

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informatika dalam dunia maya (internet) belakangan ini sangat pesat. Internet yang merupakan implementasi *Transmission Control Protocol/Internet Protocol* (TCP/IP) telah memberikan kemudahan dalam berkomunikasi secara global tanpa batasan geografis antar Negara. Komunikasi tersebut dapat meliputi komunikasi antar pribadi dengan menggunakan e-mail atau tayangan informasi bebas baca yang disebut sebagai *World Wide Web* disingkat *www*, atau lebih singkat Web.¹

Selain untuk memudahkan dalam melakukan komunikasi secara global, akhir-akhir ini internet juga bisa dijadikan alat untuk mencari penghasilan tambahan bagi para penggunanya. Misalnya adalah dengan cara menerbitkan sebuah iklan/*advertising*. Iklan dalam hal ini dapat berupa promosi barang dan jasa.

Dalam bahasa Yunani, iklan didefinisikan sebagai suatu cara untuk mengajak orang pada gagasan. Secara komprehensif dapat diartikan sebagai semua bentuk aktivitas untuk memperkenalkan dan mempromosikan ide,

¹ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insani Press, 2004), 4-5

barang, atau jasa secara non-personal tentang suatu produk, merek, perusahaan, atau toko².

Periklanan merupakan salah satu bagian yang tidak terpisahkan dari aktifitas bisnis modern saat ini, karena iklan memainkan peran yang sangat penting untuk menyampaikan suatu informasi (pesan) tentang suatu produk kepada masyarakat, dengan demikian dapat dikatakan bahwa iklan secara tidak langsung menentukan penilaian masyarakat mengenai baik buruknya kegiatan bisnis. Dalam ilmu ekonomi khususnya dalam dunia marketing, kita kenal adanya istilah iklan, karena iklan merupakan istilah bauran strategi promosi dari marketing yang berfungsi menyampaikan suatu produk kepada masyarakat. tujuannya adalah untuk mendekatkan suatu produk dan memberikan kesan kepada konsumen bahwa produk tersebut lebih unggul dari produk sejenisnya jadi iklan berbicara bagaimana mempengaruhi perilaku manusia dan meyakinkan manusia itu sendiri, artinya bahwa iklan sebagai instrumen strategi marketing dalam promosi agar mampu menguasai pasar sasaran (konsumen).

Menurut Kleppner iklan atau *advertising* berasal dari bahasa latin *Advertere* berarti “mengalihkan pikiran”. Philip Kotler seorang pakar pemasaran mengartikan periklanan adalah segala bentuk penyajian non personal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembiayaan.³

² Regieranjana, “Pengertian Iklan dalam”,
<http://regieranjana.blogspot.com/2010/11/pengertianiklan.html>. “akses pada” 06, Juni 2013

³ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi bahasa Indonesia. (Jakarta: prehanlindo, 1997), 236

Peran periklanan pada zaman sekarang amatlah berkembang karena banyaknya transaksi yang menggunakan media elektronika yang bersifat pesanan. Hal ini disebabkan arus globalisasi. Periklanan online menjadi solusi bagi sebagian masyarakat yang mempunyai modal kecil dan bukan hanya mengiklankan produknya tapi sudah menjadi *trend* pasar karena pembeli dan penjual dapat berinteraksi selain dengan biaya yang amat murah. Periklanan online ini dipilih karena transaksinya yang amat mudah. Transaksi secara elektronik ini lebih dikenal dengan istilah *E-Commerce* atau *E-Bussines*.⁴

E-Commerce menggambarkan cakupan yang luas mengenai teknologi, proses, dan aplikasi dalam bisnis, baik yang sifatnya *private* (antar perusahaan), *public* (umum), maupun komunitas tertentu dalam negeri dan internasional, tanpa melibatkan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi tetapi melalui media elektronik.

Sedangkan di kalangan masyarakat luas masih ada yang beranggapan bahwa *e-commerce* dalam praktiknya hanya sebagai online shopping – belanja melalui web. Padahal *e-commerce* tidak semata-mata menyangkut masalah transaksi online saja, tetapi mencakup aktifitas-aktifitas lainnya, seperti melakukan relasi dengan pelanggan, mengidentifikasi terhadap peluang mitra bisnis, dan planning produk. Sedangkan web *shopping* merupakan salah satu bagian dari *e-commerce* yang mempunyai kelebihan tersendiri di dalamnya.

⁴ Anastasia Diana, *Mengenal E-Commerce*, (Yogyakarta: Andi 2001), 65

Dalam prakteknya salah satu web yang menyediakan periklanan online adalah www.kumpulblogger.com, situs ini merupakan situs yang berfokus pada aktifitas sewa menyewa periklanan online di Indonesia. Semua iklan yang ada disitus ini dibuat oleh penggunanya sendiri. Dalam perkembangannya, situs ini dipilih karena salah satu manfaat yang dirasakan masyarakat terhadap model periklanan online adalah banyak menawarkan mulai dari jasa sampai jual beli barang. Secara praktik model periklanan ini sangatlah lemah dalam prosesnya karena dalam transaksi periklanan online ini sering kali terdapat kesalahan dalam transaksi sewa-menyewa jasa periklanan.

Sewa menyewa artinya melakukan akad mengambil manfaat sesuatu yang diterima dari orang lain dengan jalan membayar sesuai dengan perjanjian yang telah ditentukan dengan syarat-syarat sebagai berikut:⁵

1. Barang yang diambil manfaatnya, harus masih tetap wujudnya sampai waktu yang telah ditentukan menurut perjanjian
2. Waktunya harus dapat diketahui dengan jelas, misalnya sehari, seminggu atau sebulan dan seterusnya
3. Pekerjaan dan manfaat sewa-menyewa itu harus diketahui jenis, jumlah dan sifatnya serta sanggup menyerahkan. dan manfaat yang boleh disewakan adalah manfaat yang berharga
4. Syarat ijab qabul serupa dengan syarat ijab qabul pada jual beli dengan tambahan menyebutkan masa waktu yang telah ditentukan.

⁵ Moh. Rifa'i, *Ilmu Fiqih Islam Lengkap*, (Semarang: Karya Toha Putra, 1978), 428.

فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآتُوهُنَّ أُجُورَهُنَّ

Artinya:

Kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak) mu untukmu, maka berikanlah kepada mereka upahnya. (ath-Thalaq: 6)⁶

وَعَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : (مَنْ اسْتَجَارَ أَخِيْرًا

فَلَسَّ لَهُ أُحْرَتُهُ) (رواه عبد رزاق)

Artinya:

Dan dari Abi Said Al Hudri Radiallahu Anha bahwasanya Nabi Sallahu Alaihi Wasallam berkata: siapa yang mempekerjakan buruh harus menetapkan berapa upahnya⁷

الْأَصْلُ فِي الْمَنَافِعِ الْأَبَا حَقُّهُ فِي أَمْضَارِ التَّحْرِيمِ

Artinya:

Prinsip dasar pada masalah-masalah yang mendatangkan manfaat adalah boleh dan dalam masalah-masalah yang menimbulkan mudarat adalah haram⁸

وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ

Artinya:

Dia tidak sekali-sekali menjadikan untuk kamu dalam agama suatu kesempitan. (QS. al-Hajj : 78)

Permasalahan yang ada dalam pemakaian media periklanan online ini, dimana pihak *advertiser* sering merasa dirugikan karena periklanan melalui media *online* ini belum sepenuhnya tercover kepada pemerintah. Dalam artian, masih lemahnya hukum yang mengikat periklanan *online* ini.

⁶ Ibnu Rusyd, *Bidayatu'l Mujtahid, Juz 3*, (Semarang: CV. Asy-syifa', 1990), 195.

⁷ Ibnu Hajar al Asqalany, *Bulughul Maram min Adillatil Ahkam*, (Surabaya: al Hidayah, tt), 195.

⁸ Muhammad Abu Zahrah, *Ushul Fiqih*,(Jakarta: Pustaka Firdaus, 2003), 69.

Sewa-menyewa iklan yang terjadi dalam situs *online* ini antara pihak pengelola situs www.kumpulblogger.com atau admin dengan advertiser tersebut tidak memenuhi syarat dan rukun sewa yang terdapat pada fikih muamalat sehingga sewa yang digunakan termasuk akad sewa yang lemah, karena yang terjadi dalam sewa-menyewa ini jelas tidak memiliki kekebalan hukum yang mengikat kedua belah pihak.

Jadi jelas akan banyak sekali kecurangan-kecurangan dan penipuan baik dari pihak pertama (*publisher*) maupun pihak kedua (*advertiser*). Oleh karena itu sewa-menyewa jasa iklan yang ada dalam situs www.kumpulblogger.com ini tidak sesuai dengan syari'at Islam, sehingga posisi sewa-menyewa jasa iklan menjadi batal dalam Hukum Islam.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi masalah

- a. Konsep sewa-menyewa dalam Islam.
- b. Prosedur proses akad sewa-menyewa antara *advertiser* dan *publisher* via www.kumpulblogger.com.
- c. Ketentuan hukum Islam terhadap akad dalam sewa-menyewa antara *advertiser* dan *publisher* via www.kumpulblogger.com.
- d. Konsep maslahat dalam hukum Islam.

2. Batasan masalah

Dalam identifikasi masalah tersebut, penulis hanya akan membatasi pada dua hal. Yaitu prosedur proses transaksi akad sewa-menyewa, dan

ketentuan hukum Islam terhadap akad dalam sewa-menyewa antara *advertiser* dan *publisher* via www.kumpulblogger.com.

C. Rumusan Masalah

Sehubungan paparan dalam latar belakang di atas, penulis dapat menyampaikan beberapa rumusan masalah yang diantaranya:

1. Bagaimana implementasi transaksi sewa-menyewa penggunaan jasa iklan antara *advertiser* dan *publisher* via www.kumpulblogger.com?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap implementasi sewa-menyewa jasa iklan antara *advertiser* dan *publisher* via www.kumpulblogger.com?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian/penelitian yang sudah pernah dilakukan seputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian/penelitian yang telah ada.

Penelitian yang sudah pernah ada adalah penelitian oleh Rizqi Tutik Maharlika dalam skripsinya yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli dengan Model Periklanan Website tokobagus.com”. hanya membahas akad jual beli barang bekas dengan praktek model periklanan online. Perbedaan dengan penelitian yang akan dikaji oleh peneliti adalah mengenai akad sewa-menyewa antara pihak yang memasang iklan (*advertiser*) dengan *publisher*.

Penelitian selanjutnya oleh Ahmad Sirodj, mahasiswa Fakultas Syariah Jurusan Muamalah UIN Sunan Ampel. membahas tentang “Tinjauan

Hukum Islam Terhadap Akad Kerjasama antara Publisher dan Google Adsense”.

Dalam hal ini yang menjadi titik pembahasan penulis adalah tentang implementasi sewa-menyewa jasa iklan antara *advertiser* dan *publisher* via www.kumpulblogger.com serta bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap implementasi sewa-menyewa jasa iklan antara *advertiser* dan *publisher* via www.kumpulblogger.com.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui praktek sewa-menyewa jasa iklan antara *advertiser* dan *publisher*.
2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap pelaksanaan sewa-menyewa jasa iklan antara *advertiser* dan *publisher*.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil studi ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik bersifat teoritis maupun praktis yang diantaranya :

1. Secara teoritis, sebagai tambahan untuk mengembangkan khazanah pengetahuan tentang Hukum Islam sehingga dapat dijadikan informasi bagi para pembacanya.
2. Secara praktis, diharapkan bisa menjadi masukan bagi para pembaca untuk lebih berhati-hati dalam bertransaksi via internet terutama dalam hal pengiklanan.

G. Definisi Operasional

Judul skripsi ini adalah “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Sewa Menyewa Jasa Iklan Antara Advertiser dan Publisher via www.kumpulblogger.com”. Untuk menghindari terjadinya salah pengertian dalam pemahaman, maka penulis perlu menjelaskan atau memberikan definisi terhadap istilah-istilah pokok yang nantinya berfungsi sebagai landasan operasional dalam penulisan skripsi ini.

1. Hukum Islam

Peraturan-peraturan dan ketentuan-ketentuan yang berkenaan dengan kehidupan berdasarkan Al-Qur’an; hukum syara’.⁹

2. Sewa menyewa

Suatu perjanjian atau kesepakatan di mana penyewa harus membayarkan atau memberikan imbalan atas manfaat dari benda atau barang yang dimiliki oleh pemilik barang yang dipinjamkan.

3. *Advertiser*

Pihak yang melakukan kegiatan marketing promosional/*publishing/advertising* yang materinya akan disebar kepada seluruh blog yang berada dalam jaringan www.kumpulblogger.com.

4. *Publisher*

Adalah orang atau pemilik situs yang sudah bergabung dan memasang iklan AdSense di situs mereka.¹⁰

⁹ Sudarsono, *Kamus Hukum*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1992), 169

¹⁰<http://www.botras.co.cc/search/label/KAMUS%20GOOGLE%20ADSENSE%20-%20PENGERTIAN%20GOOGLE%20ADSENSE>. 23 MEI 2013

Jaringan Blogger Indonesia untuk mendapatkan alternatif penghasilan tambahan, dengan cara menyediakan spot/ruangan pada blognya sebagai tempat menyampaikan pesan *komersial* dari *advertiser*.

H. Metode Penelitian

1. Data yang dikumpulkan

Data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data-data yang telah diperoleh selama penelitian dengan cara kajian pustaka, yaitu mempelajari buku-buku yang berkaitan dengan sewa menyewa antara *advertiser* dan *publisher*.

2. Sumber data

a. Sumber data primer:

Data yang diperoleh peneliti langsung dari hasil pengamatan akad kerjasama serta dokumen-dokumen dari internet.

b. Sumber data sekunder:

Literatur yang berhubungan dengan pembahasan ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Fiqih muamalah, Karya Rahmat Syafe'i
- 2) Fiqih muamalah, karya Hendi Suhendi.
- 3) Berbagai Macam Transaksi dalam Islam, Karya M. Ali Hasan.
- 4) Fiqih Muamalah Konstektual, Karya Ghufron A. Mas'adi.
- 5) Sayyid Sabiq, Fikih Sunnah, Juz 13, penerjemah: Kamaluddin.
- 6) Website admin dan member yang menjelaskan data yang dibutuhkan oleh penulis.

3. Teknik pengumpulan data

a. Observasi

Dalam teknik observasi ini, penulis melakukan pengamatan langsung kepada *advertiser*.

b. Dokumentasi

Dengan maksud mencari data atau informasi seperti: buku, majalah, dokumen, ebook, forum, web, artikel-artikel, peraturan-peraturan dan catatan harian lainnya.

4. Teknik pengolahan data

Setelah data selesai dikumpulkan, selanjutnya dilakukan pengolahan data dengan menggunakan metode:

a. Editing, yaitu:

Membetulkan dan meneliti data yang diperoleh untuk meneliti jawaban, apakah data tersebut sesuai kenyataan yang ada.

b. Pengorganisasian data, yaitu:

Mengukur dan menyusun data tersebut sedemikian rupa sehingga menghasilkan bahan untuk dijadikan struktur skripsi.

5. Teknik Analisa Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu teknik yang digunakan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu

konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Hasil penelitian itu kemudian ditelaah dengan menggunakan teknik deskriptif dengan pola pikir deduktif, pola pikir ini dipakai untuk menganalisis data secara umum berdasarkan kenyataan-kenyataan dari hasil riset kemudian diambil kesimpulan yang bersifat khusus. Yakni mengungkapkan kenyataan-kenyataan dari hasil penelitian.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam pembahasan dan penyusunan skripsi ini terbagi menjadi 5 bab, yaitu sebagai berikut:

Bab pertama, pendahuluan meliputi latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, menjelaskan kajian tentang sewa dalam perspektif hukum Islam, yang meliputi pengertian sewa, dasar hukum sewa, rukun-rukun sewa, syarat-syarat sewa, berakhirnya sewa, kemudian dilanjutkan dengan gambaran tentang konsep maslahat dalam hukum Islam.

Bab ketiga, gambaran umum tentang akad transaksi sewa-menyewa jasa iklan antara *advertiser* dan *publisher*, cara mengikuti program dalam www.kumpulblogger.com, cara kerja www.kumpulblogger.com, cara pembayaran dalam www.kumpulblogger.com, cara sukses mengikuti program www.kumpulblogger.com.

Bab keempat, bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap implementasi sewa-menyewa jasa iklan via www.kumpulblogger.com.

Bab kelima, merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari pembahasan di atas serta diakhiri dengan saran-saran.