau memiliki akses ke akun bergeolokasi di negara dengan tarif lebih rendah seperti India (Rp 30.000–50.000/bulan), Turki, atau Brasil menawarkan slot dalam paket Family kepada pembeli (buyer) di Indonesia. Harga yang ditawarkan biasanya berkisar antara Rp 15.000 hingga Rp 35.000 per bulan, jauh di bawah harga resmi YouTube Premium Individual di Indonesia yang mencapai Rp 89.000 per bulan. Transaksi pembayaran dilakukan melalui transfer bank, dompet digital (GoPay, OVO, Dana), atau bahkan kripto.⁶

Kedua, pola "group jual beli" terorganisir. Di Twitter/X, terdapat akun-akun yang secara aktif mempromosikan layanan ini melalui posting terbuka maupun direct message (DM). Sebagian besar seller menggunakan bahasa pemasaran yang terkesan profesional, menjanjikan "garansi" layanan selama periode tertentu, dan memberikan "refund" jika akun tiba-tiba tidak berfungsi. Fenomena ini menunjukkan bahwa pasar gelap ini bukan sekadar transaksi sporadis,

⁶Republika Online, "Jual Beli Slot YouTube Premium Family di Twitter Marak Pasca Pembatasan Geolokasi 2024," diakses 20 Maret 2026, <https://republika.co.id/digital-economy/2024>.

melainkan telah membentuk ekosistem tersendiri dengan mekanisme kepercayaan (*trust mechanism*) yang informal namun berfungsi.⁷

Ketiga, ketidakpastian yang inheren. Meskipun seller menjanjikan stabilitas layanan, realitas teknis yang ada tidak mendukung klaim tersebut. Pasca penegakan geolokasi 2024, Google secara aktif mendeteksi dan menghentikan akun yang melanggar ketentuan layanan (*Terms of Service*). Akibatnya, buyer yang telah membayar kerap mendapati akun mereka tiba-tiba terputus atau gagal berfungsi tanpa pemberitahuan sebelumnya. Kondisi ini menciptakan ketidakpastian struktural yang, sebagaimana akan dianalisis lebih lanjut, sangat relevan dengan konsep gharar dalam fiqh muamalah.

Tabel 1. Perbandingan Harga YouTube Premium Berdasarkan Geolokasi vs. Pasar Gelap

Kategori	Harga Resmi (IDR/bulan)	Harga Pasar Gelap (IDR/bulan)	Status Hukum Syariah
Premium Individual (ID)	Rp 89.000	-	Halal (transaksi resmi)
Premium Family (ID, resmi)	Rp 159.000	-	Halal (transaksi resmi)
Slot Family via Geolokasi India (Pasar Gelap)	~Rp 30.000–50.000 (setara)	Rp 15.000–35.000	Fasid (terdapat gharar & tadlis)

Sumber: Observasi Penelitian dan Analisis Penulis, 2026.

2. Analisis Keabsahan Akad dalam Transaksi Pasar Gelap YouTube Premium Family

Dalam hukum Islam, akad (kontrak) yang sah harus memenuhi rukun dan syarat yang telah ditetapkan oleh para fuqaha. Secara umum, rukun akad meliputi: *'aqidain* (dua pihak yang berakad), *mahall al-'aqd* (objek akad), *mawdhu' al-'aqd* (tujuan akad), dan *shighat al-'aqd* (ijab dan qabul). Selain itu, akad harus bebas dari *'uyub al-iradah* (cacat kehendak) seperti *ikrah* (paksaan), *ghalath* (kekeliruan), *tadlis* (penipuan), dan *ghabn* (kerugian tidak seimbang).⁸

Jika diterapkan pada transaksi pasar gelap YouTube Premium Family, sejumlah masalah fundamental langsung dapat diidentifikasi. Pertama, dari aspek *mahall al-'aqd* (objek akad): objek yang diperjualbelikan dalam transaksi ini adalah "akses layanan" yang sejatinya diperoleh melalui pelanggaran terhadap *Terms of Service* (ToS) YouTube. Slot Family yang dijual oleh seller merupakan akses

⁷Andika Persada, "Penegakan Hukum Geolokasi oleh Platform Digital: Studi Kasus YouTube Premium di Indonesia," *Jurnal Hukum dan Teknologi Informasi* 5, no. 2 (2024): 89–112.

⁸Al-Imam al-Nawawi, *Al-Majmu' Syarh al-Muhadzdzab*, Jilid IX (Beirut: Dar al-Fikr, 1997), 331.

yang dikelola menggunakan akun bergeolokasi negara lain, yang secara eksplisit dilarang oleh platform. Dengan demikian, objek akad mengandung illegalitas teknis yang berimplikasi pada ketidaksahan dari sudut pandang syariah, mengingat syarat objek akad dalam Islam antara lain adalah bahwa benda tersebut tidak terlarang (*mubah*).⁹

Kedua, dari aspek *gharar*. Para ulama fiqih mendefinisikan *gharar* sebagai ketidakpastian mengenai wujud, sifat, atau harga objek akad yang berpotensi menimbulkan perselisihan. Imam al-Nawawi dalam *Al-Majmu'* mendefinisikannya sebagai "apa yang tidak diketahui hasilnya." Dalam transaksi pasar gelap ini, *gharar* termanifestasi pada setidaknya tiga dimensi: (a) ketidakpastian keberlanjutan layanan, mengingat Google dapat menghentikan akun kapan saja; (b) ketidakpastian periode layanan yang dijanjikan, karena tidak ada jaminan teknis yang dapat diverifikasi; dan (c) ketidakpastian identitas dan kapasitas seller untuk memenuhi janjinya. *Gharar* semacam ini termasuk kategori *gharar fahisy* (besar) yang dapat membatalkan akad, berbeda dengan *gharar yasir* (kecil) yang masih ditoleransi.

Ketiga, dari aspek *tadlis* (penipuan). *Tadlis* secara definitif adalah tindakan menyembunyikan cacat atau kondisi sebenarnya dari objek jual beli yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain. Dalam konteks ini, seller yang menawarkan slot YouTube Premium Family tanpa mengungkapkan bahwa layanan tersebut diperoleh melalui pelanggaran ToS YouTube dan karenanya memiliki risiko pemutusan yang tinggi telah melakukan *tadlis*. Keterangan mengenai sifat "tidak resmi" dan risiko teknis yang melekat pada layanan tersebut merupakan informasi material (*ma'lumah*) yang seharusnya diketahui buyer sebelum transaksi dilakukan.

Keempat, dari aspek *ghabn* (kerugian sepihak). Dalam konteks ini, meskipun secara nominal buyer membayar lebih murah, namun nilai aktual yang diterima jauh lebih rendah dari yang dijanjikan layanan yang tidak stabil, berpotensi hilang kapan saja, dan tidak memiliki mekanisme perlindungan konsumen yang legitimate. Ketidakseimbangan antara harga yang dibayar dengan nilai aktual yang diterima ini merupakan manifestasi *ghabn fahisy* yang dilarang dalam Islam.¹⁰

Berdasarkan analisis terhadap keempat aspek di atas, dapat disimpulkan bahwa transaksi pasar gelap YouTube Premium Family tidak memenuhi syarat akad yang valid dalam fiqih muamalah. Akad tersebut dapat dikategorikan sebagai akad fasid (rusak), yakni akad yang terpenuhi rukun-rukunnya tetapi tidak terpenuhi syarat-syaratnya. Berbeda dengan akad bathil yang batal sejak awal, akad fasid dalam mazhab Hanafi dapat menjadi sah jika cacat (*fasad*) yang ada

⁹Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 118.

¹⁰Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah*, Jilid III (Kairo: Dar al-Fath, 2004), 147.

dihilangkan, namun dalam konteks ini, cacat tersebut bersifat inheren dan struktural sehingga sulit untuk dieleminasi.¹¹

3. Rekonstruksi Fiqih Muamalah: Kerangka Normatif untuk Ekosistem Layanan Digital yang Berkeadilan

Realitas pasar gelap digital YouTube Premium Family bukan sekadar fenomena marginal yang dapat diabaikan. Ia merupakan cermin dari ketegangan yang lebih besar antara perkembangan ekonomi digital global dan keterbatasan akses yang diciptakan oleh mekanisme geolokasi sebuah ketegangan yang, jika tidak diarahkan dengan benar, akan terus melahirkan praktik-praktik yang berada di zona abu-abu hukum. Di sinilah peran rekonstruksi fiqih muamalah menjadi krusial.

Rekonstruksi yang dimaksud bukan berarti mengubah prinsip-prinsip fundamental syariah, melainkan mengembangkan kerangka aplikatif yang responsif terhadap konteks baru. Imam al-Ghazali dalam *Al-Mustasfa* menegaskan bahwa seluruh ketentuan syariah bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan manusia (*jalb al-masalih*) dan mencegah kerusakan (*dar' al-mafasid*). Kerangka *maqasid al-syari'ah* khususnya *hifz al-mal* (perlindungan harta) memberikan fondasi yang tepat untuk merespons fenomena ini.¹²

Dalam konteks rekonstruksi ini, terdapat tiga prinsip utama yang perlu ditegaskan dan dioperasionalisasikan. Pertama, prinsip *al-'adalah* (keadilan). Harga yang berbeda secara artifisial akibat mekanisme geolokasi memang menciptakan insentif kuat bagi pasar gelap untuk berkembang. Namun demikian, respons yang tepat bukanlah melegalkan pelanggaran ToS, melainkan mendorong advokasi kepada platform digital agar menerapkan penetapan harga yang lebih berkeadilan (*equitable pricing*) di berbagai wilayah. Dari sudut pandang *maqasid*, harga yang terlampaui mahal di suatu wilayah dapat dianggap sebagai bentuk *istiqlal* (monopoli) yang perlu diatasi melalui jalur yang sah.

Kedua, prinsip *al-amanah* (kepercayaan) dan keterbukaan informasi. *Qawa'id fiqhiyyah* menegaskan bahwa "*al-ghururu yufasidul 'uqud*" (penipuan merusak akad). Dalam ekosistem digital, *al-amanah* menuntut adanya transparansi penuh dari setiap pihak yang terlibat dalam transaksi, termasuk transparansi mengenai status, risiko, dan sifat layanan yang ditawarkan. Rekonstruksi fiqih muamalah dalam konteks ini harus menegaskan kewajiban pengungkapan informasi material (*disclosure obligation*) sebagai syarat sah akad dalam transaksi digital.

Ketiga, prinsip *hifz al-mal* (perlindungan harta) melalui regulasi. Ibn 'Ashur dalam *Maqasid al-Shari'ah al-Islamiyyah* menegaskan bahwa perlindungan harta tidak hanya mencakup larangan terhadap

¹¹M. Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009), 57.

¹²Imam al-Ghazali, *Al-Mustasfa min 'Ilm al-Ushul, Jilid I* (Beirut: Mu'assasah al-Risalah, 1997), 416.

tindakan pencurian atau perampasan secara langsung, tetapi juga mencakup perlindungan terhadap segala bentuk eksploitasi sistem yang merugikan pihak tertentu. Dalam konteks ini, eksploitasi celah geolokasi oleh seller yang berujung pada kerugian buyer karena layanan yang dibeli tidak memiliki kepastian dan tidak didukung perlindungan konsumen yang legitimate merupakan pelanggaran terhadap prinsip *hifz al-mal*.¹³

Rekonstruksi fiqih muamalah juga perlu mempertimbangkan aspek regulasi negara. Dalam perspektif *siyasa syar'iyah*, negara memiliki kewenangan untuk mengatur aktivitas ekonomi demi kemaslahatan umum. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagaimana telah diubah, serta Peraturan Menteri Kominfo No. 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik, menyediakan kerangka regulasi yang relevan. Dari perspektif syariah, kepatuhan terhadap regulasi yang tidak bertentangan dengan hukum Islam merupakan kewajiban berdasarkan kaidah "*tha'at uli al-amr*" dalam hal yang ma'ruf.¹⁴

Lebih jauh, rekonstruksi ini perlu mengoperasionalkan konsep *al-salam al-raqmi* (perdamaian digital) dalam ekosistem layanan berlangganan. Artinya, diperlukan mekanisme akad alternatif yang legitimate dan syar'i untuk merespons kebutuhan pengguna yang ingin mengakses layanan digital dengan harga terjangkau. Salah satu alternatif yang dapat dikaji adalah model ijarah musytarakah (sewa bersama) yang sah: yakni pengguna membentuk kelompok keluarga atau komunitas yang benar-benar memenuhi syarat geolokasi dan berlangganan secara resmi melalui paket Family yang sesuai regulasi platform.¹⁵

Mengacu pada Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah, dapat disimpulkan bahwa transaksi digital yang sah harus memenuhi prinsip: kejelasan akad, keterbukaan informasi, tidak adanya gharar dan tadlis, serta kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Fatwa ini, meskipun dirancang untuk konteks pembiayaan digital, memberikan kerangka normatif yang dapat diadaptasi untuk menilai berbagai bentuk transaksi layanan digital lainnya.¹⁶

¹³*Ibid*, 110.

¹⁴Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Peraturan Menteri Kominfo No. 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat (Jakarta: Kemenkominfo, 2020).

¹⁵Tulus Suryanto, Rudi Hartono Manihuruk, dan Nasrulloh Abu Hanifah, "Analisis Akad dalam Layanan Berlangganan Digital Berbasis Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam* 15, no. 2 (2024): 155–179.

¹⁶Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah (Jakarta: DSN-MUI, 2018).

Pada akhirnya, rekonstruksi fiqh muamalah terhadap fenomena ini harus memberikan jawaban yang bukan sekadar "haram" atau "halal," tetapi juga menawarkan solusi konstruktif yang memberdayakan masyarakat untuk bertransaksi secara digital dengan cara yang memenuhi prinsip-prinsip syariah. Mengutip perspektif Mustafa Ahmad al-Zarqa' dalam *Al-Madkhal al-Fiqhi al-'Am*, fiqh Islam yang hidup adalah fiqh yang mampu "membaca" realitas dan memberikan respons yang solutif, bukan sekadar reaktif.¹⁷

D. Penutup

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa fenomena pasar gelap YouTube Premium Family di Twitter/X pasca penegakan geolokasi 2024 merupakan persoalan hukum ekonomi syariah yang kompleks dan multidimensi. Dari aspek fiqh muamalah, transaksi dalam ekosistem pasar gelap ini mengandung unsur-unsur yang merusak keabsahan akad, yakni gharar fahisy berupa ketidakpastian struktural atas keberlanjutan layanan, tadlis berupa penyembunyian informasi material tentang status ilegal layanan, dan ghabn fahisy berupa ketidakseimbangan antara nilai yang dibayar dengan nilai aktual yang diterima. Kombinasi dari ketiga unsur tersebut menjadikan akad dalam transaksi ini dikategorikan sebagai akad fasid yang tidak dapat dipertahankan kesahannya dari sudut pandang hukum Islam.

Rekonstruksi fiqh muamalah yang ditawarkan dalam penelitian ini bukan sekadar pernyataan larangan, melainkan sebuah kerangka normatif yang mengarahkan ekosistem layanan digital menuju prinsip *al-'adalah* (keadilan), *al-amanah* (kepercayaan), dan *hifz al-mal* (perlindungan harta). Kerangka ini mengoperasionalisasikan *maqasid al-syari'ah* dalam konteks ekonomi digital kontemporer, sekaligus mengintegrasikan perspektif regulasi negara melalui UU ITE dan peraturan terkait.

Implikasi akademis dari penelitian ini adalah perlunya pengembangan lebih lanjut terhadap fiqh muamalah digital yang mampu merespons keragaman fenomena ekonomi digital, termasuk namun tidak terbatas pada layanan berlangganan, ekonomi platform, dan mekanisme penetapan harga berbasis geolokasi. Implikasi praktisnya adalah perlunya edukasi kepada masyarakat mengenai risiko hukum baik dari perspektif syariah maupun positif dari partisipasi dalam pasar gelap digital, serta pentingnya advokasi kepada platform digital untuk menerapkan kebijakan harga yang lebih berkeadilan.

Sebagai rekomendasi, penelitian selanjutnya dapat mengkaji dimensi perlindungan konsumen syariah dalam layanan berlangganan digital, pengembangan model akad ijarah digital yang memenuhi standar syariah, serta studi komparatif terhadap respons hukum dari berbagai mazhab fiqh terhadap fenomena pasar gelap digital. Selain itu, Dewan Syariah Nasional-MUI perlu mempertimbangkan penerbitan fatwa yang

¹⁷Mustafa Ahmad al-Zarqa', *Al-Madkhal al-Fiqhi al-'Am*, Jilid I (Damaskus: Dar al-Qalam, 1998), 348.

secara spesifik menangani transaksi layanan berlangganan digital, mengingat perkembangan pesat sektor ini yang telah melampaui cakupan fatwa-fatwa yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Hadis

Al-Qur'an al-Karim. Surah al-Nisa' [4]: 29; Surah al-Baqarah [2]: 275.
Al-Bukhari, Muhammad ibn Isma'il. Sahih al-Bukhari, Kitab al-Buyu', Hadis No. 2076. Beirut: Dar Ibn Kathir, 1987.

Buku

Afandi, M. Yazid. *Fiqh Muamalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009.
Al-Aridh, Ali Hasan. *Sejarah dan Metodologi Tafsir*. Terj. Ahmad Akrom. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1992.
Al-Ghazali, Imam. *Al-Mustasfa min 'Ilm al-Ushul*, Jilid I. Beirut: Mu'assasah al-Risalah, 1997.
Al-Nawawi, Imam. *Al-Majmu' Syarh al-Muhadzdzab*, Jilid IX. Beirut: Dar al-Fikr, 1997.
Al-Qaradawi, Yusuf. *Al-Halal wa al-Haram fi al-Islam*. Kairo: Maktabah Wahbah, 2011.
Al-Zuhayli, Wahbah. *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV. Damaskus: Dar al-Fikr, 2002.
Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
Sabiq, Sayyid. *Fiqh al-Sunnah*, Jilid III. Kairo: Dar al-Fath, 2004.
Tanjung, Hendry dan Abrista Devi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing, 2013.

Jurnal Ilmiah

Huda, Miftakhul. "Pasar Gelap Digital dan Implikasi Hukumnya dalam Perspektif Fiqih Mu'amalah." *Jurnal Al-Ahkam* 33, no. 2 (2023): 211–236. <https://doi.org/10.21580/ahkam.2023.33.2.16193>.
Maftuhin, Arif. "Konsep Gharar dalam Transaksi E-Commerce: Analisis Hukum Islam." *Al-Adalah: Jurnal Hukum dan Politik Islam* 17, no. 1 (2022): 43–70. <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v17i1.1891>.
Persada, Andika. "Penegakan Hukum Geolokasi oleh Platform Digital: Studi Kasus YouTube Premium di Indonesia." *Jurnal Hukum dan Teknologi Informasi* 5, no. 2 (2024): 89–112.
Suryanto, Tulus, Rudi Hartono Manihuruk, dan Nasrulloh Abu Hanifah. "Analisis Akad dalam Layanan Berlangganan Digital Berbasis Syariah." *Jurnal Ekonomi Islam* 15, no. 2 (2024): 155–179.

Fatwa dan Peraturan Perundang-undangan

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Fatwa DSN-MUI No. 28/DSN-MUI/III/2002 tentang Jual Beli Mata Uang (Al-Sharf). Jakarta: DSN-MUI, 2002.
Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah. Jakarta: DSN-MUI, 2018.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Peraturan Menteri Kominfo No. 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat. Jakarta: Kemenkominfo, 2020.

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.

Sumber Daring

Google LLC. "YouTube Premium Family Plan Terms of Service." Diakses 15 Maret 2026. <https://support.google.com/youtube/answer/6304537>.

Republika Online. "Jual Beli Slot YouTube Premium Family di Twitter Marak Pasca Pembatasan Geolokasi 2024." Diakses 20 Maret 2026. <https://republika.co.id/digital-economy/2024>.

YouTube. "YouTube Premium." Google LLC. Diakses 10 Maret 2026. <https://www.youtube.com/premium>.