TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP KERJASAMA BISNIS *ADVERTISING* PADA *GOOGLE ADSENSE* DI *YOUTUBE*

SKRIPSI

Oleh :

Rikza Zakiyah

NIM. C02215061

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Hukum Perdata Islam

Prodi Hukum Ekonomi Syariah

Surabaya

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya

Nama	: Rikza Zakiyah
NIM	: C02215061
Fakultas/Jurusan/prodi	: Syariah/Hukum Perdata/Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kerjasama Bisnis *Advertising* Pada *Google Adsense* Di *YouTube*

Menyatakan bahwa skripsi ini secara kesluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 6 November 2019

Saya yang menyatakan

METERAI TEMPEL

84951AFF041758682

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Rikza Zakiyah

NIM. C02215061

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul "TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP KERJASAMA BISNIS ADVERTISING PADA GOOGLE ADSENSE DI YOUTUBE" Yang ditulis oleh Rikza Zakiyah NIM. C02215061 ini telah diperiksa dan disetujui untuk di munaqasahkan.

Surabaya, 06 November 2019

Pembimbing

Muh.Sholihuddin, MHI

NIP. 19770725200801109

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Rikza Zakiyah NIM C02215061 ini telah dipertahankan di depan Sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, tanggal 27 November 2019, dan dapat diterima sebagai **salah satu** persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam **Hukum Ekonomi Syariah.**

Majelis Munaqosah Skripsi

Penguji I

Muh. Sholihuddin, M.HI
NIP: 197707252008011009

Penguji II

Dr. Hj. Suqiyah Musyafa'ah, M.Ag
NIP: 196303271999032001

Penguji III

Sri Wigati, MEI
NIP: 197302212009122001

Penguji IV

Ikhsan Fatah Yasin, S.HI, M.H
NIP: 198905172015031006

Surabaya,

Mengesahkan
Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Dekan

Dr. H. Masruhan, M.Ag.
NIP: 195904041988031003

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Rikza Zakiyah
NIM	: C02215061
Fakultas/Jurusan	: Syariah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syariah
E-mail address	: rikza230@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
▬ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP KERJASAMA BISNIS *ADVERTISING* PADA *GOOGLE ADSENSE* DI *YOUTUBE*

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Desember 2019

Penulis

Rikza Zakiyah

ABSTRAK

Skripsi ini merupakan hasil penelitian dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kerjasama Bisnis *Advertising Google AdSense* di *Youtube*". Skripsi ini disusun berdasarkan tujuan menjawab pertanyaan suatu masalah, yakni meliputi; (1) Bagaimana mekanisme akad kerjasama bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*? (2) Bagaimana analisis *Musharakah* terhadap bisnis *advertising* pada google adsense di *youtube?*

Dalam mengumpulkan data yang ada, metode yang digunakan adalah *field research* dengan mengumpulkan data dari sejumlah wawancara dengan pihak yang terkait dan pengumpulan dokumentasi yang selanjutnya data dibangun serta dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yakni tentang mekanisme akad kerjasama bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*. Lalu *output* dari penelitian ini adalah analisis yang diuraikan dengan berpijakan pada hukum Islam tentang skema akad *musharakah* yang terjalin antara pembuat konten dengan penyedia iklan.

Pada kerjasama *advertising* yang dimaksud, peneliti mengidentifikasi adanya unsur *gharar atau adanya ketidak jelasan pada spesifikasi iklan yang akan ditampilkan* yang terjalin pada skema bisnis penampil iklan pada sebuah konten di *youtube* yang diakibatkan tidak adanya spesifikasi iklan yang ditampilkan. Sebab, seluruh iklan yang ditampilkan merupakan wewenang penuh dari penyedia layanan penampil iklan, yakni *Adsense*. Sedangkan pembuat konten yang mengunggah kontennya hanya terbatas pada menyediakan ruang iklan dan memilih tata letak di mana iklan tersebut akan ditampilkan pada kontennya.

Sebab, dalam Islam bisnis seharusnya dapat dijaga dari hal-hal yang bersifat *gharar* agar tidak ada pihak yang menaggung beban akibat adanya konten iklan yang berisikan iklan yang negatif. Sehingga pada kesimpulannya, meski bisnis semacam ini dapat direkomendasikan bagi pebisnis multimedia namun dengan adanya unsur *gharar* tersebut dapat memengaruhi keabsahan sebuah bisnis. Dengan begitu seharusnya skema yang dijalankan harus menjadi lebih spesifik lagi agar keseluruhan isi dari kerjasama tersebut tampak transparan bagi kedua belah pihak yang bersangkutan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TRANSLITERASI x
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah 6
C. Rumusan Masalah 7
D. Kajian Pustaka 7
E. Tujuan Penelitian 8
F. Kegunaan Penelitian 9
G. Definisi Operasional 9
H. Metode Penelitian 11
I. Sistematika Pembahasan 16
BAB II 18
KONSEP AKAD KERJASAMA DALAM ISLAM 18
A. Pengertian *Shirkah* 18
B. Dasar Hukum *shirkah* 20
C. Rukun dan Syarat *Shirkah* 21
D. Macam-Macam *Shirkah* 24
E. Batalnya *Shirkah* 29
F. Hikmah *Shirkah* 31
BAB III 32
GAMBARAN UMUM AKAD KERJASAMA ANTARA *YOUTUBER* DENGAN *GOOGLE ADSENSE* 32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

A. Tentang *Youtube*, *Youtuber* dan *Google Adsense* 32
1. *Youtube* dan *Youtuber* 32
2. *Google AdSense* 36
B. Proses Kerjasama antara *Youtuber* dan *Google AdSense* 52
BAB IV 67
ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP KERJASAMA BISNIS *ADVERTISING* PADA *GOOGLE ADSENSE* DI *YOUTUBE* 67
A. Mekanisme Akad Kerjasama dalam Bisnis *Advertising* pada *Google AdSense* di *You Tube* 67
B. Analisis Musharakah Terhadap Bisnis *Advertising* pada *Google AdSense* di *Youtube* 71
BAB V 83
PENUTUP 83
A. Kesimpulan 83
B. Saran 84
Pemasangan iklan selama tidak mengandung unsur-unsur yang mengarah pada hal-hal yang tidak diperbolehkan maka sah-sah saja. Tetapi apabila dalam pemasangan tersebut, pembuat konten tidak memiliki wewenang untuk memilih iklan mana yang boleh ditampilkan, maka perlu diperhatikan kembali bagaimana tindakan yang seharusnya dilakukan oleh pembuat konten. Di sisi lain, pihak penyedia iklan seperti *Adsense* seharusnya mampu memberikan spesifikasi yang ditunjukkan kepada pembuat konten yang bekerjasama dengannya agar pembuat konten mampu lebih selektif memilih iklan yang diinginkannya. 84
DAFTAR PUSTAKA 85

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial yang dalam hidupnya memerlukan adanya manusia lain yang bersama-sama hidup dalam tempat setiap orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang lain. Hubungan antar manusia sebagai makhluk sosial ini dalam Islam dikenal dengan istilah muamalat.[1]

Agama islam adalah agama yang komprehensip (*rahmatan lil 'alamin*) yang mengatur semua aspek kehidupan manusia yang telah disampaikan oleh Rasulullah, Muhammad saw. Salah satu bidang yang diatur adalah masalah aturan atau hukum, baik yang berlaku secara individu maupun sosial dalam kehidupan bermasyarakat.[2]

Dalam bermuamalat, Aturan-aturan (hukum-hukum) Allah untuk mengatur tindakan atau hubungan manusia yang berkaitan dengan persoalan-persoalan keduniaan, misalnya jual-beli, sewa-menyewa, utang-piutang, kerjasama dagang, dan kerjasama perserikatan sudah diatur dalam Fiqh Muamalah.[3]

Salah satu bidang muamalat yang sering dilakukan adalah *shirkah*. Secara etimologi, *shirkah* atau perkongsian berarti *al-ikhtilat* (percampuran) atau

---

[1] Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Muamalat (Hukum Perdata Islam)* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 11.
[2] Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 3.
[3] Abdul Rahman Ghazaiy, *Fiqh muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 3-4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

persekutuan dua hal atau lebih, sehingga antara masing-masing sulit dibedakan seperti persekutuan hak milik atau perserikatan usaha.[4]

Sedangkan menurut istilah atau terminologi, para fuqaha berbeda pendapat mengenai pengertian *shirkah*, tetapi pada dasarnya *shirkah* adalah kerjasama antara dua orang atau lebih dalam berusaha, yang keuntungan dan kerugiannya ditanggung bersama[5]

Keberadaan *shirkah* diperkuat oleh ayat Al-Qur'an dalam surah *al-Sad* ayat 24 yang berbunyi:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعْجَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِۦ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ ٱلْخُلَطَآءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَعَمِلُوا۟ ٱلصَّٰلِحَٰتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُۥدُ أَنَّمَا فَتَنَّٰهُ فَٱسْتَغْفَرَ رَبَّهُۥ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٢٤﴾

Artinya: "Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan beramal saleh dan amat sedikitlah mereka ini".[6]

Dalam bermuamalah manusia memerlukan suatu alat ukur agar tidak saling bertentangan antara satu kepentingan dengan kepentingan yang lain, serta agar tidak melanggar hak-hak sesamanya, karena manusia telah dikaruniai akhlak yang tidak dibenarkan dan dilarang untuk melanggar hak-hak antar sesama.

---

[4] Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 191.
[5] Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), 127.
[6] Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Semarang: CV.Toha putra, 1971), 735.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam perspektif hukum Islam, manusia senantiasa dituntut untuk selalu berikhtiar (bekerja) dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Terutama dari segi ekonominya. Ketika bekerja manusia juga dituntut dengan cara yang halal guna memperoleh hasil yang halal pula. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 172 yang berbunyi:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ كُلُواْ مِن طَيِّبَٰتِ مَا رَزَقۡنَٰكُمۡ وَٱشۡكُرُواْ لِلَّهِ إِن كُنتُمۡ إِيَّاهُ تَعۡبُدُونَ ﴿١٧٢﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu".[7]

Rasulullah saw juga bersabda:

وَعَنْ انَسِ بْنِ مَا لِكَ رَ ضِيَ اللهُ عَنْهُ اَنَّبِي صَلَّى عَلَيْهِ وَ سَلَّمَ قَالَ: طَلَبُ الحَلاَلِ وَاجِبٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ. (ر واه الطبرا ني فى الأوسط ء واسناده حسن، ان شا ء الله)

Artinya: "Dari Anas bin Malik r.a dari Nabi bersabda: Mencari yang halal wajib bagi setiap muslim."[8]

Bisnis di era modern mengalami perkembangan yang pesat mulai dari media yang digunakan dalam berbisnis maupun sesuatu yang diperdagangkan. Dahulu, bisnis lainnya dilakukan secara tatap muka, namun kini mulai muncul bisnis dengan media maya yang disebut bisnis internet (*online*). Bisnis internet (*online*) merupakan bisnis yang kerap menjadi buah bibir di kalangan

[7] Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Semarang: CV.Toha putra, 1971), 42.
[8] Al-Thabraniy, *mu'jam al-ausad li al-tabraniy juz 18* Digital Librariy: Maktabah Syamilah Ishdar Al-Tsani, 430.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat. Hal ini dikarenakan banyak merebaknya bisnis internet (*online*). Semakin maju dan praktisnya bisnis internet, maka semakin banyak hal yang bisa kita ketahui hanya dengan duduk didepan komputer maupun mengenggam sebuah *gadget*. Banyak informasi yang kita peroleh di dunia internet. Manfaat internet dapat diperoleh melalui kerjasama secara pribadi atau kelompok tanpa mengenal batas jarak dan waktu. Teknologi informasi telah mengubah cara bertransaksi dan membuka peluang-peluang baru dalam melakukan transaksi bisnis.

Iklan atau promosi memiliki peran yang penting dalam memperkenalkan produk pada suatu bisnis dan dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin canggih maka bentuk iklan pun juga mengalami bentuk perubahan sedemikian rupa.

Salah satu bentuk bisnis periklanan yang populer dan banyak diminati di internet saat ini adalah program periklanan *Google AdSense*. Program ini merupakan program periklanan yang dilakukan oleh *Google* dengan cara bekerjasama dengan para *Youtuber* yang memiliki *channel* atau saluran *Youtube*, yang nantinya iklan yang akan dipasang oleh *Google* akan ditampilkan pada konten video milik para *Youtuber* tersebut. Di dalam program ini seseorang yang bekerjasama dengan *Google AdSense* dapat berpenghasilan dollar sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh perusahaan *Google*. Dengan menggunakan metode komisi *Pay Per Click* (PPC) pendapatan yang diperoleh setiap mengklik satu iklan dan metode RPM (*Review Per Thousand Impression*) pendapatan perseribu impresi yang artinya pendapatan akan diperoleh setelah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

iklan ditonton sebanyak minimal seribu kali tayangan, *Google AdSense* memberikan metode penghasilan uang lebih sederhana dan mudah.

Kepopuleran program *Google AdSense* tersebut jika dilihat saat ini juga karena dipengaruhi oleh sebagian besar orang-orang kalangan milenial yang lebih banyak tertarik menikmati aplikasi sosial media seperti platform *Youtube* dibanding media konvensional seperti televisi. Dan jika dibandingkan dengan media televisi maupun pamflet, banner, ataupun spanduk, beriklan menggunakan *google AdSense* lebih banyak kelebihannya seperti iklan yang dipasang dapat berjalan selama 24 jam bisa diakses setiap hari dan jangkauan pemasaran lebih luas.

Karena sistem periklanan yang dianggap sederhana dan mudah yang sudah dijelaskan diatas, banyak perusahaan atau instansi yang butuh beriklan pun melihat media *Youtube* sebagai salah satu peluang. Alasan lainnya adalah juga karena media *Youtube* sangat mudah diakses tidak hanya lewat media komputer atau PC (*Personal Computer*) saja, namun ponsel pintar (*Smart phone*) pun mampu menampilkan konten video yang ada di *Youtube* kapanpun, dimanapun, dan bisa diakses oleh kalangan siapapun.

Meski iklan yang ditampilkan oleh *Google AdSense* disesuaikan menurut konten isi video, namun terkadang beberapa Iklan yang ditampilkan oleh *Google* juga dilakukan secara acak atau random. Beberapa iklan yang muncul secara acak tersebut ada yang termasuk pada jenis iklan yang kurang sesuai dengan syari'at islam seperti iklan yang berbau pornografi, judi atau kasino online, game yang berunsur dewasa, bisnis *forex online* dan lainnya. Meski

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

begitu berbagai batasan yang berlaku dalam syari'at tetap harus diperhatikan, agar bisnis yang dilakukan tersebut sejalan dan sesuai dengan syariat Islam.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk menganalisis tentang akad kerjasama antara pemilik *channel Youtube* atau biasa disebut dengan seorang*Youtuber* dan *Google AdSense* berdasarkan Hukum Islam. Oleh sebab itu, dalam hal ini peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang permasalahan diatas dengan mengadakan penelitian dalam skripsi dengan sebuah judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Model Bisnis *Advertising* Pada *Google AdSense* Di*Youtube*"

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas permasalahan-permasalahan yang akan diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Prosedur mengikuti bisnis advertising pada *google adsense*
2. Mekanisme kerjasama bisnis *advertising* yang dilakukan oleh seorang *youtuber* dan *google adsense* di *youtube*.
3. Analisis akad *Musyarakah* terhadap kerjasama bisnis antara *youtuber* dan *google adsense*
4. Ketentuan-ketentuan menurut hukum Islam terhadap kerjasama bisnis yang dilakukan oleh seorang *youtuber* dan *google adsense*.

Agar kajian ini lebih terfokus, peneliti membatasi masalah yang akan diteliti pada permasalahan sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Bagaimana mekanisme akad kerjasama bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*?
2. Bagaimana analisis *Musharakah* terhadap bisnis *advertising* pada google adsense di youtube?

C. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas yang sudah diidentifikasi dan dibatasi permasalahan yang akan diteliti, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme akad kerjasama dalam bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*?
2. Bagaimana analisis *Musharakah* terhadap bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*?

D. Kajian Pustaka

1. **"Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Bagi Hasil dengan Pembagian Tetap dari Pembiayaan *Musharakah* di KJKS KUM3 Rahmat Surabaya"** Karya dari Subaida, Skripsi ini membahas tentang praktik bagi hasil dengan menggunakan sistem perhitungan pembagian tetap dalam akad *Musyarakah*, sehingga permasalahan dalam skripsi ini berbeda dengan karya penulis.
2. **"Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Sewa-Menyewa Jasa Iklan Antara *Advertiser* dan Publisher Via *www.kumpulblogger.com*"** Karya dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Prastyo Dwi, Skripsi ini membahas tentang bisnis jasa iklan melalui media internet namun isi pembahasannya berbeda dengan karya penulis, skripsi ini membahas tentang bagaimana implementasi transaksi khususnya dalam akad sewa-menyewa jasa iklan via *website blogger.*

3. **"Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kerjasama Lahan Pertanian dengan Sistem Paron di Desa Sidodadi Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro"** Karya dari Dewi Ayu Lestari, Skripsi ini membahas tentang adanya pelaksanaan kerjasama dengan sistem bagi hasil pada sebuah lahan pertanian yang terletak di desa sidodadi kecamatan sukosewu kabupaten bojonegoro.

Pada umumnya terkait pada tiga pembahasan skripsi diatas terdapat sebuah kesamaan yang ada pada skripsi karya penulis, yakni membahas tentang kerjasama sistem bagi hasil atau disebut dengan Shirkah. Sedangkan perbedaannya skripsi karya penulis lebih khusus membahas tentang mekanisme kerjasama bisnis *Advertising* pada *Google AdSense* yang dilakukan di *Youtube* antara seorang *Youtuber* dan Perusahaan *Google.*

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan utama penelitian ini adalah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Untuk mengetahui mekanisme akad kerjasama dalam bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube.*
2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum islam terhadap bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube.*

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan serta manfaat baik bersifat teoritis maupun bersifat praktis yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi dalam bidang ilmu pengetahuan mengenai kajian-kajian khususnya dalam permasalahan *shirkah.*

2. Kegunaan Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi apabila terdapat penelitian selanjutnya dan terdapat masalah yang terjadi disekitar lingkungan mengenai perkembangan teknologi yang berkaitan dengan *shirkah*

   .

G. Definisi Operasional

Untuk mendapatkan pemahaman yang sesuai mengenai maksud penelitian ini serta menghindari terjadinya salah pengertian dan pemahaman dalam istilah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang dimaksud dalam judul "Tinjauan Hukum Islam terhadap Model Bisnis *Advertising* pada *Google Adsense* di *Youtube*" maka, penulis perlu menjelaskan definisi pada beberapa pokok istilah yang berhubungan dengan penelitian ini.

Hukum Islam	:Aturan dan ketentuan-ketentuan yang berkaitan dalam kehidupan untuk mengatur perbuatan manusia berdasarkan Al-Qur'an dan hukum syara'[9], serta pendapat ulama' yang berkaitan dengan *shirkah.*
Bisnis *Advertising*	:Usaha yang bergerak di bidang periklanan untuk menyediakan jasa dalam membuat promosi yang berfungsi memasarkan suatu produk.
Google AdSense	:Program kerjasama dalam bidang periklanan *(advertising)* melalui media Internet yang diselenggarakan oleh perusahaan *Google*.[10]
Youtube	:Sebuah situs internet bagi pengguna untuk menonton video dan juga sebuah tempat bagi para kreator *youtube* atau *youtuber* untuk mengunggah video dalam berbagai macam jenis konten seperti klip film, klip TV, video musik, dan kreatifitas video pribadi lainnya.

Yang dimaksud dengan adanya akad kerjasama antara kreator*Youtube* atau disebut juga dengan seorang *Youtuber* dan *Google Adsense* di *Youtube* adalah

[9] Sudarsono, *Kamus Hukum* (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), 169.
[10] https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perusahaan *Google* menawarkan kepada para kreator *Youtube* untuk memasang unit iklan didalam konten video pada saluran *Youtube* milik mereka dan keuntungan yang diperoleh akan diatur dengan sistem bagi hasil. Program ini dinamakan *Google Adsense*. Apabila terdapat penonton (*viewers*) yang melihat tayangan iklan tersebut atau mengklik iklan tersebut maka kreator *Youtube* (*Youtuber*) akan mendapatkan bayaran atau komisi dari perusahaan *Google* selaku pihak penyedia layanan iklan *Google Adsense*. Bayaran atau komisi tersebut menggunakan sistem komisi *Pay Per Click* (PPC) pendapatan yang diperoleh setiap mengklik satu iklan dan sistem RPM (*Review Per Thousand Impression*) pendapatan perseribu impresi yang artinya pendapatan akan diperoleh setelah iklan ditonton sebanyak minimal 1000 kali tayangan dari para penonton *Youtube*.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara atau jalan untuk memperoleh kembali pemecahan terhadap segala permasalahan.[11] Metode penelitian pada dasarnya juga merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti cara penelitian ini dilakukan dengan masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara

[11] Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2014), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang digunakan. Sistematis berarti proses yang digunkan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.[12]

Adapun rangkaian kegiatan yang akan penulis gunakan dalam metodologi penelitian ini adalah:

1. Jenis penelitian

   Jenis penelitian yang akan digunakan oleh penulis adalah penelitian lapangan (*field research)* atau disebut juga dengan penelitian kualitatif. Jenis metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*) dan juga obyek yang diteliti bersifat alamiah yang berarti obyek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti serta adanya kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada obyek tersebut.[13] Dalam penelitian ini model bisnis *Advertising* pada *Google AdSense* di *Youtube* yang akan menjadi obyek penelitiannya dengan tinjauan hukum islam.

2. Data yang dikumpulkan

   Data yang akan di kumpulkan adalah data-data yang diperlukan dan yang berkaitan dengan permasalahan tinjauan hukum Islam terhadap kerjasama bisnis *advertising* pada *Google AdSense* di *Youtube.*

3. Sumber data

[12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfa beta, 2013), 2.
[13] Ibid, 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Terdapat dua sumber data yang peneliti terapkan agar dapat memperoleh data yang valid berkaitan dengan masalah penelitian di atas, yaitu:

a. Sumber primer

Data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, data ini termasuk data yang bersifat murni.[14] Data yang diperoleh oleh peneliti yang terkait langsung dari hasil observasi akad kerjasama yang dilakukan oleh kedua belah pihak yakni meliputi:

a) Wawancara dengan *Youtuber* indonesia yang melakukan kerjasama dengan *Google AdSense.*

b) Mengambil data resmi dari website resmi *Google AdSense* yang digunakan oleh para *Youtuber* dalam bekerjasama.

b. Sumber sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh berasal dari bahan kepustakaan.[15] Dokumen-dokumen kepustakaan yang berhubungan dengan pembahasan ini, yakni sebagai berikut:

1) Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer, Karya Ismail Nawawi.

2) Fiqh Muamalat, Karya Abdul Rahman Ghazaiy.

3) Fiqh Ekonomi Syariah, Karya Rozalinda.

4) Fiqh Muamalah Kontekstual, Karya Ghufron A Mas'adi.

5) Fiqh Muamalah Kontemporer, Karya Imam Mustofa.

---

[14] Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2014), 86.
[15] Ibid, 88.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6) Fi Muamalah, Karya Sohari Sahrani.

7) Fiqh Muamalah, Karya Hendi Suhendi.

8) Asas-Asas Muamalat, Karya Ahmad Azhar Basyir.

9) Seri Membongkar Misteri Google, Karya Madcoms.

4. Tehnik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak mendapatkan data yang memenuhi standar data yang di tetapkan.[16] Dalam pengumpulan data mengenai pembahasan ini peneliti menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan tanya jawab antara pewawancara (*interivew*) dengan yang diwawancarai (*interviewer*) tentang masalah yang di teliti, dimana pewawancara bermaksud memperoleh persepsi, sikap, dan pola pikir dari yang di wawancarai yang relevan dengan masalah yang diteliti.[17] Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dan observasi dengan semua pihak yang terkait didalam penelitian.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Teknik ini di gunakan peneliti untuk

[16] Sugiono,*Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfa beta,2013), 224.
[17] Masruhan, *Metodologi Penelitian Hukum* (Surabaya:Hilal Pustaka,2013), 93.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan penelitian dengan mencari data dan informasi berupa: buku, dokumen, *e-book*, artikel-artikel, dan *webvideo.*

5. Teknik pengolahan data

Setelah data sudah terkumpul, maka peneliti akan menggunakan teknik pengolahan data dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. *Editing*

Editing yaitu memeriksa kembali semua data- data yang di peroleh dengan memilih dan menyeleksi atau mengkoreksi data tersebut dari berbagai segi yang meliputi kesesuaian dan keselaraan satu dengan yang lainnya, keaslian, kejelasan serta relevansinya dengan permasalahan.[18] Peneliti menggunakan teknik ini untuk memeriksa kembali data-data yang sudah terkumpul, apakah data ini sudah valid dan sesuai.

b. *Organizing*

Organizing yaitu mengatur dan menyusun data sumber dokumentasi sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh gambaran yang sesuai degan rumusan masalah, serta mengelompokan data yang di peroleh.[19] Peneliti menggunakan tehnik ini menyusun data sehingga hasil data yang diperoleh akan terstruktur dengan baik.

c. *Analising*

Analising yaitu dengan memberikan analisis lanjutan terhadap hasil *editing*

[18] Halid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta:Bumi Aksara,1997), 153.
[19] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan *organizing* data yang di peroleh oleh sumber- sumber penelitian, dengan menggunakan teori dan dailil-dalil lainnya sehingga di peroleh kesimpulan.[20]

6. Teknik analisis data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis setelah mendapatkan data di lapangan. Dalam menganalisis data penulis menggunakan metode deskriptif analisis yaitu membuat deskripsi, gambaran atau penjelasan secara sistematis atau data yang berhasil dihimpun terkait dengan pembahasan.[21] Dengan deskriptif analisis, peneliti mendeskripsikan segala informasi yang sudah diterima dengan pernyataan apa adanya yang ada di lapangan dengan variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan tentang tinjauan hukum islam terhadap model bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang ada didalam penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab yakni sebagai berikut:

Bab pertama, berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

[20] Ibid., 195.
[21] Moh Nazir, *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab kedua, membahas tentang konsep *Shirkah* dalam hukum Islam. Dalam bab ini merupakan bab kajian teori yang menjelaskan tentang Pengertian *shirkah*, Dasar hukum *shirkah*, Rukun dan Syarat-syarat *shirkah*, Macam-macam *shirkah*, dan Sebab-sebab yang membatalkan perjanjian *shirkah*.

Bab ketiga, membahas tentang penyajian data. Dalam bab ini penulis akan menjelaskan dan menguraikan hasil observasi dilapangan yang berisikan mengenai gambaran umum akad kerjasama antara *Youtuber* dan *Google AdSense* yang meliputi tentang hal-hal sebagai berikut yaitu gambaran umum mengenai *Youtube* dan *Google AdSense*, cara mengikuti program *advertising* (periklanan) *Google AdSense*, cara kerja *Google AdSense* di *Youtube*, proses pembayaran *Google AdSense*, akad kerjasama yang terjadi antara *Google AdSense* dan *Youtuber*.

Bab keempat, membahas tentang Analisis Hukum Islam terhadap Kerja sama Bisnis *Advertising* pada *Google AdSense* di *Youtube*.

Bab kelima, merupakan bab penutup yang membahas tentang kesimpulan dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KONSEP AKAD KERJASAMA DALAM ISLAM

A. Pengertian *Shirkah*

Secara bahasa kata *shirkah* berarti *al-ikhtilat}* (percampuran) dan persekutuan. Yang dimaksud dengan percampuran disini adalah seseorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain sehingga sulit untuk dibedakan.[22] Lalu menurut istilah, kerjasama *shirkah* adalah keikutsertaan dua orang atau lebih dalam suatu usaha tertentu dengan sejumlah modal yang ditetapkan berdasarkan perjanjian untuk bersama-sama menjalankan suatu usaha dan pembagian keuntungan atau kerugian dalam bagian yang ditentukan. Atau, akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.[23] Adapun secara etimologi *shirkah* didefinisikan sebagai berikut:

الشِّرْكَةُ مُشْتَقَّةٌ مِنَ الإِشْتِرَاكِ الَّذِيْ هُوَ الإِجْتِمَاعُ، يَعْرِفُوْنَهَا بِأَنَّهَا اجْتِمَاعُ فِي اسْتِحْقَاقِ اَو تَصَرُّفِ.

"*Shirkah* merupakan kata yang berasal dari kata *isytirak* yang berarti perkongsian, diartikan demikian, karena shirkah merupakan perkongsian dalam hak untuk menjalankan modal"[24]

---

[22] Abdul Rahman Ghazaiy, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 127.
[23] Ismail Nawawi, *Fiqih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 151.
[24] Harun, *Fiqh Muamalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 178.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ada perbedaan definisi *shirkah* di kalangan ulama'. Menurut Malikiyah, *shirkah* adalah perkongsian dua pihak atau lebih di mana semua anggota perkongsian tersebut mengizinkan anggota lainnya untuk menjalankan modal untuk berusaha. Menurut kalangan Hanafiyah, *shirkah* merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut akad antara dua pihak yang berkongsi atau bersekutu dalam modal dan keuntungan. Menurut kalangan Syafi'iyah, *shirkah* adalah tetapnya hak para pihak yang berkongsi untuk menjalankan dan mengembangkan modal. Sementara kalangan Hanabiyah, berpendapat bahwa *shirkah* persekutuan dalam hak dalam berusaha atau menjalankan sebuah usaha.

Shirkah atau *musharakah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. *Shirkah* dan *musharakah*, meskipun sama-sama kerja bisnis, namun ada perbedaan kedua akad tersebut. dalam *shirkah*, masing-masing pihak ikut menanam modal dan kinerja. Sedang *musharakah*, masing-masing pihak ada yang menanam modal saja dan tidak ikut mengelola, ada pula pihak yang menanam modal sekaligus pengelola modal.[25]

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *shirkah* adalah persekutuan atau perkongsian dua pihak atau lebih dalam menjalankan sebuah usaha, baik dalam bidang perdagangan atau jasa dimana modal bisa dari semua pihak yang bersekutu atau dari sebagian mereka. Pekerjaan untuk menjalankan

[25] Harun, *Fiqh Muamalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 178-179.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

modal juga dapat dilakukan oleh semua pihak yang terlibat dalam perkongsian atau sebagian mereka, sementara risiko ditanggung bersama. Keuntungan dari usaha tersebut dibagi bersama secara proporsional dan sesuai dengan kesepakatan.[26]

B. Dasar Hukum *shirkah*

Shirkah mempunyai landasan hukum yang kuat, baik dari Al-Qur'an, Al-Sunnah, Ijma' dan dasar hukum lainnya. Dasar hukum *shirkah* dalam Al-Qur'an antara lain adalah sebagai berikut:[27]

1. Firman Allah dalam surat An-Nisa' ayat 12:[28]

فَهُمْ شُرَكَا ءُ فِيْ الثُلُثِ

"Mereka berkongsi untuk mendapatkan bagian sepertiga"

2. Firman Allah dalam surat Sad ayat 24:[29]

وَاِنَّ كَثِيْرًا مِّنْ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِى بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ اِلَّا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا وَعَمِلُوْا الصَّلِحَتِ وَ قَلِيْلُ مَّا هُمْ.

"Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini"

[26] Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 127-129.
[27] Ibid., 129-130.
[28] Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Semarang: CV.Toha putra, 1971), 161.
[29] Ibid.,1024.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sementara dasar hukum *shirkah* dari Al-Sunnah antara lain sebagai berikut:

1. Hadits riwayat dari Abu Hurairah:[30]

عَنْ اَبِى حَيَّانَ التَّيْمِىَّ عَنْ اَبِيْهِ عَنْ اَبِى هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ قَالَ: اِنَّ اللهَ يَقُوْلُ اَنَا ثَا لِثُ الشَّرِيْكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ اَحَدُهُمَا صَا حِبَهُ فَاِذَا خَا نَهُ خَرَخْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا.

"Dari Abu Hayyan al-Taimi dari ayahnya dari Abu Hurairah (*marfa'*) Rasulullah bersabda: sesungguhnya Allah swt. Berfirman 'Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersekutu, selama salah satu di antara mereka tidak mengkhianati lainnya, maka aku keluar dari persekutuan mereka"

2. Rasulullah Saw bersabda:

يَدُ اللهِ عَلَى الشَّرِيْكَيْنِ مَا لَمْ يَتَخَاوَنَا.

"Pertolongan Allah akan selalu menyertai dua pihak yang berkongsi atau bersekutu, selama mereka tidak saling mengkhianati"

Selain dasar hukum diatas, shirkah juga disyariatkan berdasarkan ijma' atau kesepakatan ulama dan juga kesepakatan kaum muslimin.[31]

C. Rukun dan Syarat *Shirkah*

Fukaha Hanafiyah mengemukakan bahwa rukun *shirkah* hanya satu yaitu ijab (ungkapan penawaran melakukan perkongsian) san qabul (ungkapan penerimaan perkongsian). Sedangkan menurut jumhur fukaha, rukun *shirkah* ada 3 yaitu:[32]

1. Para pihak yang mengadakan transaksi *shirkah*

[30] Sulaiman bin al-Asy'ats binsyaddad bin 'Amr al-Azadi Abu Daud, Sunan Abu Daud, (Digital library, al-Maktabah al-Syamilah al-Isdar al-Sani, 2005), X/176, hadis nomor 3385.
[31] Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 130.
[32] Fatmah, *Kontrak Bisnis Syariah* (Surabaya: UIN SA Press, 2014), 185.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Obyek transaksi
3. Ijab dan qabul

Syarat umum yang harus dipenuhi dalam semua bentuk *shirkah* diatas adalah sebagai berikut:[33]

a. Masing-masing pihak yang berkongsi memiliki kewenangan melakukan tindak hukum atas nama perkongsian dengan izin pihak lain. Segala tindakan tersebut bauk hasil maupun risikonya ditanggung bersama.
b. Sistem pembagian keuntungan harus ditetapkan secara jelas baik dari segi prosentase maupun periodenya. Misalnya 60 : 40 atau 70 : 30 per triwulan atau pertahun. Bila sistem pembagian keuntungan tidak dinyatakan secara jelas, maka hukumnya tidak sah.
c. Sebelum melakukan pembagian, seluruh keuntungan merupakan keuntungan bersama. Tidak boleh sejumlah keuntungan tertentu yang dihasilkan salah satu pihak dipindah sebagai keuntungannya sendiri.

Adapun ulama' fiqih berbeda pendapat dalam menetapkan rukun dan syarat *shirkah*. Menurut ulama' Hanafiyah, rukun *shirkah* adalah ijab dan kabul, yakni pernyataan kehendak melakukan *shirkah* yang datang dari para pihak yang berakad. Pernyataan kehendak ini dituangkan dalam kontrak kerjasama yang ditandatangani oleh kedua belah pihak. Sementara itu, menurut jumhur ulama

[33] Ibid., 187.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rukun akad ada empat, yakni dua orang berakad (*aqidain*), *ma'qud 'alaih*, yang terdiri dari modal dan keuntungan, ijab dan kabul, dengan syarat-syarat:[34]

a. *'Aqidain* (para pihak yang berserikat), disyaratkan mempunyai *ahliyah al-ada'* (kepantasan melakukan transaksi), yakni baligh dan berakal, cerdas dan tidak di *hajr* (dicekal melakukan *tasarruf* terhadap harta bendanya).

b. Ma'qud 'alaih (objek *shirkah*), yakni modal dan keuntungan disyaratkan:

1) Modal harus jelas adanya dan diketahui jumlahnya.
2) Para ulama sepakat modal dalam shirkah harus dalam bentuk modal *liquid*, ini berarti modal yang digabungkan dalam akad shirkah tidak bisa dalam bentuk komoditas. Namun ulama berbeda pendapat kalau uangnya berbeda bentuknya misalnya misalnya satu pihak dalam bentuk dinar, yang lain dalam bentuk dirham. Ibn al-Qasim, seperti yang dikutip Ibn Rusyd membolehkan hal tersebut, ini merupakan pendapat dari Imam Malik. Menurutnya nilai kedua modal itu harus diperhitungkan.
3) Modal diserahkan secara tunai, bukan dalam bentuk utang.
4) Keuntungan dibagi antara anggota syarikat menurut kesepakatan.
5) Pembagian keuntungan dinyatakan secara jelas ketika akad, misalnya seperdua, sepertiga, dan sebagainya.
6) Proporsi keuntungan ditetapkan berdasarkan penyertaan modal anggota *shirkah*. Disamping itu juga dapat ditetapkan berbeda dari penyertaan modal masing-masing.

[34] Rozalinda, *Fiqih Ekonomi Syari'ah:Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 193.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Majma' Al Fiqh Al Islami (Divisi Fiqh OKI) keputusan No. 52 (3/6) 1990—dalam Jurnal Majma' Al Fiqh Al Islami edisi VI jilid II hal 785, juga memutuskan: "Apabila akad terjadi antara dua orang yang berjauhan, tidak berada dalam satu majelis dan satu dengan lainnya tidak saling melihat atau mendengar, sedangkan media perantara antara mereka adalah tulisan atau surat atau orang suruhan, sebagaimana hal ini dapat diterapkan pada faksmili, teleks dan layar komputer (Internet). Dalam hal ini akad berlangsung dengan sampainya ijab dan qabul kepada masing-masing pihak yang bertransaksi".[35]

D. Macam-Macam *Shirkah*

Shirkah dalam literatur fiqih ada dua macam, yaitu:[36]

a. *Shirkah al-amlak*, yaitu dua orang atau lebih yang memiliki benda tanpa melalui akad *shirkah*. *Shirkah* ini terbagi pada:

   1. *Shirkah ikhtiariyah*, yaitu *shirkah* yang timbul dari perbuatan dari dua orang yang berakad. Misalnya, dua orang dibelikan sesuatu, atau dihibahkan suatu benda. Kemudian, mereka menerima maka jadilah keduanya berserikat memiliki benda tersebut.
   2. *Shirkah jabariyah*, yaitu *shirkah* yang timbul dari dua orang atau lebih tanpa perbuatan keduanya. Misalnya, dua orang atau lebih menerima

[35] Divisi Fiqh OKI, *Majma' Fiqh al-Islamiy* edisi VI jilid II, 785.
[36] Rozalinda, *Fiqih Ekonomi Syari'ah:Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 193.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

harta warisan maka para ahli waris berserikat memiliki harta warisan secara otomatis tanpa usaha atau akad.

b. *Shirkah al-uqud*, yaitu ungkapan terhadap akad yang terjadi antara dua orang atau lebih untuk berserikat terhadap harta dan keuntungan. *Shirkah al-uqud* terbagi terbagi menjadi empat macam yaitu:

1. *Shirkah al-inan* atau *shirkah al-amwal* yaitu dua orang menggabungkan hartanya untuk diperdagangkan, sedangkan keuntungan dibagi berdua. Pada syarikat ini modal tidak disyaratkan jumlahnya sama. Salah satu pihak boleh memasukkan modalnya lebih banyak dari pihak lainnya, begitu juga dengan pengelolaan kerja, dibolehkan salah satu pihak mempunyai intensitas yang lebih banyak dari pihak lain. Sementara itu, laba dibagi menurut kesepakatan. Bila terjadi kerugian, kerugian itu ditanggung sesuai dengan banyaknya saham/modal dalam perserikatan tersebut. Syarat dari *shirkah inan* ini adalah:[37]

a) Modal merupakan harta tunai, bukan utang dan tidak pula barang yang ada ditempat. Modal merupakan sarana untuk melakukan transaksi, sedangkan transaksi tidak mungkin tidak mungkin dilakukan kalau modalnya berbentuk utang atau tidak ada.

b) Modal harus berupa uang, seperti dinar, dirham, atau rupiah, bukan berupa barang, seperti benda bergerak dan tak bergerak.

Bentuk syarikat ini pada saat sekarang dapat dilihat pada firma, PT, CV dan koperasi. Masing-masing anggota memasukkan modal/saham ke

[37] Ibid., 195.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam perusahaan yang bersangkutan, kemudian dikelola bersama atau oleh salah satu pihak saja dan keuntungan dibagi berdasarkan jumlah saham masing-masing.

2. *Shirkah al-mufawadah* atau *al-musawamah*, yaitu dua orang arau lebih berakad untuk berserikat dalam suatu pekerjaan dengan syarat keduanya sama dalam modal, kerja, dan agama. masing-masing anggota menjadi penanggung-jawab (kafil) bagi yang lainnya dalam hal kewajiban, baik berupa penjualan maupun pembelian. Dinamakan *shirkah mufawadah* karena: 1) sama dalam modal, laba, kerja, dan agama. Dengan ungkapan lain, *shirkah al-mufawadah* merupakan perjanjian kerja sama anatara beberapa orang yang memasukkan modal dalam jumlah yang sama, begitu juga sama dalam pengelolaan usaha.[38] Di samping itu, masing-masing peserta menjadi penanggung jawab (kafil) bagi yang lain. Artimya masing-masing peserta sama hak dan kewajibannya pada usaha tersebut. Syarat yang harus dipenuhi dalam *shirkah mufawadah* ini yaitu:

a) Masing-masing anggota syarikat merdeka, baligh, berakal, dan cerdas. Artinya para pihak adalah orang yang cakap hukum maka tidak sah melakukan *shirkah mufawadah* antara orang dewasa dengan anak-anak.
b) Masing-masing anggota perserikatan mampu menerima perwakilan (wakil) dan mampu bertindak sebagai penanggung jawab (kafil) satu sama lain. Bila salah satu anggota melakukan transaksi setelah

[38] Ibid., 196.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimusyawarahkan dengan anggota lain. Ia dapat bertindak atas nama perserikatan atau sebagai wakil perserikatan.

Ulama' Malikiyah membolehkan akad *mufawadhah*. Namun, mereka berbeda konsep mufawadhahnya dengan golongan Hanafiyah. Bagi mereka anggota serikat dalam akad ini bebas dalam melakukan transaksi secara mutlak, tanpa harus meminta pendapat pada anggota perserikatan, baik anggota serikat berada dalam kota maupun di luar kota.

3. *Shirkah al-abdan* atau *al-'amal*, yaitu dua orang berserikat untuk menerima dan bertanggung jawab terhadap suatu pekerjaan, atas dasar upah yang diperoleh dibagi bersama sesuai kesepakatan.[39] *Shirkah* ini boleh dilakukan menurut ulama' malikiyah, Hanafiyah, Hanabilah, dan Zaidiyah karena tujuan dari akad ini adalah mendapatkan keuntungan. Alasan yang dikemukakakan ulama' ini adalah *shirkah* ini sudah berlaku di tengah masyarakat, seperti tukang kayu dengan tukang besi bergabung untuk mengerjakan sebuah bangunan atas dasar upah yang mereka terima mereka bagi bersama. Untuk kesahan akad ini ulama Malikiyah mensyaratkan:[40]

a) Profesi anggota syarikat harus sama, misalnya tukang bangunan baik tukang batu, tukang kayu, tukang besi bergabung dalam membangun sebuah bangunan. Apabila pekerjaannya berbeda, namun bergabung

[39] Ibid., 198.
[40] Ibid., 198-199.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam suatu usaha misalnya sarjana ekonomi masuk dalam sebuah CV kontraktor hal itu diperbolehkan.

b) Pekerjaan yang dilakukan adalah sama, tidak dibenarkan melakukan pekerjaan yang berbeda kecuali bila pekerjaan yang dilakukan dua orang berserikat tersebut saling terkait satu tujuan, misalnya tukang kayu dengantukang batu berserikat untuk membangun rumah.

c) Tempat melakukan pekerjaan harus sama. Jika dua orang yang berserikat melakukan pekerjaan di tempat yang berbeda, *shirkah* ini menjadi tidak sah.

d) Pembagian keuntungan seimbang berdasarkan pada keahlian. Namun, ulama' Syafi'iyah, Immamiyah, Zufar pengikut Hanafiyah berpendapat, *shirkah* ini batil. Menurut mereka, *shirkah* hanya khusus terhadap harta, bukan pekerjaan karena pekerjaan tidak dapat diukur, dalam *shirkah* ini ada ketidakjelasan dan penipuan. Pada masa sekarang aplikasi dari *shirkah* ini dapat dilihat pada kesepakatan antarkontraktor untuk membangun sebuah gedung, misalnya kontraktor CV A dengan kontraktor CV B bergabung untuk membangun sebuah gedung.

4. *Shirkah wujuh*, yaitu dua orang berserikat tanpa ada modal. Maksudnya, dua orang atau lebih bekerja sama untuk membeli barang tanpa modal, hanya berdasarkan kepada kepercayaan pedagang kepada mereka atas dasar keuntungan yang diperoleh berserikat antara mereka berdua. Bentuk perserikatan ini banyak dilakukan oleh para pedagang dengan cara mengambil barang dari grosir atau supplier secara konsinyasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dagang. Kerja sama daganng ini hanya berdasarkan pada rasa kepercayaan, bila barang terjual dua orang yang berserikat tersebut membayar harga barang kepada pemilik barang, atas dasar keuntungan yang diperoleh dibagi dengan anggota perserikatan. Bentuk *shirkah* ini dibolehkan oleh ulama' Hanafiyah, Hanabilah, dan Zaidiyah karena *shirkah* ini merupakan akad yang mengandung unsur perwakilan, masing-masing serikat bertindak sebagai wakil mitra kerjanya dalam jual beli. Sementara itu ulama' Malikiyah, Syafi'iyah, Zhahiriyah, Imamiyah, Laits, Abu Sulaiman, dan Abu Tsur berpendapat, bentuk *shirkah* ini batil karena sesungguhnya *shirkah* berkaitan dengan harta dan pekerjaan.[41] Namun, kedua hal pokok ini tidak ada dalam *shirkah* ini. Di dalam akad ini unsur *gharar*. Oleh karena itu, *shirkah* ini menurut mereka tidak sah.[42]

E. Batalnya *Shirkah*

Hendi Suhendi menjelaskan, bahwa *shirkah* akan berakhir atau batal apabila terjadi hal-hal berikut:[43]

1. Salah satu pihak membatalkannya meskipun tanpa persetujuan pihak yang lainnya, sebab shirkah adalah akad yang terjadi atas dasar rela sama rela dari kedua belah pihakyang tidak ada kemestian untuk dilaksanakan

[41] Ibid,.
[42] Rozalinda, *Fiqih Ekonomi Syari'ah:Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 194-199.
[43] Sohari Sahrani, *Fiqih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 183.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

apabila salah satu pihak tidak menginginkannya lagi. Hal ini menunjukkan pencabutan kerelaan shirkah oleh salah satu pihak.

2. Salah satu pihak kehilangan kecakapan untuk ber-*tasharruf* (keahlian mengelola harta), baik karena gila maupun karena alasan lainnya.
3. Salah satu pihak meninggal dunia, tetapi apabila anggota shirkah lebih dari dua orang, yang batal hanyalah yang meninggal saja. *Shirkah* berjalan terus pada anggota-anggota yang masih hidup. Apabila ahli waris anggota yang meninggal mengehndaki turut serta dalam *shirkah* tersebut, maka dilakukan perjanjian baru bagi ahli waris yang bersangkutan.
4. Salah satu pihak ditaruh dibawah pengampunan, baik karenan boros yang terjadi pada waktu erjanjian shirkah tengah berjalan maupun sebab yang lainnya.
5. Salah satu pihak jatuh bangkrut yang berakibat tidak berkuasa lagi atas harta yang menjadi saham *shirkah*. Pendapat ini dikemukakan oleh mahdzab Syafi'i, Maliki, Hanbali. Hanafi berpendapat, keadaan bangkrut itu tidak membatalkan perjanjian yang dilakukan oleh yang bersangkutan.
6. Modal para anggota *shirkah* lenyap sebelum dibelanjakan. Apabila modal tersebut lenyap sebelum terjadi percampuran harta hingga tidak dapat dipisah-pisahkan lagi maka yang menanggung risiko adalah para pemiliknya sendiri. dan apabila hartanya lenyap setelah terjadi percampuran yang tidak bisa dipisahkan lagi, maka hal ini menjadi risiko bersama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Hikmah *Shirkah*

Manusia tidak dapat hidup sendirian, pasti membutuhkan bantuan orang lain dalam memenuhi kebutuhan. Ajaran islam, mengajarkan supaya kita menjalin kerjasama dengan siapapun terutama dalam bidang ekonomi dengan prinsip saling tolong-menolong dan menguntungkan, tidak menipu dan merugikan. Tanpa kerja sama, maka kita sulit untuk memenuhi kebutuhan hidup. Shirkah pada hakikatnya dalah sebuah kerja sama yang saling menguntungkan dalam mengembangkan potensi yang dimiliki baik berupa harta atau pekerjaan.[44] Oleh karena itu, Islam menganjurkan umatnya untuk bekerja sama kepada siapa saja dengan tetap memegang prinsip sebagaimana tersebut di atas. Maka hikmah yang dapat kita ambil dari *shirkah* yaitu adanya tolong menolong, saling membantu dalam kebaikan, menjauhi sifat egoisme, menumbuhkan rasa saling percaya, menyadari kelemahan dan kekurangan, dan menimbulkan keberkahan dalam usaha jika tidak berkhianat.

[44] Abdul Rahman Ghazaiy, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 135.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

GAMBARAN UMUM AKAD KERJASAMA ANTARA *YOUTUBER* DENGAN *GOOGLE ADSENSE*

A. Tentang *Youtube, Youtuber* dan *Google Adsense*

1. Youtube dan *Youtuber*

a. Sejarah dan Gambaran Umum

Menurut Baskoro, *Youtube* merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar bergerak dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Secara perorangan pribadi maupun kelompok bisa berpartisipasi mengunggah video ke server *Youtube* dan membaginya ke seluruh dunia.[45] Secara umum*Youtube* adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan *PayPal* pada februari 2005, ketiga mantan pegawai *PayPal* itu adalah Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hurley merupakan alumnus design di University Indiana Pennsylvania, sedangkan Chen dan Karim alumnus ilmu komputer di University Illionis Urbana-Champaign. Nama domain *Youtube.com* sendiri diaktifkan pada 15 februari 2005, dan pada bulan-bulan berikutnya Youtube mulai dibangun. Mereka bertiga mempublikasikan preview dari website

[45] Baskoro, Adi. *Panduan Praktis Searching di Internet* (Jakarta: PT TransMedia, 2009) 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut pada Mei 2005, atau 6 bulan sebelum launching secara resmi *(Youtube)*. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi *Adobe Flash Video* dan *HTML5* untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna/kreator, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu, konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan juga ada dalam situs ini. Lalu pada bulan oktober 2006, *Youtube, LLC* dibeli oleh *Google* dengan nilai US$1,65 miliar dalam bentuk saham dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan *Google Inc*.[46]

Setelah popularitas internet melejit pada awal tahun 2000-an, banyak sekali bisnis-bisnis internet yang bermunculan. semuanya menawarkan kemudahan yang bersifat cepat dan efisien dalam berbisnis, hal ini bisa mendapatkan penghasilan tanpa batas, salah satunya adalah sebuah fenomena *Youtube*. Fenomena *Youtube* ini memunculkan pekerjaan-pekerjaan baru seperti yang biasa disebut *Youtuber*. *Youtuber* sendiri adalah seorang pembuat konten video yang membagikan video tersebut secara online melalui platform *Youtube* dan orang-orang seperti ini secara otomatis telah terlibat dan bergabung bersama *Youtube partner*.[47] Disisi lain *Youtuber* memanfaatkan platform *Youtube* sebagai wadah untuk berekspresi, ajang menampilkan kreatifitas, berbagi ilmu

[46] https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube. 10 Agustus 2019.
[47] https://www.matahaya.com/2018/01/apa-itu-vlogger-bedakah-dengan-youtuber.htmlC.10 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maupun informasi dengan cara yang menghibur dan menyalurkannya dengan mudah keseluruh tempat ataupun negara. Selain digunakan sebagai wadah kreatifitas dan berekspresi, bukan rahasia umum lagi jika *Youtube* juga dimanfaatkan sebagai peluang bisnis yang menghasilkan uang secara online dengan sangat cepat dan mudah, cukup dengan cara bermitra dengan periklanan *Google AdSense*. Namun sebelum melakukan kerjasama dengan pihak *Google AdSense*, *Youtuber* tersebut harus mendaftarkan videonya kedalam *Google AdSense* terlebih dahulu dan harus melakukan beberapa syarat yang harus dipenuhi sebelum mendaftar ke *Google AdSense*. Setelah mendaftar dan mengikuti syarat yang telah ditentukan, maka *Youtuber* tersebut bisa menghasilkan uang sebanyak-banyaknya sesuai dengan banyaknya pengunjung atau *viewers* (penonton) yang didapatkan.[48]

b. Membuat saluran channel *Youtube*

Sebelum membuat saluran channel *Youtube* yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah merencanakan ide apa yang akan digunakan, serta menentukan tema apa yang akan dibuat. Kreator atau *Youtuber* dapat menggali ide dan tema saluran *Youtube* dari hal-hal seperti hobi, keahlian, bidang pekerjaan, bidang yang ingin dipelajari, dan lain sebagainya.

[48] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

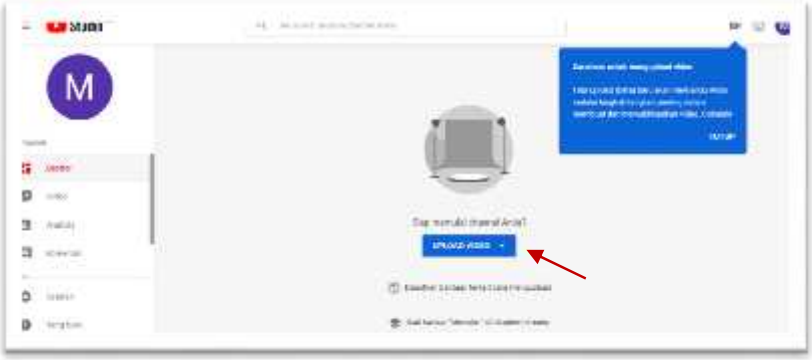
Selain melakukan hal-hal yang berkaitan dengan diri sendiri, seorang kreator atau *Youtuber* juga dapat menggali ide saluran *Youtube* dengan menggunakan berbagai macam *tool* seperti *Google Trends*, *Google Keyword Planner*, *Buzzsumo*, dan *Tool* lainnya.[49]

Untuk membuat saluran channel *Youtube*, langkah pertama yang dilakukan adalah memiliki atau membuat akun email pada gmail. Buka website email *https://www.gmail.com* setelah itu akan muncul form pendaftaran untuk diisi dengan data diri pribadi. Setelah selesai melakukan pendaftaran akun gmail, tahap kedua adalah membuat saluran channel *Youtube*. Buka website *https://www.youtube.com/* lalu pilih opsi setelan atau pengaturan.[50] Pilih dan masukkan akun gmail yang sudah didaftarkan tersebut untuk segera dihubungkan pada akun *Youtube*. setelah berhasil masuk untuk menghubungkan akun gmail pada *Youtube*, selanjutnya adalah membuat sebuah saluran channel *Youtube* hingga selesai dibuat. Setelah membuat saluran *Youtube*, kreator *Youtuber* bisa mengunggah atau mengupload video yang ingin dibagikan pada jejaring sosial *Youtube*.[51]

---

[49] Jefferly Helianthusonfri, *Passive Income dari Google AdSense* (Jakarta: PT.Elex Media, 2018) 168.
[50] Ibid., 180-181.
[51] https://www.centerklik.com/cara-membuat-channel-youtube-dan-upload-video-ke-youtube/. 10 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



2. *Google AdSense*

a. Sejarah dan Gambaran Umum

AdSense adalah program kerjasama periklanan melalui media internet yang diselenggarakan oleh *Google*.[52] Program ini didirikan setelah *Google* mengakuisisi *Pyra Labs* pada bulan Februari 2003. Sebulan berikutnya tepatnya pada tanggal 4 Maret 2003, *Chairman Google* dan CEO, Erick Schmidt, mengumumkan layanan iklan konten bertarget yang disebut *Adsense*. Untuk mendukung program *Adsense*, pada tanggal 23 April 2003 atau sebulan kemudia *Google* mengakuisisi *Applied Semantics* yang teknologinya mendukung layanan *Adsense*.

Sejak *Adsense* didirikan, unit *Adsense for Content* hanya mendukung bahasa inggris dan beberapa bahasa negara-negara di Eropa, Timur Tengah dan Asia Timur, serta satu negara Asia Tenggara yaitu bahasa Thailand. Namun akhirnya, pada tanggal 1 Februari 2012 *Google* secara resmi mengumumkan bahwa bahasa Indonesia kini didukung untuk

[52] Jefferly Helianthusonfri, *Passive Income dari Google AdSense* (Jakarta: PT.Elex Media, 2018) 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menampilkan unit iklan *Adsense for Content*, setelah sebelumnya bahasa Indonesia hanya didukung unit *Adsense for Search* saja. Kini *Adsense for Content* mendukung 36 bahasa negara di dunia.

Lalu pada tanggal 7 November 2012 *Google* mengumumkan telah memperbarui aplikasi permohonan *Adsense* bagi *publisher* baru yang mendaftar *Adsense* melalui *Youtube, Blogger dan Hubpages*. Sejak saat itu akun *Adsense* dibedakan menjadi dua macam, yaitu akun *Adsense Hosted* dan akun *Adsense non hosted*.[53] Yang dimaksud *Hosted* adalah penempatan iklan *Adsense* di website yang menjadi situs partner resmi *Google*. Untuk menggunakan akun *Hosted* ini, pengguna hanya bisa mendaftar lewat *Youtube* atau *Blogger*. Dan iklannya pun hanya bisa ditampilkan di *Youtube*, *Blogger*, dan *HubPages*. Jadi tidak akan tayang di platform lain. Sedangkan akun *Non Hosted* merupakan pemasangan iklan di situs yang bukan partner resmi *Google*. Atau bisa juga disebut dengan website yang tidak dihosting oleh *Google* dan partnernya. Untuk iklannya, bisa ditampilkan dimana saja, sehingga semakin banyak orang melihatnya.[54]

Terdapat beberapa istilah umum yang perlu diketahui. Istilah ini terdapat didalam program *Adsense*, yakni sebagai berikut:[55]

1) *Publisher*

[53] https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense. 10 Agustus 2019.
[54] http://internetmarketing.co.id/perbedaan-akun-adsense-hosted-dan-non-hosted/. 10 Agustus 2019.
[55] https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense. 10 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Publisher atau penayang iklan adalah orang atau pemilik situs web yang sudah terdaftar atau sudah disetujui oleh pihak pengelola aplikasi periklanan untuk memasang iklan *Adsense* di situs mereka. *Publisher* yang menayangkan iklan *Google* disebut *publisher Google AdSense*.

2) *Ad Units*

Yang dimaksud dengan *Ads Units* adalah iklan *Adsense* itu sendiri. *Ad Units* terdiri dari beberapa jenis bukan satu jenis dan beberapa ukuran bukan satu ukuran.

3) *Link Units*

Link Units hampir sama dengan *Ad Units*, hanya saja formatnya mirip dengan format menu yang biasa ditemui di situs-situs web. Yang membedakan *Link Units* dengan *Ad Units* adalah pada saat pengunjung meng-klik iklan ini, maka ia akan diarahkan pada halaman hasil pencarian di *Search Engine Google*.

4) *Adsense for Content*

Adsense for Content adalah iklan *Adsense* yang dipasang dalam suatu halaman. Iklan-iklan yang muncul adalah iklan-iklan yang berhubungan dengan isi halaman tersebut. atau istilahnya menggunakan konsep kontekstual. *Ad Units* dan *Link Units* adalah yang termasuk dalam *Adsense for Content* ini.[56]

5) *Alternate Ads*

[56] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada *Adsense for Content*, iklan tidak selalu muncul. Sebabnya antara lain bisa karena memang stok iklan yang berhubungan dengan isi situs sudah habis atau *Google* tidak dapat memperkirakan apa isi situs itu sebenarnya. Jika ini terjadi, secara default, yang ditampilkan adalah iklan layanan masyarakat atau sering dikenal dengan istilah PSA (*Public Service Ads*). Karena bertipe donasi, maka jika di klik iklan ini tidak menghasilkan apa-apa bagi publisher. Untuk mengatasinya, *Google* memperbolehkan pengguna untuk memasang *Alternate Ads* atau iklan alternatif. Dan pada akhirnya nanti, yang muncul adalah iklan alternatif yang telah diatur sebelumnya.

6) *Page Impressions*

Page Impressions adalah jumlah yang menunjukkan berapa kali halaman yang mengandung *Ad Units* dibuka oleh pengunjung. Nilainya tidak terpengaruh oleh kuantitas *Ad Units* yang ada di dalam halaman yang bersangkutan.

7) *Clicks*

Clicks adalah jumlah klik pada *Ad Units* milik *publisher*. Dalam halaman laporan *AdSense*, *Publisher* dapat melihat total klik yang ia dapatkan, maupun berdasarkan *Ad Units* atau Channelnya.

8) CTR *(Click Trough Rate)*

CTR adalah perbandingan dalam persen antara jumlah klik yang diterima suatu *Ads Units* dengan jumlah tampilan *Ads Units*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut. misalnya, satu *Ad Units* yang ditampilkan 40 kali dan di klik 10 kali memiliki nilai CTR 25% (10:40)[57]

9) CPC *(Cost Per Click)*

CPC adalah jumlah uang yang akan didapatkan oleh publisher apabila *Ads Units* tertentu di klik. Nilai CPC masing-masing *Ads Units* berbeda dan ditentukan oleh banyak faktor, termasuk performa dan kualitas situs milik publisher. Namun secara umum nilai maksimal yang mungkin adalah 20% dari nilai tawaran dinamis yang ditawarkan oleh pemasang iklan.

10) eCPM *(Effective CPM)*

eCPM atau CPM *(Cost Per Million)* adalah hasil pembagian antara jumlah pendapatan publisher dengan jumlah impresi halaman (per 1000) yang didapatkan dari iklan-iklannya. Sebagai contoh, publisher yang menghasilkan USD 200 dari 50.000 impressi akan memiliki nilai CPM sebesar USD 4 (USD 200 dibagi 50).

Melalui program periklanan *AdSense*, pemilik konten yang telah mendaftar dan disetujui keanggotaannya dapat menayangkan iklan-iklan dari *Google AdSense* di dalam konten mereka.[58] Untuk unit iklan yang akan dipasang, bentuk dan materinya telah ditentukan oleh

[57] Ibid.,
[58] Jefferly Helianthusonfri, *Passive Income dari Google AdSense* (Jakarta: PT. Elex Media, 2018) 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Google. Iklan yang muncul juga memiliki bermacam-macam jenis, bisa berupa teks, gambar, *Flash*, *Audio Unit*, tautan, dan Video.[59]

Dari pemasangan iklan tersebut, pemilik konten akan mendapatkan pemasukan atau komisi berupa pembagian keuntungan dari *Google* untuk setiap iklan yang diklik dan ditonton oleh penonton *(viewers)*.[60] Untuk metode komisi yang digunakan, yang pertama *Google AdSense* menggunakan metode PPC *(Pay Per Click)* bayar per klik atau yang berarti komisi akan dihitung dari setiap iklan yang di klik oleh pengunjung konten. Lalu yang kedua, menggunakan metode RPM *(Revenue per Thousand Impressions)* atau pendapatan perseribu impresi yang berarti komisi akan dihitung dari setiap iklan yang tayang tiap 1.000 tontonan. RPM yang diperoleh biasanya diperoleh antara $0.13 sampai dengan $0.30, hal ini tergantung dari wilayah, jenis konten iklan, jenis iklan dan jumlah *subscriber*.[61]

Untuk bergabung dalam program *AdSense*, ada beberapa syarat dasar yang harus dimiliki sebuah channel *Youtube* agar disetujui untuk bergabung bersama program adsense. Hal yang harus diperhatikan pertama kali adalah akun channel *Youtube* harus sudah terverifikasi dengan nomor ponsel dan sudah melakukan pengaturan sesuai standar channel agar bisa mengaktifkan fitur-fitur di dalam channel *Youtube* tersebut. Syarat kedua, channel *Youtube* tersebut sudah mengumpulkan

[59] http://ads-online-adsense.blogspot.com/. 10 Agustus 2019.
[60] https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense. 10 Agustus 2019.
[61] https://www.anakkost.tv/kalkulator-youtube-adsense/. 10 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jumlah tayang sebanyak 4.000 jam tonton *(Watchtime)* dari semua total video yang di upload dalam jangka waktu maksimal 12 bulan terakhir. *Watchtime* ini dihitung dari seberapa lama orang menonton video yang diunggah pada semua video yang dibuat. Syarat ketiga, yaitu mengharuskan channel youtube tersebut memiliki 1.000 pengikut *(subscriber)*. *Subscriber* yang didapat ini haruslah asli, tidak boleh menggunakan cara yang bersifat curang seperti menggunakan aplikasi pembantu *sub for sub* untuk memperoleh *subscriber* secara cepat dan instan.[62]

b. Cara mendaftar atau mengikuti program *Google AdSense*

Untuk melakukan pendaftaran dan bergabung dengan *Google AdSense*, kreator membutuhkan dua hal ini terlebih dahulu untuk membuat akun *Adsense* baru:[63]

1) Akun *google*

   Sudah membuat atau memiliki sebuah layanan milik google yaitu Gmail.

2) Konten milik kreator sendiri yang sudah dibuat dari awal. Hal ini bisa berupa situs, blog, saluran channel *youtube*, atau konten asli lainnya milik kreator, selama kreator tersebut adalah pemilik aslinya dan sudah memenuhi kebijakan program *AdSense*.

[62]https://www.liputan6.com/bisnis/read/3966941/ingin-menjadi-youtuber-ini-cara-raup-uang-dari-google-adsense. 11 Agustus 2019.
[63] https://support.google.com/adsense/answer/7402253?hl=id. 11 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Langkah-langkah selanjutnya yang dilakukan untuk mendaftar atau membuat akun *Adsense* baru adalah sebagai berikut:[64]

1) Buka *https://www.google.com/adsense/start*
2) Klik daftar.
3) Masukkan URL situs channel *youtube* pribadi yang ingin dipasang iklan.
4) Masukkan alamat email.
5) Klik simpan dan lanjutkan.
6) Login ke akun *google*.
7) Pilih negara atau wilayah tempat tinggal pribadi.
8) Tinjau dan setujui persyaratan serta ketentuan adsense
9) Klik buat akun. Akun *Adsense* yang baru, telah selesai dibuat.

c. **Cara kerja *Google AdSense***

Google AdSense menyediakan cara bagi pemilik situs untuk mendapatkan uang dari konten online mereka. *Adsense* bekerja dengan mencocokkan iklan teks atau iklan bergambar dengan situs pembuat konten berdasarkan konten dan pengunjung. Iklan tersebut dibuat dan dibayar oleh pihak ketiga yaitu pengiklan yang ingin mempromosikan produk mereka. Para pengiklan ini tergabung didalam sebuah program *Google Ads*. Program *Google Ads* sendiri adalah program periklanan online *google*. Program ini memberikan pelayanan bagi para pelaku

[64] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perseorangan maupun kelompok bisnis agar dapat membuat iklan online untuk menjangkau konsumen yang tepat dalam mempromosikan produk atau layanan yang akan ditawarkan para pengiklan.[65] Selanjutnya *AdSense* bekerja dalam langkah-langkah berikut ini yaitu:[66]

1) Para pengiklan menyediakan iklan online pada program *Google Ads*

   Melalui produk *Google Ads*, para pengiklan yang telah membuat iklan online akan dikumpulkan menjadi satu dalam program ini, lalu iklan-iklan yang telah dibuat dan telah terkumpul akan dijual dan diapasang oleh *AdSense* pada situs-situs media massa untuk dipromosikan. Media yang digunakan untuk menampilkan iklan tersebut seperti channel *youtube*, artikel web, dan media lainnya.

2) *Adsense* akan memilih dan mengatur proses pemasangan iklan

   Iklan yang membayar paling tinggi akan muncul di dalam konten para kreator, Para pengiklan yang tergabung dengan pihak *AdSense*, akan menawar harga iklan yang akan ditampilkan dalam ruang iklan para kreator di pelelangan waktu nyata. Iklan yang membayar paling tinggi akan ditampilkan didalam konten kreator tersebut. Namun sebelum melakukan pelelangan iklan berlangsung, sistem *AdSense* akan terlebih dahulu menyaring semua iklan *google ads* yang tersedia untuk menentukan mana saja yang bersaing untuk ditampilkan pada konten milik kreator. Setelah pihak *AdSense*

[65] https://support.google.com/google-ads/answer/6319?hl=id. 12 Agustus 2019.
[66] https://support.google.com/adsense/answer/6242051?hl=id. 12 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengumpulkan beberapa iklan, pihak adsense akan melakukan pelelangan, pelelangan yang dilakukan menggunakan sistem peringkat. Contoh lelang iklan untuk unit iklan yang menampilkan satu iklan:[67]

Pengiklan	Tawaran CPC	Angka Mutu	Iklan ditampilkan?
Anisa	Rp50.000	10	Ditampilkan
Budi	Rp30.000	10	Tidak ditampilkan
Cecep	Rp10.000	10	Tidak ditampilkan

Dalam contoh ini, ada tiga pengiklan yang sama bersaing untuk unit iklan yang dapat menampilkan hanya satu iklan. Anisa memenangkan lelang karena ia penawar tertinggi, berdasarkan pada tawaran CPC.

3) Para kreator menyediakan ruang iklan dan dibayar.

Menyediakan ruang iklan, Para kreator menyediakan ruang iklan didalam konten mereka dengan menempelkan kode iklan dan memilih lokasi untuk menempatkan iklan. Iklan yang akan dipasang didalam konten kreator, berasal dari para pengiklan yang tergabung dalam pihak *AdSense*. Pihak *AdSense* akan menangani proses penagihan pada semua pengiklan untuk iklan yang ditampilkan pada konten milik para kreator, setelah itu pihak *AdSense* akan memberikan serta menyalurkan pembayaran tersebut pada para kreator sesuai dengan perhitungan komisi yang sudah diatur sejak

[67] https://support.google.com/adsense/answer/160525?hl=id. 12 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

awal. hal ini berguna untuk memastikan bahwa para kreator tersebut menerima pembayaran atas penayangan iklan pada konten mereka.[68]

Untuk banyaknya penghasilan yang akan didapatkan oleh para kreator, hal itu akan bergantung pada beberapa faktor yaitu:[69]

a. Jenis iklan yang muncul didalam laman kreator.

Dengan menampilkan iklan *AdSense* untuk konten, para kreator dapat menampilkan iklan yang dibayar saat pengguna mengklik iklan atau saat pengguna melihatnya. Semua iklan bersaing dalam lelang iklan dan sistem *AdSense* secara otomatis memilih pengiklan yang bersedia membayar dengan jumlah tertinggi.

b. Penetapan harga iklan muncul di laman kreator

Tidak semua iklan diberi harga yang sama, sehingga faktor seperti anggaran pengiklan yang terus berubah, konten khusus, dan iklan yang dipilih pengguna untuk diklik akan mengakibatkan penghasilan kreator berviariasi dari hari ke hari.[70]

c. Seberapa banyak produk *AdSense* yang kreator gunakan.

Kreator dapat memperoleh penghasilan dari *AdSense* melalui berbagai cara, yakni dengan menampilkan iklan di

[68] https://support.google.com/adsense/answer/6242051?hl=id. 12 Agustus 2019.
[69] https://support.google.com/adsense/answer/9902?hl=id&ref_topic=1319755. 13 Agustus 2019.
[70] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

laman web, dengan menyediakan penelusuran bagi pengguna, dengan menampilkan iklan dalam umpan, dan lain-lain. Menggunakan lebih banyak produk adsense akan meningkatkan potensi penghasilan. Setelah menjadi bagian dari *Google AdSense*, kreator dapat setiap saat melihat penghasilan dengan masuk dan melihat laporan kreator. Kreator dapat melihat jumlah total klik iklan, tayangan, rasio klik-tayang (RKT), dan penghasilan total. Klik iklan atau tayangan Informasi ini akan memberi kreator gagasan tentang seberapa baik kinerja program dan seberapa banyak perolehan penghasilan yang didapatkan kreator seiring berjalannnya waktu.[71]

d. Metode Pembayaran *Google Adsense*

Google AdSense bagi para pelaku bisnis online pada zaman modern seperti sekarang, merupakan sebuah media alat penghasilan yang cepat dan mudah untuk mengeruk keuntungan online atau uang online. Berbekal memiliki konten yang bagus dan mampu menarik ratusan maupun jutaan penonton setiap harinya, penghasilan yang diraup pun akan terus mengalir dan bertambah pada para kreator konten tersebut. Maka hal selanjutnya yang diperlukan adalah bagaimana cara untuk menerima pembayaran *Google AdSense* tersebut.

[71] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Google AdSense memiliki bermacam-macam metode pembayaran. Para kreator youtube bisa memilih metode pembayaran yang tersedia tergantung pada alamat pembayaran. Opsi pembayaran tersebut adalah sebagai berikut:[72]

a. Transfer dana elektronik (EFT)

Untuk EFT yakni dengan cara menyetorkan langsung penghasilan *AdSense* ke rekening bank pengguna dalam bentuk mata uang domestik. EFT merupakan metode pembayaran mata uang paling cepat, aman, dan ramah lingkungan dan EFT sendiri memiliki beberapa jenis yang dikategorikan dalam tiga macam cara. Yang pertama, yaitu *Single Euro Payments Area* (SEPA). untuk transaksi *Single Euro Payments Area* (SEPA) memberikan opsi transfer dana Elektronik (EFT) yang terjangkau dan efisien di sejumlah negara di Eropa yang menggunakan mata uang Euro saja. Sistem SEPA memungkinkan perusahaan dan konsumen eropa mengirim pembayaran EFT ke negara manapun yang berada di area pembayaran Euro. Yang kedua, yaitu *Western Union Quick Cash*. untuk pembayaran melalui *Western Union Quick Cash* saat ini hanya tersedia untuk sejumlah beberapa sebagian negara saja, dan negara Indonesia sendiri belum dimasukkan dalam dalam daftar kategori metode pembayaran *Western Union Quick Cash* tersebut.[73]

[72] https://support.google.com/adsense/answer/1714397. 13 Agustus 2019.
[73] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Yang terakhir, yaitu Transfer Bank. Transfer Bank akan mengirimkan pembayaran dana secara langsung ke dalam rekening bank pengguna. Pihak *AdSense* akan mengirim penghasilan pengguna dalam mata uang Dollar AS atau Euro, bergantung pada mata uang akun pengguna, melalui transfer bank internasional ke bank yang pengguna pilih, dan pengguna akan mendapatkan uang di rekening bank yang pengguna tentukan. Untuk menggunakan Transfer Bank sebagai metode pembayaran, pengguna harus memberikan informasi rekening bank dan memverifikasi rekening menggunakan setoran percobaan dengan jumlah kecil.

b. Cek

Pembayaran melalui cek akan dikirimkan melalui pos biasa. Pengguna akan menerima cek dalam jangka waktu 2 sampai 4 minggu setelah tanggal pengiriman. Pembayaran melalui cek hanya dikirimkan pada negara Argentina, Bolivia, Cile, Kolombia, Ekuador, Meksiko, Paraguay, Uruguay, dan Venezuela.[74]

Langkah-langkah untuk memilih dan menyiapkan metode pembayaran pada *Google Adsense:*[75]

1. Login ke akun *AdSense*.
2. Klik pembayaran.
3. Klik kelola metode pembayaran.

[74] https://support.google.com/adsense/answer/1714397.
[75] https://support.google.com/adsense/answer/9258902?hl=id&ref_topic=1727182.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Klik tambahkan metode pembayaran.
5. Di bagian tambahkan metode pembayaran, masukkan informasi rekening bank dan informasi lainnya.
6. Centang kotak, tetapkan sebagai metode pembayaran utama.
7. Klik simpan, dan selesai.

e. Penerapan akad kerjasama antara *Youtuber* dengan *Google AdSense*

Penerapan akad pada umumnya adalah bertemunya kedua belah pihak untuk melakukan suatu transaksi yang kemudian disepakati secara bersama-sama dalam satu majelis. Namun, untuk praktik kerjasama yang dilakukan antara *Youtuber* dengan *AdSense* terjalin dengan lokasi yang berbeda, sehingga hanya mampu mengandalkan media *text message* berbasis web.

Konsep yang diberlakukan untuk menjadikan konten video yang awalnya digunakan untuk sebatas hiburan menjadi alat penghasil uang yakni dengan cara pengajuan monetisasi yang diberlakukan *AdSense* kepada pembuat konten. Untuk dapat melakukan monetisasi, biasanya *AdSense* akan menyortir terlebih dahulu apakah konten yang terkandung dalam akun tersebut layak untuk dipasangi iklan.

Skema akad tersebut terdiri dari *AdSense* selaku pihak yang menyediakan jasa perikalan yang jasanya dimanfaatkan oleh pengiklan. Dalam pembahasan di sini, pengiklan adalah pihak ketiga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang tidak masuk dalam perincian analisis. Kemudian ada *Youtuber* selaku pembuat konten di laman *You Tube* yang memiliki lebih dari 1000 *subscriber* dan lebih dari 4000 jam tayang di videonya.

Objek akadnya dalam bisnis tersebut adalah iklan yang ditampilkan oleh *AdSense* pada konten *Youtuber* yang berupa video tersebut. Sedangkan pelaksanaannya adalah sebagaimana yang sudah dijelaskan di atas tadi dan akan diperjelas serta diperinci pada sub-bab berikutnya.

Kemudian, konsep kesepakatannya adalah setelah monetisasi tersebut disetujui oleh pihak *AdSense.* Dari sini tentu akad yang dilakukan tidak berlangsung secara tatap muka, melainkan terpisah.

Majma' Al Fiqh Al Islami (Divisi Fiqh OKI) keputusan No. 52 (3/6) 1990—dalam Jurnal Majma' Al Fiqh Al Islami edisi VI jilid II hal 785, juga memutuskan: "Apabila akad terjadi antara dua orang yang berjauhan, tidak berada dalam satu majelis dan satu dengan lainnya tidak saling melihat atau mendengar, sedangkan media perantara antara mereka adalah tulisan atau surat atau orang suruhan, sebagaimana hal ini dapat diterapkan pada faksmili, teleks dan layar komputer (Internet). Dalam hal ini akad berlangsung dengan sampainya ijab dan qabul kepada masing-masing pihak yang bertransaksi".[76]

[76] Divisi Fiqh OKI, *Majma' Fiqh al-Islamiy* edisi VI jilid II, 785.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Proses Kerjasama antara *Youtuber* dan *Google AdSense*

Pada zaman modern seperti saat ini yang mengandalkan kemajuan teknologi internet dalam berbagai hal, banyak yang memanfaatkannya sebagai media untuk mencari keuntungan, salah satunya adalah bisnis online. Salah satu bisnis online yang sekarang sedang banyak dilakukan di kalangan para anak muda hingga orang dewasa adalah menjadi seorang *Youtuber.*

Sejak viralnya video-video di *Youtube* milik beberapa *Youtuber* sukses seperti Atta Halilintar dan Ria Ricis, hal tersebut banyak memicu para anak muda untuk memulai dan mencoba mencari keuntungan lewat platform *Youtube* dengan membuat saluran channel youtube mereka sendiri agar mendapatkan uang.

Hal ini diungkapkan oleh dua orang pemuda berumur 22 tahun yang bernama Mari'e Zainal, seorang pemuda yang berasal dari Aceh, dan Rendra Pradipta pemuda yang berasal dari Surabaya.[77] Mereka berdua adalah seorang youtuber sekaligus pemilik saluran channel *Youtube* yang bernama MR.Channel.

Berawal dari pengetahuan mereka mengenai viralnya beberapa *Youtuber* yang sukses, mereka berdua mulai tertarik pada hal tersebut lalu mulai mencari tahu dan belajar tentang bagaimana menjadi seorang *Youtuber* untuk mendapatkan uang. Meski awalnya mereka berdua sempat ragu untuk memulai, namun karena banyak dukungan dan motivasi yang diberikan oleh teman-teman

[77] Marie dan Rendra, *Wawancara* Surabaya, 14 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang ada, maka mereka berdua memutuskan untuk mulai mencoba membuat saluran channel *youtube* pada bulan Agustus tahun 2018, dan channel *youtube* tersebut diberi nama MR.Channel. Nama MR.Channel sendiri, diambil dari singkatan nama mereka berdua, yaitu huruf M yang berarti Mari'e, dan huruf R yang berarti Rendra, hingga akhirnya terbentuklah nama MR.Channel.[78]

Dua orang narasumber tersebut bekerjasama menjadi sebuah partner dan mulai mengupload atau mengunggah beberapa video ke dalam channel *youtube* tersebut untuk segera dibagikan dan ditonton oleh orang banyak. Konten video yang kedua narasumber unggah pada saluran channel *youtube*-nya, berisi dua jenis konten video yang secara umum meliputi konten video yang sifatnya hiburan (kesenangan), dan yang kedua bersifat edukasi (tips atau sesuatu yang bisa dipelajari).

Selanjutnya adalah membahas mengenai monetisasi channel *youtube*. Monetisasi adalah mengubah konten video pada platform *youtube* agar yang awalnya sebagai media hiburan saja bisa berubah fungsi menjadi alat penghasil

[78] Marie dan Rendra, *Wawancara* Surabaya, 14 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keuntungan. Sistem monetisasi sudah banyak dilakukan oleh para *youtuber* muda hingga dewasa untuk mencari penghasilan secara cepat dan mudah dengan hanya bermodalkan konten video saja. Langkah pertama yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah menghubungkan atau menautkan akun *AdSense* yang telah dibuat dengan program *Youtube Partner* terlebih dahulu.

Syarat khusus utama yang harus dilakukan adalah terlebih dahulu mengumpulkan penonton *(viewers)* serta pengikut *(subscriber).* Pada awalnya, *Channel Youtube* yang dimiliki oleh narasumber memiliki jumlah sebanyak seribu dua ratus *subscriber*, namun kini kian berkembang menjadi tiga ribu *subscriber* lebih dan mendapat sekitar dua ratus dua puluh ribu lebih jam tayang. Setelah mendapat *viewers* dan *subscriber* banyak, narasumber mulai bergabung dengan *Google AdSense* dan membuat sebuah akun.[79] Berikut langkah-langkahnya yaitu sebagai berikut:[80]

1. Mematuhi semua kebijakan monetisasi *Youtube*
2. Tinggal di negara atau wilayah tempat program *partner youtube* tersedia.
3. Memiliki lebih dari 4000 jam waktu tonton publik dalam 12 bulan terakhir.
4. Memiliki setidaknya minimal 1000 *subscriber.*
5. Memiliki akun *Google AdSense* yang bisa ditautkan.
6. Jika telah memenuhi syarat di atas, selanjutnya adalah masuk ke *creator studio* dengan menggunakan saluran channel yang sudah dimiliki
7. Masuk ke menu *channel* dan pilih ikon status dan fitur

[79] Marie dan Rendra, *Wawancara* Surabaya, 14 Agustus 2019.
[80] Jefferly Helianthusonfri, *Passive Income dari Google AdSense* (Jakarta: PT.Elex Media, 2018) 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8. Cari fitur monetisasi dan klik aktifkan

Jika semua langkah di atas telah dilakukan, selanjutnya adalah melakukan empat prosedur akhir untuk mengajukan monetisasi, yaitu sebagai berikut:[81]

1. Menyetujui perjanjian kebijakan *Youtube Partner*
2. Menautkan atau menghubungkan akun *AdSense* yang sudah dibuat sebelumnya. Setelah terhubung, kreator *youtube* akan diarahkan untuk mengisi formulir mengenai data diri pribadi, alamat dan negara tempat asal, nomor telepon dan lain-lain.
3. Memilih preferensi monetisasi atau jenis format tampilan iklan yang akan dipasang pada saluran *youtube*. Contoh jenis format tampilan iklan:

4. *Channel youtube* yang telah mengajukan monetisasi akan ditinjau oleh pihak *youtube*, untuk memastikan apakah *channel* tersebut sudah layak untuk diterima. Proses ini biasanya akan memakan waktu minimal selama dua minggu hingga beberapa bulan. Setelah pemilik channel youtube mendapat konfirmasi telah diterima oleh pihak *youtube*, maka pemilik *channel youtube* sudah bisa memasang iklan pada *channel youtube*-nya.

[81] https://www.klikmania.net/cara-paling-mudah-daftar-adsense-melalui-youtube-update-lengkap/#14 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagi narasumber sendiri, ketika melakukan proses pengajuan monetisasi kepada pihak *Youtube* seperti langkah-langkah di atas, membutuhkan waktu kurang lebih selama satu bulan untuk menunggu mendapatkan konfirmasi sebagai tanda telah disetujuinya channel youtube tersebut dari pihak youtube partner. Setelah resmi disetujui, narasumber bisa memasang iklan yang akan ditampilkan didalam video milik narasumber.

Untuk menayangkan iklan *Google AdSense* pada video di *Youtube*, status monetisasi harus diaktifkan terlebih dahulu. Cara untuk melakukannya adalah sebagai berikut:

1. Langkah pertama, yaitu mengklik opsi saluran lalu mengaktifkan akun *channel*. setelah itu akan muncul laman perjanjian monetisasi *youtube* untuk disetujui, setelah menyetujui perjanjian monetisasi selanjutnya adalah memonetisasi semua video yang ada satu-persatu. Setelah aktif, maka video yang ada bisa dipasang oleh beberapa iklan *adsense* yang akan ditayangkan. Contoh akun *youtube* yang berhasil termonetisasi akan memiliki lambang khusus dengan tanda mata uang dollar berwarna hijau:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Langkah kedua, yaitu mengedit video untuk mengatur, memasang, atau menempatkan iklan yang akan ditampilkan. Dalam hal ini kreator diberi kebebasan untuk menempatkan pada menit keberapa iklan akan dipasang. Banyaknya pemasangan iklan pun sesuai keinginan kreator karena memang tidak ada batas maksimal.[82]

   Yang perlu digaris-bawahi ketika hendak mengunggah video, tidak diperkenankan menggunakan lagu *backsound* yang memiliki hak cipta, karena jika menggunakan *backsound* lagu yang memiliki hak cipta maka video tersebut tidak dapat dimonetisasi sehingga mengakibatkan tidak mendapat penghasilan apapun. Untuk itu dianjurkan menggunakan *backsound* lagu *no copyright* agar tidak terkena pelanggaran hak cipta.[83]

   Untuk jenis atau isi iklan yang akan dipasang didalam konten video yang telah diunggah, kreator *youtube* tidak bisa memilih jenis iklan apa yang akan ditampilkan, hal ini sudah tertulis didalam isi kebijakan dan peraturan *Google AdSense* tersendiri. Pihak *Google AdSense* akan memilihkan iklan yang akan ditampilkan berdasarkan menurut ketentuan dan sistem yang digunakan pihak *AdSense* tersendiri. *Google* secara otomatis menayangkan iklan yang ditargetkan ke konten dengan melakukan beberapa cara yaitu sebagai berikut:[84]

   1) Penargetan kontekstual

[82] Marie dan Rendra, *Wawancara* Surabaya, 14 Agustus 2019.
[83] Marie dan Rendra, *Wawancara* Surabaya, 14 Agustus 2019.
[84] https://support.google.com/adsense/answer/9713. 14 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teknologi yang dipakai menggunakan sejumlah faktor seperti analisis kata kunci, frekuensi kata, ukuran font, dan struktur link web secara keseluruhan, untuk menentukan tema halaman dan mencocokkan iklan *Google* dengan tepat ke masing-masing halaman.

2) Penargetan penempatan

Dengan penargetan penempatan, pengiklan memilih penempatan iklan tertentu, atau subbagian situs penayang, yang digunakan sebagai tempat menjalankan iklannya. Iklan yang bertarget penempatan mungkin tidak terlalu relevan dengan konten halaman, namun dipilih oleh pengiklan yang menemukan kecocokan antara minat pengguna dengan penawaran.

3) Penargetan yang dipersonalisasi

Iklan hasil personalisasi memungkinkan pengiklan menjangkau pengguna berdasarkan minat, demografi, dan kriteria lainnya.

Menurut sistem yang digunakan, pemasangan iklan *Google AdSense* memiliki database iklan. Baik secara gambar, teks, maupun video yang akan ditampilkan didalam isi konten. Iklan akan muncul secara otomatis ditempat yang telah dipasang oleh kreator. Sistem *AdSense* mengklasifikasikan iklan secara otomatis menggunakan teknologi robot. Teknologi yang digunakan sudah berupaya sebaik mungkin untuk memfilter beberapa iklan tertentu yang masuk dalam kategori iklan berisu sensitif untuk tayang secara bebas, namun pihak *AdSense* tidak menjamin bahwa semua iklan yang terkait berisu sensitif bisa secara menyeluruh dibatasi. Hal itu dikarenakan, penayangan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan bergantung pada sejumlah faktor seperti kemampuan mengklasifikasikan iklan berdasarkan konten tertentu dan ketersediaan iklan *Google* yang relevan.[85]

Iklan *AdSense* yang dimaksud dalam kategori iklan berisu sensitif terdapat beberapa macam. Salah satunya yaitu adalah yang pertama, iklan yang menampilkan bagian tubuh wanita yang tersingkap secara signifikan. Biasanya iklan ini terdapat pada iklan seperti pakaian dalam, pakaian renang, lingerie ataupun pakaian berbahan tipis yang vulgar. Yang kedua, iklan mengenai konten yang berisi perjudian, hal ini biasanya terdapat didalam iklan game kasino atau judi online. Para pelaku yang memainkannya akan membuat sebuah taruhan, bisa demi barang yang bernilai seperti uang maupun hadiah. Yang ketiga, iklan tentang mempromosikan prosedur pengubahan bentuk tubuh manusia seperti penggunaan tatto pada kulit, pemasangan rambut palsu dan sebagainya.[86]

Jika pengguna melihat ada beberapa iklan yang tidak sesuai, pengguna bisa memakai opsi pusat peninjauan iklan untuk perbaikan atau filterisasi (penyaringan). Cara ini memang tidak bisa menjamin secara penuh bahwa iklan sensitif tidak akan muncul lagi, namun hanya sebagai salah satu cara untuk mengurangi dan lebih mengantisipasi masalah iklan sensitif yang akan muncul.

[85] https://support.google.com/adsense/answer/10196?hl=id&ref_topic=1628432. 14 Agustus 2019.
[86] https://support.google.com/adsense/answer/3016445?hl=id&ref_topic=23390. 14 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk menghitung pendapatan *AdSense* yang diperoleh, kreator bisa melakukan perhitungan sendiri dengan menggunakan rumus perhitungan dasar secara umum yang ada pada sistem *Google AdSense*. Rumus perhitungan dasar tersebut terdapat dua macam yaitu:

1. RPM. (*Revenue per Thousand Impression*)

   RPM adalah pendapatan per seribu tayangan, menunjukkan penghasilan tertaksir yang didapatkan untuk setiap 1000 tayangan yang diterima. RPM tidak menunujukkan penghasilan sebenarnya, namun jumlah aslinya dihitung dengan membagi penghasilan tertaksir dengan jumlah tampilan laman, kemudian dikalikan 1.000.

   Rumus: RPM = (penghasilan tertaksir/jumlah tampilan laman x 1.000

   Misalnya seperti yang dijelaskan oleh Rendra dan Marie selaku pemilik channel yang terhubung dengan *AdSense*, jika penghasilan tertaksir yang diperoleh sebesar $0,15 dari 25 tampilan laman, RPM laman kreator sama dengan ($0,15/25) x 1.000 atau $6,00. RPM ini merupakan nilai umum yang digunakan dalam program periklanan.[87]

2. Biaya per klik

   Biaya per klik adalah biaya yang didapatkan setiap ada *viewers* (penonton) yang mengklik iklan didalam video untuk mencari tahu iklan tersebut lebih lanjut. Biaya per-klik ini ditentukan oleh pengiklan, tergantung pada apa yang diiklankan. Namun para kreator atau narasumber tidak mengetahui berapa nilai biaya per-kliknya, hanya pihak

[87] Marie dan Rendra, *Wawancara* Surabaya, 14 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

AdSense dan pengiklan yang mengetahui besar nilai CPC untuk tiap unit iklan.[88]

Akan tetapi para kreator tidak diperbolehkan mengklik iklan yang muncul didalam video mereka sendiri, jika nekat melakukan hal tersebut maka akibatnya saluran *channel youtube* mereka akan terindikasi melakukan kecurangan atau pelanggaran terhadap kebijakan *AdSense* dan diberi hukuman (*Google Penalty*) berupa saluran youtube yang bersangkutan akan dihilangkan *(banned*).[89]

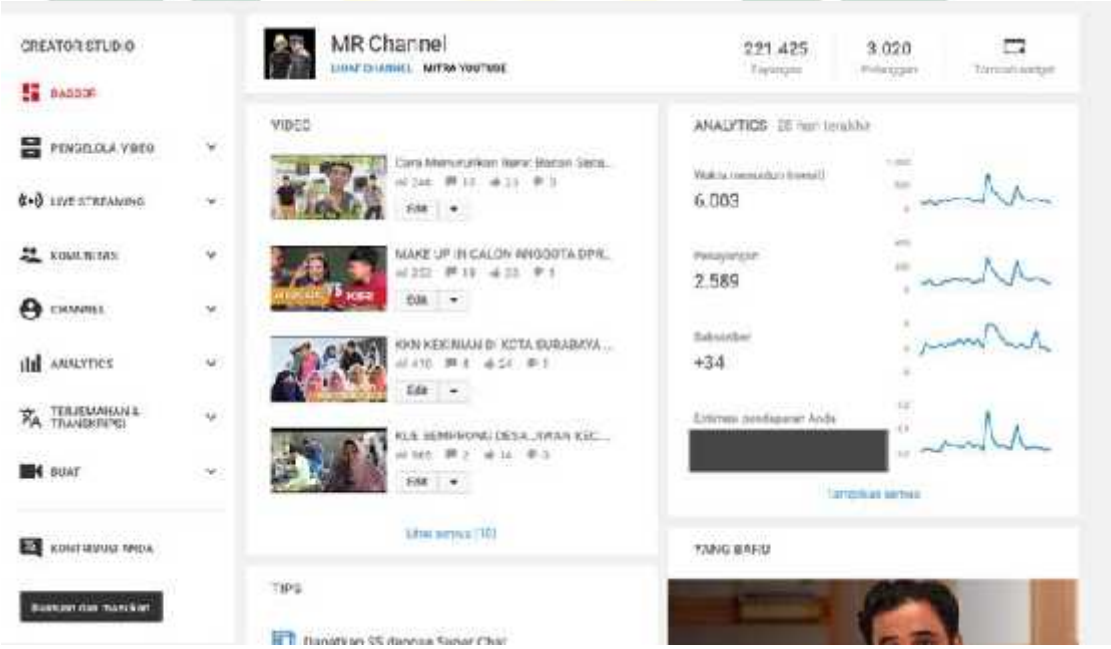
Lalu untuk melihat estimasi penghasilan akhir biasanya menggunakan laporan pendapatan *Youtube Analytics* dan memilih opsi pendapatan. Data penghasilan biasanya ditampilkan 24-48 jam setelah akhir hari, namun terkadang perlu waktu lebih lama.[90] Dan untuk waktu pendapatan yang akan dibayarkan, biasanya pihak *AdSense* akan menggaji kreator setiap bulannya pada tanggal 21 atau pada akhir bulan. Narasumber menggunakan metode pembayaran melalui Transfer Bank atau transfer dana elektronik. Pembayaran tersebut biasanya dibayarkan oleh pihak Adsense setelah satu bulan. Untuk menggunakan pembayaran melalui metode ini, narasumber harus memberikan informasi rekening bank dan menautkan akun bank pada akun *AdSense*, lalu setelah itu mengurus langkah selanjutnya pada bank yang digunakan. Disini narasumber

[88] Marie dan Rendra, *Wawancara* Surabaya, 14 Agustus 2019.
[89] https://www.dewaweb.com/blog/google-penalty-sandboxing-banned/. 14 Agustus 2019.
[90] https://support.google.com/youtube/answer/9314488?hl=id&ref_topic=9314352. 14 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

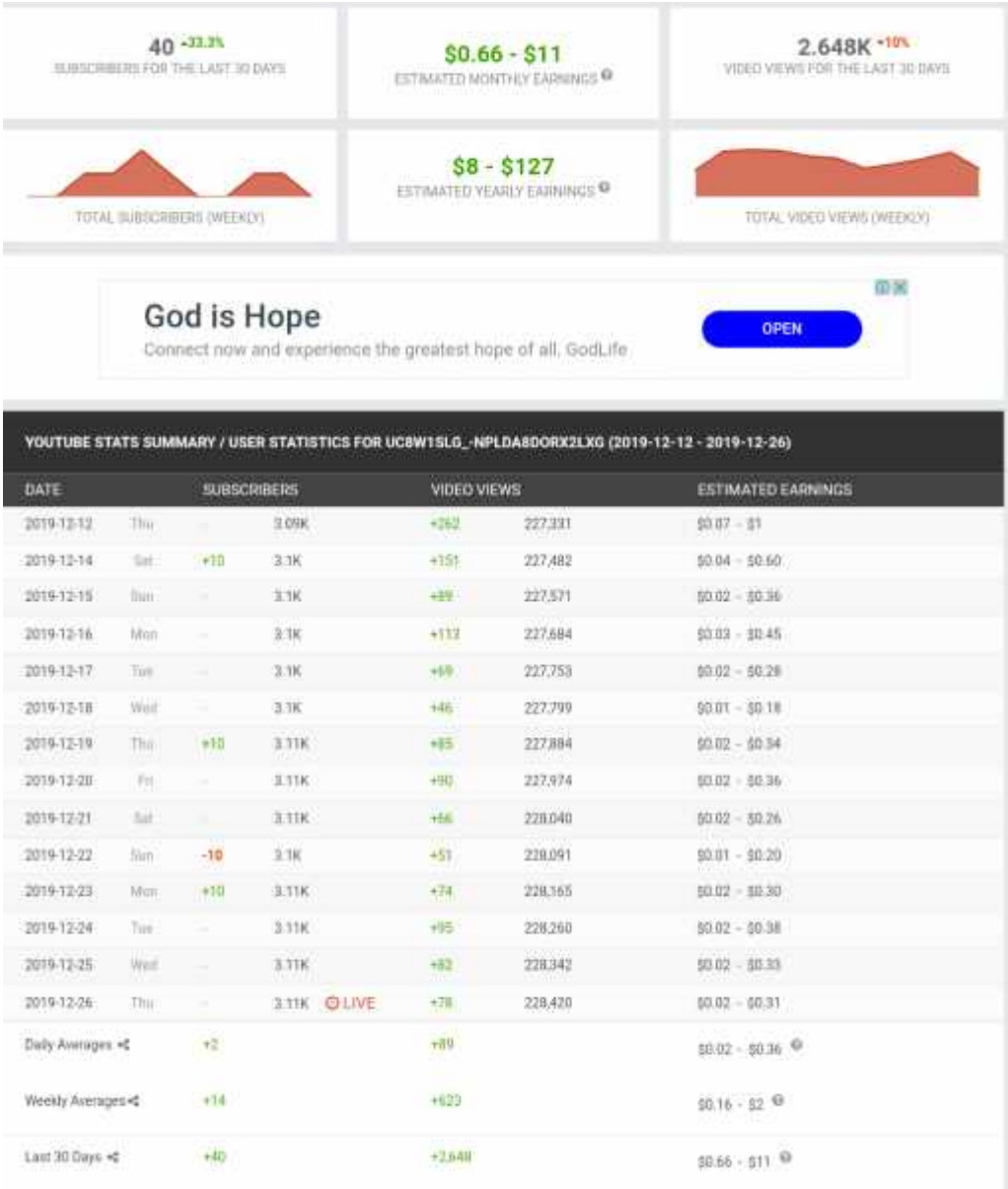
menggunakan bank BRI sebagai media pembayaran.[91] Contoh saldo pendapatan yang didapatkan oleh narasumber dalam satu bulan terakhir:

Contoh bentuk analisis jumlah tayangan, pelanggan, dan grafik estimasi pendapatan pada channel youtube MR.Channel selama 28 hari teerakhir :



[91] Marie dan Rendra, *Wawancara* Surabaya, 14 Agustus 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



40 -33.3%
SUBSCRIBERS FOR THE LAST 30 DAYS

$0.66 - $11
ESTIMATED MONTHLY EARNINGS

2.648K -10%
VIDEO VIEWS FOR THE LAST 30 DAYS

TOTAL SUBSCRIBERS (WEEKLY)

$8 - $127
ESTIMATED YEARLY EARNINGS

TOTAL VIDEO VIEWS (WEEKLY)

God is Hope
Connect now and experience the greatest hope of all. GodLife
OPEN

YOUTUBE STATS SUMMARY / USER STATISTICS FOR UC8W1SLG_-NPLDA8DORX2LXG (2019-12-12 - 2019-12-26)

DATE		SUBSCRIBERS		VIDEO VIEWS		ESTIMATED EARNINGS
2019-12-12	Thu	-	3.09K	+262	227,331	$0.07 - $1
2019-12-14	Sat	+10	3.1K	+151	227,482	$0.04 - $0.60
2019-12-15	Sun	-	3.1K	+89	227,571	$0.02 - $0.36
2019-12-16	Mon	-	3.1K	+113	227,684	$0.03 - $0.45
2019-12-17	Tue	-	3.1K	+69	227,753	$0.02 - $0.28
2019-12-18	Wed	-	3.1K	+46	227,799	$0.01 - $0.18
2019-12-19	Thu	+10	3.11K	+85	227,884	$0.02 - $0.34
2019-12-20	Fri	-	3.11K	+90	227,974	$0.02 - $0.36
2019-12-21	Sat	-	3.11K	+66	228,040	$0.02 - $0.26
2019-12-22	Sun	-10	3.1K	+51	228,091	$0.01 - $0.20
2019-12-23	Mon	+10	3.11K	+74	228,165	$0.02 - $0.30
2019-12-24	Tue	-	3.11K	+95	228,260	$0.02 - $0.38
2019-12-25	Wed	-	3.11K	+82	228,342	$0.02 - $0.33
2019-12-26	Thu	-	3.11K LIVE	+78	228,420	$0.02 - $0.31
Daily Averages		+2		+89		$0.02 - $0.36
Weekly Averages		+14		+623		$0.16 - $2
Last 30 Days		+40		+2,648		$0.66 - $11

Untuk penerapan akad kerjasama antara *Youtuber* dengan *Google AdSense*, Penerapan akad pada umumnya adalah bertemunya kedua belah pihak untuk melakukan suatu transaksi yang kemudian disepakati secara bersama-sama dalam satu majelis. Namun, untuk praktik kerjasama yang dilakukan antara *Youtuber* dengan *AdSense* terjalin dengan lokasi yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbeda, sehingga hanya mampu mengandalkan media *text message* berbasis web. Contoh bentuk akad atau perjanjian kerjasama yang terjadi dalam bentuk *text message* berbasis web:

Didalam program *Youtube* terdapat sebuah penghargaan *(Creator Awards)* yang bisa didapatkan oleh kreator atas upaya dan prestasi yang telah dilakukan dan dicurahkan didalam *Channel* miliknya. Bentuk penghargaan yang digunakan sebagai tanda penghargaan tersebut berupa piagam platinum yang digolongkan menjadi 4 tingkatan yaitu :

1. *Silver Play Button*

   Piagam penghargaan ini bisa diperoleh jika pemilik *channel* memiliki sejumlah 100.000 (seratus ribu) *subscriber.*

2. *Gold Play Button*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Piagam penghargaan ini bisa diperoleh jika pemilik channel memiliki sejumlah 1000.000 (satu juta) *subscriber.*

3. *Diamond Play Button*

Piagam penghargaan ini bisa diperoleh jika pemilik channel memiliki sejumlah 10.000.000 (sepuluh juta) *subscriber.*

4. *Custom Play Button*

Piagam penghargaan ini bisa diperoleh jika pemilik channel memiliki sejumlah 50.000.000 (lima puluh juta) *subscriber.*

Karena channel youtube MR.Channel milik narasumber masih memiliki 3000 (tiga ribu) *subscriber*, narasumber mengakui jika masih belum memiliki penghargaan apapun yang diberikan oleh pihak *Youtube* karena belum memenuhi ketentuan yang ada.

Konsep yang diberlakukan untuk menjadikan konten video yang awalnya digunakan untuk sebatas hiburan menjadi alat penghasil uang yakni dengan cara pengajuan monetisasi yang diberlakukan *AdSense* kepada pembuat konten. Untuk dapat melakukan monetisasi, biasanya *AdSense* akan menyortir terlebih dahulu apakah konten yang terkandung dalam akun tersebut layak untuk dipasangi iklan.

Skema akad tersebut terdiri dari *AdSense* selaku pihak yang menyediakan jasa perikalan yang jasanya dimanfaatkan oleh pengiklan. Dalam pembahasan di sini, pengiklan adalah pihak ketiga yang tidak masuk dalam perincian analisis. Kemudian ada *Youtuber* selaku pembuat konten di laman

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Youtube yang memiliki lebih dari 1000 subscriber dan lebih dari 4000 jam tayang di videonya.

Objek akadnya dalam bisnis tersebut adalah iklan yang ditampilkan oleh *AdSense* pada konten *Youtuber* yang berupa video tersebut. Sedangkan pelaksanaannya adalah sebagaimana yang sudah dijelaskan di atas tadi dan akan diperjelas serta diperinci pada sub-bab berikutnya. Kemudian, konsep kesepakatannya adalah setelah monetisasi tersebut disetujui oleh pihak *AdSense.* Dari sini tentu akad yang dilakukan tidak berlangsung secara tatap muka, melainkan terpisah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP KERJASAMA BISNIS *ADVERTISING* PADA *GOOGLE ADSENSE* DI *YOUTUBE*

A. Mekanisme Akad Kerjasama dalam Bisnis *Advertising* pada *Google AdSense* di *You Tube*

Bisnis bila dirujuk dari kalimat asalnya yang bersumber dari bahasa Inggris adalah *bussines* yang berarti kesibukan. Namun, maksud dari kesibukan di sini bukanlah hanya kesibukan yang sifatnya tidak produktif, melainkan merupakan kesibukan, usaha atau rangkaian kegiatan yang mampu menghasilkan suatu keuntungan baik profit maupun non-profit.

Dunia bisnis selalu berkembang seiring dengan perkembangan zaman, hal ini tentu tidak pernah terlepas dari tangan-tangan manusia yang juga turut serta dalam mengembangkan dunia bisnis untuk mencapai keuntungan sesuai harapan mereka.

Perkembangan bisnis dari masa ke masa selalu memberikan inovasi baru. Hal ini bila dilihat secara abstrak, di zaman dahulu bisnis hanya terbatas pada kegiatan perdagangan, produksi dan distribusi pada sektor riil. Namun, saat ini kegiatan bisnis pun juga sudah mulai merambah pada sektor tekonologi hingga sektor digital.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bisnis dalam sektor digital saat ini juga sudah sering ditemui, terlebih di era digital saat ini yang hampir di setiap lapisan masyarakat terjangkau oleh platform-platform digital seperti *smartphone*, PC dan lain sebagainya.

Namun, dalam menjalankan aspek usaha bisnis, tentu tidak pernah terlepas dari peran mekanisme operasional maupun mekanisme kebijakan yang bisa berupa rencana bisnis, alur bisnis hingga peraturan dalam menjalankan bisnis agar proses tindakan usaha bisnis dapat berjalan sesuai dengan *roadmap* yang telah disusun sebelumnya.

Termasuk dalam aspek bisnis teknologi digital, tentu terdapat mekanisme dalam menjalankan bisnis. Sebab, bisnis digital saat ini juga sudah mulai meluas dijalankan oleh pegiat-pegiat bisnis millennial. Di antara platform-platform digital yang dapat digunakan untuk berbisnis adalah platform berbasis website yang pada umumnya dapat digunakan sebagai media bisnis dengan cara menginklankan suatu produk atau jasa pada tampilan website tersebut.

Salah satunya adalah *AdSense* yang merupakan platform periklanan yang diselenggarakan oleh *Google*.[92] Melalui program periklanan *AdSense*, pemilik konten yang telah mendaftar dan disetujui keanggotaannya dapat menayangkan iklan-iklan dari *google adsense* di dalam konten mereka.[93]

---

[92] Jefferly Helianthusonfri, *Passive Income dari Google AdSense*, (Jakarta: PT.Elex Media, 2018) 1.
[93] *Ibid*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada dasarnya, untuk bergabung ke dalam program *AdSense* terdapat dua kategori situs, yakni *hosted* dan *non-hosted,* Hanya saja kekurangan dari situs yang berkategori *hosted* hanya mendapatkan fasilitas penayangan iklan di *You Tube, Blogger* dan *HubPages.* Hal ini sebagaimana yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Sedangkan bagi situs yang berkategori *non-hosted* memiliki kelebihan pada penampilan iklannya yang bisa ditampilkan di mana saja, sehingga jangkauan periklanan menjadi lebih luas.

Lebih lanjut, untuk dapat menayangkan iklan ini, *AdSense* bekerja sama dengan penyedia konten yang bersedia membuka peluang periklanan. Hal ini juga bertujuan untuk saling bekerja sama antara pengiklan yang menggunakan jasa *AdSense* selaku program penampil iklan dan penyedia konten yang menjadi tempat bagi iklan tersebut ditayangkan sesuai kebijakan *AdSense.*

Namun, khusus bagi penyedia konten di *Youtube* atau yang nanti akan disebut sebagai *yutuber* harus mendaftarkan akunnya terlebih dahulu, dan cara pendaftaran yang dilakukan juga cukup mudah, yakni dengan memenuhi dua syarat yang antara lain, *channel* harus sudah terverifikasi dengan nomor ponsel dan syarat yang kedua adalah telah mengumpulkan sedikitnya 1.000 *subscriber* (pelanggan *channel*) dan telah mengumpulkan sebanyak 4.000 jam tayang terhitung selama 12 bulan terakhir.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah penyedia konten bersedia menyediakan ruang iklan maka hanya tinggal menunggu bagaimana cara kerja *AdSense* untuk menampilkan iklan dalam ruang yang disediakan oleh penyedia konten.

Untuk diketahui lebih dalam, bahwa pengiklan yang iklannya berhasil ditampilkan oleh *AdSense* di ruang penyedia konten merupakan iklan yang bersedia untuk dibayar tinggi oleh pengiklan. Sebab, cara kerja *AdSense* adalah dengan cara pelelangan terhadap pengiklan yang bersedia membayar jasa tersebut dengan harga yang lebih tinggi. Sehingga hal ini tentu merupakan suatu bentuk kompetisi yang positif mengingat iklan yang ditampilkan oleh *AdSense* disesuaikan dengan konten serta pengunjungnya.

Dengan adanya skema seperti ini, penyedia konten yang menyediakan ruang untuk sebuah iklan yang ditampilkan oleh *AdSense* tentu juga mendapatkan komisi yang sudah diatur sejak awal, tentu hal ini berasal dari biaya yang dikeluarkan oleh pengiklan untuk ditampilkan iklannya oleh *AdSense* yang kemudian hasilnya juga didistribusikan kepada penyedia konten.

Skema yang semacam ini, bila dilihat dari perspektif hukum Islam masuk kategori akad *musharakah* atau *shirkah*. Karena pada tindakannya kedua belah pihak sama-sama saling berkerja sama dengan modal masing-masing dan keahlian yang dimiliki. Kemudian keuntungan yang didapat dibagi sesuai porsinya masing-masing.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun terkait keuntungan yang bisa diperoleh *Youtuber*, hal ini tentu dapat menjadi peluang bisnis baru yang memiliki prospek yang baik. Mengingat cara semacam ini merupakan cara alternative dalam meraup keuntungan di samping melakukan pekerjaan atau bisnis yang nyata. Namun, dengan metode mencari keuntungan melalui kerja sama dengan *AdSense* tentu para *content creator* dalam hal ini disebut sebagai *Youtuber* harus mampu untuk selalu berkreasi demi mendapatkan keuntungan.

B. Analisis Musharakah Terhadap Bisnis *Advertising* pada *Google AdSense* di *Youtube*

Kongsi, kemitraan atau kerjasama dalam istilah bahasa Arab disebut dengan *musharakah* yang merupakan kesepakatan saling bekerja sama antara para pemodal untuk menggabungkan modal, melalui usaha bersama dan pengelolaan bersama dalam suatu hubungan kemitraan. Bagi hasil ditentukan sesuai dengan kesepakatan (biasanya ditentukan berdasarkan jumlah modal yang diberikan dan peran serta masing-masing pihak).[94]

Fukaha Hanafiyah mengemukakan bahwa rukun *shirkah* hanya satu yaitu ijab (ungkapan penawaran melakukan perkongsian) san qabul (ungkapan penerimaan perkongsian). Sedangkan menurut jumhur fukaha, rukun *shirkah* ada 3 yaitu:[95]

1. Para pihak yang mengadakan transaksi *shirkah*
2. Obyek transaksi

[94] Abdullah Saeed, Bank Islam Dan Bunga (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 106.
[95] Fatmah, *Kontrak Bisnis Syariah* (Surabaya: UIN SA Press, 2014), 185.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Ijab dan qabul

Syarat umum yang harus dipenuhi dalam semua bentuk *shirkah* diatas adalah sebagai berikut:[96]

a. Masing-masing pihak yang berkongsi memiliki kewenangan melakukan tindak hukum atas nama perkongsian dengan izin pihak lain. Segala tindakan tersebut bauk hasil maupun risikonya ditanggung bersama.
b. Sistem pembagian keuntungan harus ditetapkan secara jelas baik dari segi prosentase maupun periodenya. Misalnya 60 : 40 atau 70 : 30 per triwulan atau pertahun. Bila sistem pembagian keuntungan tidak dinyatakan secara jelas, maka hukumnya tidak sah.
c. Sebelum melakukan pembagian, seluruh keuntungan merupakan keuntungan bersama. Tidak boleh sejumlah keuntungan tertentu yang dihasilkan salah satu pihak dipindah sebagai keuntungannya sendiri.

Adapun ulama' fiqih berbeda pendapat dalam menetapkan rukun dan syarat *shirkah*. Menurut ulama' Hanafiyah, rukun *shirkah* adalah ijab dan kabul, yakni pernyataan kehendak melakukan *shirkah* yang datang dari para pihak yang berakad. Pernyataan kehendak ini dituangkan dalam kontrak kerjasama yang ditandatangani oleh kedua belah pihak. Sementara itu, menurut jumhur ulama rukun akad ada empat, yakni dua orang berakad

[96] Ibid., 187.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(*aqidain*), *ma'qud 'alaih*, yang terdiri dari modal dan keuntungan, ijab dan kabul, dengan syarat-syarat:[97]

a. *'Aqidain* (para pihak yang berserikat), disyaratkan mempunyai *ahliyah al-ada'* (kepantasan melakukan transaksi), yakni baligh dan berakal, cerdas dan tidak di *hajr* (dicekal melakukan *tasarruf* terhadap harta bendanya).

b. *Ma'qud 'alaih* (objek *shirkah*), yakni modal dan keuntungan disyaratkan:

   1) Modal harus jelas adanya dan diketahui jumlahnya.
   2) Para ulama sepakat modal dalam shirkah harus dalam bentuk modal *liquid*, ini berarti modal yang digabungkan dalam akad shirkah tidak bisa dalam bentuk komoditas. Namun ulama berbeda pendapat kalau uangnya berbeda bentuknya misalnya misalnya satu pihak dalam bentuk dinar, yang lain dalam bentuk dirham. Ibn al-Qasim, seperti yang dikutip Ibn Rusyd membolehkan hal tersebut, ini merupakan pendapat dari Imam Malik. Menurutnya nilai kedua modal itu harus diperhitungkan.
   3) Modal diserahkan secara tunai, bukan dalam bentuk utang.
   4) Keuntungan dibagi antara anggota syarikat menurut kesepakatan.
   5) Pembagian keuntungan dinyatakan secara jelas ketika akad, misalnya seperdua, sepertiga, dan sebagainya.

[97] Rozalinda, *Fiqih Ekonomi Syari'ah:Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 193.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6) Proporsi keuntungan ditetapkan berdasarkan penyertaan modal anggota *shirkah*. Disamping itu juga dapat ditetapkan berbeda dari penyertaan modal masing-masing.

Pada umumnya, kerja sama yang dilakukan adalah dengan menggabungkan modal berupa dana yang sama-sama dimiliki untuk dikelola secara kolektif yang kemudian keuntungan serta kerugiannya pun juga ditanggung secara kolektif pula. Namun, pada fenomena yang terjadi antara *AdSense* dengan *Youtuber* bukan dengan menggabungkan modal berupa dana, melainkan menggunakan asset yang dimiliki oleh masing-masing pihak.

Bila dilihat secara jelas, *AdSense* memiliki program untuk menyediakan layanan periklanan bagi para pengiklan yang bersedia menggunakan jasanya. Sedangkan di pihak *Youtuber* mereka memiliki asset berupa akun *YouTube* dengan klasifikasi minimal 1.000 *subscriber* dan dengan minimal 4.000 jam tayang pada konten yang mereka unggah di akunnya.

Hal ini sebagaimana yang dilakukan oleh dua pemuda, yakni Rendra yang berasal Aceh dan Marie yang berasal dari Surabaya yang memiliki akun *channel Youtube* dengan nama saluran MR. Channel yang memiliki kurang lebih 3.000 *subscriber* ini yang juga membuka ruang iklan untuk bisa mendapatkan keuntungan di sana. Dengan membuka ruang iklan yang dapat ditampilkan oleh *AdSense* tentu selain mendapat keuntungan dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membuka saluran di *Youtube* dengan mengunggah berbagai macam konten, fenomena *AdSense* bisa memberikan keuntungan tambahan dengan memasang iklan di konten mereka.

Dalam konteks di sini, pembuat konten dengan pihak program *AdSense* merupakan dua belah pihak yang berstatus sebagai *'aqidain* atau sebagai pihak yang sama-sama melakukan kontrak kerjasama dalam perkongsian periklanan. Sedangkan yang menjadi objek akad *(ma'qud 'alaih)* di sini adalah iklan yang ditampilkan pada konten tersebut. Sehingga bila ditinjau dari kacamata rukun perkongsian *(shirkah)* makabentuk skema usaha advertising oleh *Adsense* dengan pembuat konten sudah mencukupi dari seluruh unsur rukun tersebut.

Tindakan semacam ini biasa dinamakan dengan kongsi atau kerja sama. Di satu sisi ada pihak yang menyediakan layanan periklanan yang ditampilkan, yakni *AdSense* dan di sisi yang lainnya ada pihak yang bersedia menyediakan ruang untuk iklan tersebut ditampilkan, yakni pemilik konten *Youtube* atau *Youtuber*

Dalam dunia bisnis, praktik kongsi atau kerja sama sudah biasa dilakukan para pegiatnya, hal ini tentu melihat dari prospek kerja sama itu sendiri yang membawa banyak sekali keuntungan. Salah satunya adalah kedua belah pihak dapat mengkolaborasikan masing-masing asset yang dimiliki kemudian dikelola secara kolektif. Tentu hal ini dapat mempercepat dalam hal menambah keuntungan bagi kedua belah pihak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam pembagian keuntungan, skema yang digunakan *AdSense* sudah mencakup syarat-syarat umum dalam perkongsian atau yang di dalam bahasa Arab disebut dengan *shirkah*. Syarat umum yang harus dipenuhi dalam semua bentuk *shirkah* diatas adalah sebagai berikut:[98]

a. Para pihak yang melakukan kerjasama disyaratkan memiliki kepantasan dalam melakukan transaksi, yakni berakal, cerdas, dan baligh.
b. Masing-masing pihak yang berkongsi memiliki kewenangan melakukan tindak hukum atas nama perkongsian dengan izin pihak lain. Segala tindakan tersebut bauk hasil maupun risikonya ditanggung bersama.
c. Sistem pembagian keuntungan harus ditetapkan secara jelas baik dari segi prosentase maupun periodenya. Misalnya 60:40 atau 70:30 per triwulan atau pertahun. Bila sistem pembagian keuntungan tidak dinyatakan secara jelas, maka hukumnya tidak sah.
d. Sebelum melakukan pembagian, seluruh keuntungan merupakan keuntungan bersama. Tidak boleh sejumlah keuntungan tertentu yang dihasilkan salah satu pihak dipindah sebagai keuntungannya sendiri.

Dalam Islam, praktik kongsi atau kerja sama disebut dengan *musharakah*, atau juga bisa disebut dengan *shirkah*.

[98] Ibid, 187.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

الشِّرْكَةُ مُشْتَقَّةٌ مِنَ الإِشْتِرَاكِ الَّذِيْ هُوَ الإِجْتِمَاعُ، يَعْرِفُوْنَهَا بِأَنَّهَا اجْتِمَاعُ فِي اسْتِحْقَاقِ اَو تَصَرُّفِ.

"*Shirkah* merupakan kata yang berasal dari kata *isytirak* yang berarti perkongsian, diartikan demikian, karena shirkah merupakan perkongsian dalam hak untuk menjalankan modal"[99]

Skema yang dijalankan antara *AdSense* dengan pembuat konten, alias *Youtuber* masuk dalam kategori *Shirkah al-abdan*, yaitu dua orang berserikat untuk menerima dan bertanggung jawab terhadap suatu pekerjaan, atas dasar upah yang diperoleh dibagi bersama sesuai kesepakatan. *Shirkah* ini boleh dilakukan menurut ulama' malikiyah, Hanafiyah, Hanabilah, dan Zaidiyah karena tujuan dari akad ini adalah mendapatkan keuntungan.[100]

Namun, ulama' Syafi'iyah, Immamiyah, Zufar pengikut Hanafiyah berpendapat, *shirkah* ini batil. Menurut mereka, *shirkah* hanya khusus terhadap harta, bukan pekerjaan karena pekerjaan tidak dapat diukur, dalam *shirkah* ini ada ketidakjelasan dan penipuan. Bahkan kalangan madzhab *Malikiyyah* berpendapat terkait salah satu syarat melakukan *shirkah al-abdan* adalah pihak-pihak terkait harus berada di tempat yang sama[101]

[99] Harun, *Fiqh Muamalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 178.
[100] Rozalinda, *Fiqih Ekonomi Syari'ah:Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 194.
[101] *Ibid.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Meski modal yang dijalankan dalam skema *AdSense* bukanlah modal berupa uang, namun sebuah aset yang dimiliki masing-masing pihak tentu bisa dibilang cukup untuk menjalankan bentuk kerja sama. Sebab bila merujuk pada Kompilasi Hukum Islam tentang skema *shirkah* dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah (KHES) pasal 20 didefinisikan sebagai kerja sama antara dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan, atau kepercayaan dalam suatu usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang disepakati oleh pihak-pihak yang berserikat.[102]

Skema akad tersebut terdiri dari *AdSense* selaku pihak yang menyediakan jasa periklanan yang jasanya dimanfaatkan oleh pengiklan. Dalam pembahasan di sini, pengiklan adalah pihak ketiga yang tidak masuk dalam perincian analisis. Kemudian ada *Youtuber* selaku pembuat konten di laman *You Tube* yang harus memiliki syarat berusia minimal 18 tahun yang dianggap telah mampu cakap hukum serta memiliki lebih dari 1000 *subscriber* dan lebih dari 4000 jam tayang di videonya.

Objek akadnya dalam bisnis tersebut adalah iklan yang ditampilkan oleh *AdSense* pada konten *Youtuber* yang berupa video tersebut. Sedangkan pelaksanaannya adalah sebagaimana yang sudah dijelaskan di atas tadi dan akan diperjelas serta diperinci pada sub-bab sebelumnya.

[102] Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2009), 21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kemudian, konsep kesepakatannya adalah setelah mengajukan form monetisasi tersebut disetujui oleh pihak *AdSense*. Dari sini tentu akad yang dilakukan tidak berlangsung secara tatap muka, melainkan terpisah.

Dalam konteks skema *AdSense* ini, kedua belah pihak saling mempercayakan masing-masing tugas yang diberikan. Dengan ketentuan-ketentuan yang juga sudah dibuat pada awal konsep kerja sama antara pembuat konten dengan pihak *Google AdSense*.

Pembuat konten, selaku pihak yang bersedia membuka ruang iklan yang akan ditampilkan oleh *AdSense* tentu akan mendapatkan komisi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Komisi ini bisa didapat dari dua macam yaitu RPM (Revenue per Thousand Impression) dan biaya per-klik.

Dari sini, setiap konten yang sudah diunggah oleh pembuat konten akan dipasang iklan dengan peletakan yang berbeda-beda sesuai dengan kehendak pembuat konten. Setelah konten tersebut terpasang pada konten yang diunggahnya, maka setiap pengunjung atau penonton yang melihat isi konten di *Youtube* yang diunggah oleh pembuat konten tersebut akan dapat melihat iklan yang dipasang di konten tersebut.

Setiap iklan yang tampil setidaknya sebanyak 1.000 tayangan, maka di situlah pembuat konten bisa mendapatkan keuntungannya. Dan bila setiap iklan tersebut diklik untuk diketahui lebih lanjut oleh pengunjung atau penonton, maka di situ pula pembuat konten akan mendapatkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penghasilannya. namun, penghasilan tersebut tidak langsung diterima oleh pembuat konten, alias *Youtuber.* Sebab, *AdSense* baru akan memberikan keuntungan tersebut berupa gaji pada akhir setiap akhir bulan selama iklan tersebut masing terpasang di konten tersebut.

Akan tetapi, untuk iklan-iklan yang tidak seharusnya ditayangkan karena mengandung unsur-unsur yang mengarah pada pornogragi, judi, dan lain sebagainya, tentu hal ini bukanlah wewenang dari pembuat konten untuk memilih iklan mana yang akan ditampilkan atau tidak, maka dari itu tentu perlu adanya tindakan yang preventif dari pembuat konten untuk mampu memperhatikan iklan-iklan mana yang seharusnya diperbolehkan di dalam konten yang diunggahnya.

Tentu konten iklan yang ditampilkan seharusnya dapat diperinci spesifikasinya. Dengan begitu iklan-iklan yang mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam Islam dapat terhindarkan. Sebagai contoh apabila iklan-iklan tersebut berkaitan dengan-hal-hal yang mengarahkan pada perjudian, bisnis spekulasi atau bahkan mengandung unsur-unsur pornografi.

Ketidakjelasan semacam ini dalam Islam disebut dengan *gharar,* meski akad yang dilakukan telah disepakati, namun terdapat hal yang tidak jelas pada objek pekerjaan yang seharusnya dilakukan, maka akan memberikan dampak bagi salah satu pihak. Dan *gharar* semacam ketidakjelasan dalam spesifikasi penampilan iklan tentu akan membawa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dampak mudharat bagi salah satu pihak. Dalam suatu kaidah fiqh dinyatakan:

لَاضَرَرَ وَلَاضِرَارَ

"Tidak diperbolehkan untuk membahayakan atau mengundang bahaya"

Majma' Al Fiqh Al Islami (Divisi Fiqh OKI) keputusan No. 52 (3/6) 1990—dalam Jurnal Majma' Al Fiqh Al Islami edisi VI jilid II hal 785, juga memutuskan: "Apabila akad terjadi antara dua orang yang berjauhan, tidak berada dalam satu majelis dan satu dengan lainnya tidak saling melihat atau mendengar, sedangkan media perantara antara mereka adalah tulisan atau surat atau orang suruhan, sebagaimana hal ini dapat diterapkan pada faksmili, teleks dan layar komputer (Internet). Dalam hal ini akad berlangsung dengan sampainya ijab dan qabul kepada masing-masing pihak yang bertransaksi".[103]

Dari pemaparan di atas, sepertinya cukup jelas bahwa dengan adanya kesepakatan yang terjalin di antara kedua belah pihak maka bisnis tersebut terhindar dari hal-hal yang diharamkan dalam Islam. Atas dasar seluruh pemaparan di atas, praktik yang dilakukan antara pembuat konten untuk menyediakan ruang iklan yang ditampilkan oleh *AdSense* adalah tindakan yang belum sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis syariah. Sebab masih

[103] Divisi Fiqh OKI, *Majma' Fiqh al-Islamiy* edisi VI jilid II, 785.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adanya hal yang mengandung unsur *gharar* atau ketidakjelasan meski di sisi lain kedua belah pihak sama-sama saling setuju dengan ketentuan-ketentuan yang ada.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari beberapa pemaparan penelitian yang sudah penulis lakukan di bab sebelumnya, maka penulis berkesimpulan sebagai berikut:

1. Bisnis pemasangan iklan pada laman pembuat konten tentu merupakan skema yang dalam Islam masuk kategori *shirkah,* hal ini mampu memberikan keuntungan yang prospektif antara kedua belah pihak yang melakukan sebuah kerjasama, mengingat bisnis semacam ini sangat cocok untuk dijalankan oleh orang-orang yang memiliki kreatifitas yang tinggi di bidang multimedia. Sehingga, bisnis antara *AdSense* dengan pembuat konten sangatlan direkomendasikan untuk kalangan anak mudapada zaman sekarang yang memiliki kemajuan teknologi yang pesat.
2. Praktik yang dilakukan antara pembuat konten untuk menyediakan ruang iklan yang ditampilkan oleh *AdSense* adalah tindakan yang masih belum sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis syariah. Sebab masih adanya hal yang mengandung *gharar* pada spesifikasi pemilihan iklan yang akan dipasang atau ditayangkan didalam konten video dan di sisi lain tidak adanya spesifikasi yang konkrit mengenai jenis iklan yang ditampilkan menjadikan hal tersebut *gharar* dalam perspektif muamalah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

Pemasangan iklan selama tidak mengandung unsur-unsur yang mengarah pada hal-hal yang tidak diperbolehkan maka sah-sah saja. Tetapi apabila dalam pemasangan tersebut, pembuat konten tidak memiliki wewenang untuk memilih iklan mana yang boleh ditampilkan, maka perlu diperhatikan kembali bagaimana tindakan yang seharusnya dilakukan oleh pembuat konten. Di sisi lain, pihak penyedia iklan seperti *Adsense* seharusnya mampu memberikan spesifikasi yang ditunjukkan kepada pembuat konten yang bekerjasama dengannya agar pembuat konten mampu lebih selektif memilih iklan yang diinginkannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Azhar Basyir, Ahmad, *Asas-Asas Muamalat (Hukum Perdata Islam)*, Yogyakarta: UII Press, 2000.

Baskoro, Adi. *Panduan Praktis Searching di Internet*, Jakarta: PT TransMedia, 2009.

Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Semarang: CV.Toha putra, 1971.

Divisi Fiqh OKI, *Majma' Fiqh al-Islamiy* edisi VI jilid II.

Fatmah, *Kontrak Bisnis Syariah*, Surabaya: UIN SA Press, 2014.

Ghazaiy, Abdul Rahman, *Fiqh muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010.

Harun, *Fiqh Muamalah*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017.

Helianthusonfri, Jefferly, *Passive Income dari Google AdSense*, Jakarta: PT.Elex Media, 2018.

Marie dan Rendra, *Wawancara* Surabaya, 14 Agustus 2019.

Mas'adi, Ghufron A., *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.

Masruhan, *Metodologi Penelitian Hukum*, Surabaya: Hilal Pustaka, 2013.

Mustofa, Imam, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Narbuko, Halid dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 1997.

Nawawi, Ismail, *Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.

Nazir, Mohammad, *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Group, 2009.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rozalinda, *Fiqih Ekonomi Syari'ah:Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.

Saeed, Abdullah, Bank Islam Dan Bunga, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.

Sahrani, Sohari, *Fiqih Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.

Subagyo, Joko, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2014.

Sudarsono, *Kamus Hukum* (Jakarta: Rineka Cipta, 1992.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* , Bandung: Alfa beta, 2013.

Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.

Sulaiman bin al-Asy'ats binsyaddad bin 'Amr al-Azadi Abu Daud, Sunan Abu Daud, (Digital library, al-Maktabah al-Syamilah al-Isdar al-Sani, 2005), X/176.

Thabraniy, *mu'jam al-ausad li al-tabraniy juz 18* Digital Librariy: Maktabah Syamilah Ishdar Al-Tsani.

https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube.

https://www.matahaya.com/2018/01/apa-itu-vlogger-bedakah-dengan-youtuber.htmlC.

https://www.centerklik.com/cara-membuat-channel-youtube-dan-upload-video-ke-youtube/

https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense

http://internetmarketing.co.id/perbedaan-akun-adsense-hosted-dan-non-hosted/

https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense

http://ads-online-adsense.blogspot.com/

https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense.

https://support.google.com/adsense/answer/7402253?hl=id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

https://www.klikmania.net/cara-paling-mudah-daftar-adsense-melalui-youtube-update-lengkap/#

https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id