

**ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM  
*PAY PER CLICK (PPC)* PADA KERJASAMA  
*GOOGLE ADSENSE* DAN *FACEBOOK***

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Rahma Hanim Azzahra**

**NIM: C92216196**



**Universitas Islam Negeri Sunan Ampel**  
**Fakultas Syari'ah dan Hukum**  
**Jurusan Hukum Perdata Islam**  
**Program Studi Hukum Ekonomi Syariah**  
**Surabaya**  
**2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Hanim Azzahra  
NIM : C92216196  
Fakultas : Syari'ah dan Hukum  
Jurusan / Prodi : Hukum Perdata Islam / Hukum Ekonomi Syari'ah  
Judul Skripsi : Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem *Pay Per Click*  
(*PPC*) Pada Kerjasama Antara *Facebook.com* dan *Google AdSense*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri. Kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 20 Juli 2020  
Saya yang menyatakan,



**Rahma Hanim Azzahra**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang ditulis oleh **Rahma Hanim Azzahra NIM C92216196** ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 18 Juni 2020

Pembimbing





A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sholihuddin', with a small mark to the right.

**Muh. Sholihuddin, M.HI**

## PENGESAHAN

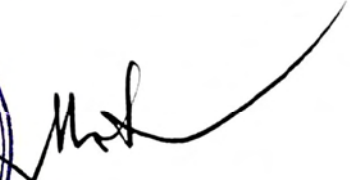
Skripsi yang ditulis oleh **Rahma Hanim Azzahra NIM C92216196** ini telah dipertahankan di depan sidang majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel pada hari Selasa tanggal 11 Agustus 2020, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam ilmu syari'ah.

Majelis munaqasah skripsi

<p>Penguji I</p>  <p><b><u>Muh. Sholihuddin, M.HI.</u></b> 197707252008011009</p>	<p>Penguji II</p>  <p><b><u>Dr. H. Muhammad Arif, MA.</u></b> 197001182002121001</p>
<p>Penguji III</p>  <p><b><u>Agus Solikin, S.Pd, M.Si</u></b> 198608162015031003</p>	<p>Penguji IV</p>  <p><b><u>Marli Candra, LLB (Hons), MCL.</u></b> 198506242019031005</p>

Surabaya, 11 Agustus 2020  
Mengesahkan  
Fakultas Syariah dan Hukum  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Dekan,



  
**Dr. H. Masruhan, M.Ag**  
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](mailto: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 : Rahma Hanim Azzahra  
NIM : C92216196  
Fakultas/Jurusan : FSH/HES  
E-mail address : [rahmahanimazzahra01@gmail.com](mailto:rahmahanimazzahra01@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 SISTEM *PAY PER CLICK (PPC)* PADA  
KERJASAMA *GOOGLE ADSENSE* DAN *FACEBOOK***

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif 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, 05 April 2021  
Penulis,

(RAHMA HANIM AZZAHRA)

*nama terang dan tanda tangan*



































































































































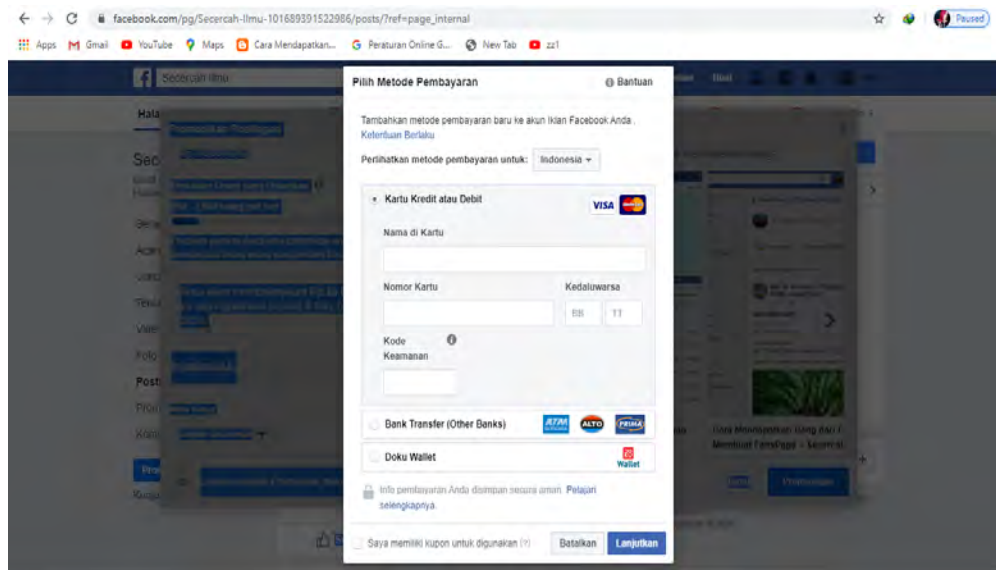












*Gambar 3.12 Metode Pembayaran Promosi*

Dari uraian di atas, secara sederhana dapat di gambarkan proses sistem *pay per click* (PPC) pada kerjasama antara *Facebokk* dan *Google AdSense* dengan melihat alur skema yang penulis simpulkan sebagaimana pada gambar 3.13 sebagai berikut:







sosial. Disinilah para *publisher* memutar otak dengan cara memonetisasi *website* atau *blog* yang mereka miliki untuk bisa menghasilkan *traffic audience* pada laman *website* atau *blog*. Para *publisher* menggunakan media *Facebook* untuk mempromosikan *website* atau *blog* yang mereka miliki. Dengan cara membuat laman *Fanpage Facebook* dan mempromosikan postingan-postingan yang ada di *website* atau *blog* yang mereka miliki.

Mempromosikan postingan di *Facebook* ini terbilang cukup luas cakupan audiens atau pemirsanya. Karena bisa mengatur siapa saja yang akan menjadi target pasar dari postingan tersebut. *Publisher* bisa menghendaki umur pemirsa, jenis kelamin, negara, serta profesi atau sekedar minat dari pemirsa. Yang mana nantinya *publisher* akan menentukan waktu promosinya dengan membayar anggaran atau dana promosi. Dana ini akan menjadi modal *publisher* dalam mempromosikan postingan *website* atau *blog*. *Publisher* juga bisa menentukan durasi atau masa promosi dan total anggaran yang dikeluarkan serta akan mengetahui jumlah perkiraan orang yang akan mengunjungi *Fanpage Facebook*.

Harapannya adalah dengan mempromosikan postingan tersebut, jumlah perkiraan orang yang akan mengunjungi *website* atau *blog* akan mengunjungi laman *website* atau *blog* dan mengklik iklan yang berada di laman *website* atau *blog*. Dengan begitu para *publisher* tidak hanya menunggu lama menerima penghasilan dari pihak *Google AdSense*. Dengan mempromosikan lewat media sosial *Facebook* dirasa menjadi solusi untuk menghidupkan *traffic audience* pada *website* atau *blog publisher*.





atau persekutuan. *Shirkah* dalam bahasa Arab memiliki makna mencampurkan atau pencampuran. Bisa juga diartikan dengan membagi sesuatu antara para pihak yang bersangkutan berdasarkan hukum kebiasaan. Dalam ilmu fiqih, *shirkah* berarti sebuah perjanjian kerjasama usaha untuk mengambil hak atau beroperasi. Sebuah persekutuan dengan mengambil hak, mengisyaratkan apa yang disebut *shirkah milk*. Sementara sebuah persekutuan dalam beroperasi, mengisyaratkan *shirkah 'aqd*.

Membahas dan menganalisa sistem *Pay Per Click* (PPC) pada kerjasama antara *Facebook* dan *Google AdSense* tentu bukan pekerjaan yang mudah. *Google AdSense* memberikan peluang kepada siapa saja yang memiliki *website* atau *blog* untuk bekerjasama bersama mereka melalui program yang mereka anggap sangat sukses yaitu *Pay Per Click* (PPC).

*Google AdSense* mengajak para *publisher* aktif yang ingin mendapatkan penghasilan lebih bisa mendaftarkan laman *website* atau *blog*nya ke pihak *Google AdSense*. Yang mana persyaratan dalam kerjasama atau kemitraan ini telah diatur oleh pihak *Google AdSense* dalam *term of service* (TOS) yang telah mereka buat. Ketika *website* atau *blog* mereka telah terdaftar dan diterima oleh pihak *Google AdSense*, maka otomatis kerjasama yang menghasilkan uang telah dimulai. Namun dengan syarat ada pengunjung *website* atau *blog* yang mengklik iklan yang tampil. Para *publisher* memanfaatkan media sosial *Facebook* untuk mempercepat monetisasi yang nantinya dihasilkan dari laman *website* atau *blog*. Dengan cara mempromosikan *website* atau *blog* pada laman *Fanpage Facebook* yang telah dibuat.



















1. Bagi *publisher*, hendaknya dalam akad *shirkah* atau kerjasama pekerjaan dianjurkan terlebih dahulu mempertimbangkan dengan syarat-syarat yang ditetapkan oleh ketentuan syariat Islam yang berlandaskan al-Qur'an dan al-Hadits agar para *publisher* dan para pelaku bisnis lewat sarana *pay per click* (PPC) ini dikemudian hari tidak menimbulkan suatu masalah problematika baru yang dapat mengecewakannya di hari yang akan datang.
2. Bagi pihak *Facebook dan Google*, hendaknya memperhatikan konten postingan dalam *website* atau *blog* serta ketentuan-ketentuan yang ditetapkan. Apakah syarat-syarat yang ditetapkan itu diperbolehkan atau tidak.



- <https://webfoundation.org/about/sir-tim-berners-lee/>. diakses pada Jumat, 06 Desember 2019.
- Djuwaini, Dimyauddin. *Fiqh Muamalah*. Cet.I. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2008..
- Elshimy, Ebtessam Nassef Tawfik. *The Effectiveness Of The Pay Per Click (PPC) Model In Today's Business*. Paris: ESLSCA Bussiness School, 2015.
- Fowler, Geoffrey A. "Facebook: One Billion and Counting". <https://www.wsj.com/articles/SB10000872396390443635404578036164027386112>. diakses pada 17 Mei 2020.
- Germain, Thomas. "How to Use Facebook Privacy Settings: As Consumer Privacy Concerns Deepen, Adjusting These Controls Can Help Secure Your Data". <https://www.consumerreports.org/privacy/facebook-privacy-settings/>. diakses pada 17 Mei 2020.
- Girt, Ellen Mc. "Facebook's Mark Zuckerberg: Hacker. Dropout. CEO.". <https://www.fastcompany.com/59441/facebook-mark-zuckerberg-hacker-dropout-ceo>. diakses pada 17 Mei 2020.
- Google AdSense, "Ubah Hobi Anda Menjadi Penghasilan, Beberapa Alasan Mengapa Hampir 2 Juta Orang Memilih AdSense". [https://www.google.com/adsense/start/#/?modal\\_active=none](https://www.google.com/adsense/start/#/?modal_active=none). diakses pada 28 Oktober 2019.
- , "Persyaratan Layanan Online AdSense". <https://www.google.com/adsense/new/localized-terms?hl=in>. diakses pada 30 Maret 2020.
- Hall, Mark. "Facebook: American Company". <https://www.britannica.com/topic/Facebook>, diakses pada 06 Desember 2019.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Cet.2. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Hasan. M. Iqbal. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Huda, Qamarul. *Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Penerbit Teras. 2011.
- Ibn Rusyd, Muhammad Ibn Ahmad Ibn Muhammad. *Bidayatul Mujtahid Wa Nihayatul Muqtahid*, Juz 2. Kairo: Maktabah Ibn Taymiyah. 1415 H.
- Imarah, Mustafa Muhammad, *Jawahir al-Bukhari.*, Cet. VIII. Mesir: Syirkah al-Nur Asia, 1271H.
- Khasanah, Nur. "Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual-Beli Benda Maya dalam

- Game Online”. Skripsi--IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2009.
- Ledford, Jerri, *Google AdSense For Dummies*. Canada: Wiley Publishing, 2008.
- Mahbub, Abdullah. *Wawancara*. Gresik: 04 Maret 2020.
- Mas’adi. Ghufron A. *Fiqh Muamalah Kontekstual*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2002.
- Masruhan, *Metodologi Penelitian Hukum*. cet ke-2. Surabaya: Hilal Pustaka, 2013.
- Moch. Nasir. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988.
- Muslich, Ahmad Wardi. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: AMZAH. 2010.
- Nazir. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Nukhba Min al-‘Ulama’. *al-Tafsir al-Muyassar*. Madinah: Majma’ al-Malik Fahd Li Thaba’ati al-Mushaf al-Sharif. 1433H.
- Nursalam. *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba Medika, 2003.
- Perwitawati. Yeni. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli dengan Sistem Online Di Maritza Butik Kabupaten Kediri”. Skripsi -- IAIN Sunan Ampel Tahun 2010.
- Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Pratama Arie. “Jumlah Pengguna Facebook Tembus 2,38 M, di RI Berapa?”. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190719144302-40-86209/jumlah-pengguna-facebook-tembus-238-m-di-ri-berapa>. diakses pada 17 Mei 2020.
- Rozi. *Wawancara*. Gresik: 12 Agustus 2020
- Sabiq, Sayyid. *Fiqhus Sunnah*, diterjemahkan oleh Abu Syaqqina et.al, *Fiqih Sunnah*. Jilid 5. Jakarta: Tinta Abadi Gumilang, 2013.
- Sengupta, Somini. “Facebook’s Prospects May Rest on Trove of Data”. <https://www.nytimes.com/2012/05/15/technology/facebook-needs-to-turn-data-trove-into-investor-gold.html>. diakses pada 17 Mei 2020.
- Sihombing, Helda. “7 Cara Mendapatkan Uang dari Facebook yang Bisa Semua Orang Lakukan”. <https://www.moneysmart.id/7-cara-mendapatkan-uang-dari-facebook-yang-bisa-semua-orang-lakukan/>. diakses pada 28 Oktober 2019.

- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. *Metode penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, 1989.
- Stern, Joanna. "Facebook Buys Instagram for \$1 Billion", <https://abcnews.go.com/blogs/technology/2012/04/facebook-buys-instagram-for-1-billion/>. diakses pada 17 mei 2020.
- Suharsimi Arikunto, *Metode Research II*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), 236.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2010.
- Sunggono, Bambang. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.
- Szetela, David, et.al., *Pay-Per-Click Search Engine Marketing: An Hour a Day*. Canada: Wiley Publishing, 2010
- Tim 4muda. "15 Produk Google Paling Bermanfaat dan Populer". <https://www.4muda.com/11-produk-google-paling-bermanfaat-populer/>. diakses pada 10 Mei 2020.
- Tim Laskar Pelangi. *Metodologi Fiqih Muamalah Diskursus Metodologis Konsep Interaksi Sosial-Ekonomi*. Lirboyo Kediri: Lirboyo Press, 2013.
- Tim Penyusun KHES. *Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah*. Edisi Revisi. Mahkamah Agung Republik Indonesia Direktorat Jenderal badan Peradilan Agama Tahun 2011.
- Tim RECTMedia. "Google Ads vs Google AdSense: Apa Perbedaannya?". <https://rectmedia.com/google-ads-vs-google-adsense-apa-perbedaannya/>. diakses pada 30 Maret 2020.
- Timotius. Kris H. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2017.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.