

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Bisnis adalah berbagai kegiatan yang berkaitan dengan berbagai transaksi yang dilaksanakan berbagai kalangan masyarakat untuk mencari keuntungan, baik berupa barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Dalam Islam, bisnis adalah segala bentuk kegiatan bisnis, tidak dibatasi oleh jumlah (kuantitas), keuntungan, kepemilikan harta benda (barang/jasa), tetapi dengan memperoleh dan menggunakan asetnya yang dibatasi (menurut aturan halal dan haram).¹ Dalam menjalankan kegiatan bisnis, seorang individu muslim dituntut perilaku yang sama. Semua sifat yang negatif dalam berbisnis seperti mengurangi timbangan, takaran, ukuran, memalsukan barang, berbohong, sistem riba dan lain-lain wajib dihindari. Perilaku muslim dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, tidak boleh menyimpang dari segala ketentuan Allah.²

Era internet sudah mengubah segala lini kehidupan, mindset dan gaya hidup manusia. Segalanya telah berubah seiring berkembangnya dunia internet saat ini, tidak ketinggalan model bisnis juga mengikuti trend yang berkembang begitu cepat.³ Percepatan trend bisnis di era internet saat ini mendorong orang untuk menjadi kreatif dan dapat menghasilkan uang secara legal dengan menciptakan bisnis. Dengan kemajuan internet orang-orang dapat melakukan

¹ Mardani, *Hukum Bisnis Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014), 1-3.

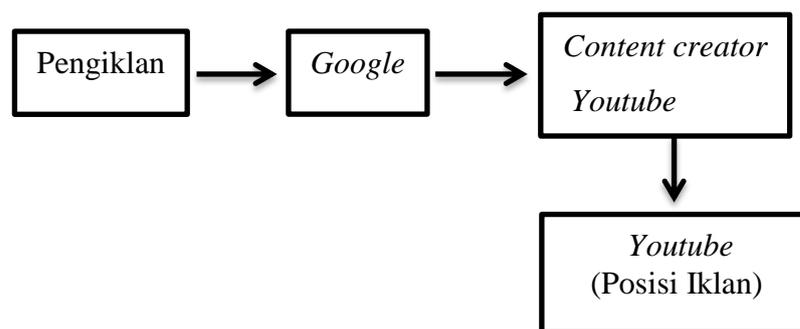
² Asmuni & Siti Mujiatun, *Bisnis Syariah: Suatu Alternatif Pengembangan Bisnis yang Humanistik dan Berkeadilan* (Medan: Perdana Publishing, 2013), 8.

³ Muammar Arafat & Muzakkir, "akad Pada *Google AdSense* Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *TAFALQUH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Ahwal Syahsiyah*, vol 2, no.1 (Juni 2017), 55.

apapun mulai dari *browsing* atau *surfing*, *chatting*, *mailing* maupun sosial media (*Facebook*, *Instagram*, *Path*, *Youtube*, dan lain sebagainya). Internet mampu mengubah pola dan gaya hidup sosial, bahkan internet mampu mengubah pola perdagangan atau transaksi ekonomi.⁴

Bisnis dengan penggunaan media internet yang paling populer saat ini yaitu bisnis *Google AdSense*. *Google AdSense* sedang banyak diminati akhir-akhir ini karena prosedur yang mudah dan gratis serta memberikan pendapatan yang cukup tinggi. Popularitas *Google AdSense* dipengaruhi oleh banyaknya generasi milenial yang lebih tertarik menggunakan aplikasi media sosial. Karena banyaknya pengguna media sosial memberikan keunggulan bagi *Google AdSense* dalam bisnis periklanan yaitu, seperti iklan yang dapat berjalan selama 24 jam, tersedia setiap hari, dan memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas, besar dan universal.

Gambar 1. 1
Mekanisme Kerjasama



Sumber: Jurnal Dusturiyah⁵

⁴ Annisa Dwi Kurniawati, "Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam," *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Bussines*, vol 02, no.01 (Januari-Juni, 2019), 92.

⁵ Dimodifikasi dari Nahara Eriyanti & Muhammad Bahaur Rijal, " *Google AdSense* Perspektif Hukum Perjanjian Islam," *Jurnal Dusturiyah*, vol.9 no.2 (Juli-Desember, 2019), 252.

Bisnis *Google AdSense* merupakan bisnis periklanan (*Advertising*) yang dilakukan oleh *Google* bekerja sama dengan pemilik konten. Dengan bergabung di *Google AdSense*, pemilik konten dapat menayangkan iklan-iklan dari *Google AdSense* di *web* miliknya.⁶ Dalam program ini, bagi hasil ditentukan secara profesional yaitu *content creator* mendapatkan bagi hasil sebesar 68% dan *Google* mendapatkan 32%.⁷ Metode pembayarannya berdasarkan pada metode komisi PPC (*Pay Per Click*), pendapatan yang diperoleh setiap kali mengklik iklan dan metode RPM (*Review Per Thousand Impression*) pendapatan per seribu tayangan, yang berarti pendapatan akan didapatkan setidaknya setelah seribu tayangan melihat iklan.⁸

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan kepada Homaidah pemilik *channel Youtube* EMAK TAPAI. Dikatakan bahwa komisi yang didapatkan dari *Google AdSense* pada akun-nya dipengaruhi oleh jumlah penonton dan jumlah klik pada iklan yang ditayangkan.⁹ Untuk bisa menampilkan iklan di *channel Youtube*, kita perlu memenuhi syarat dan bergabung dengan *Google AdSense*.

Kerja sama dimaksudkan sebagai suatu usaha bersama antara orang perorangan atau kelompok untuk mencapai satu tujuan bersama. Kerjasama adalah suatu usaha atau bekerja secara bersama-sama untuk mencapai suatu hasil.

⁶ Jefferly Helianthusonfri, *Passive Income dari Google AdSense* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), 1.

⁷ Pendapatan AdSense, Bagi hasil AdSense, di akses dari <https://support.google.com/adsense/answer/180195?hl=id>, pada tanggal 15 oktober 2021, pukul 18.30 WIB

⁸ Nahara Eriyanti & Muhammad Bahaur Rijal, “*Google AdSense* Perspektif Hukum Perjanjian Islam,” *Jurnal Dusturiyah*, vol.9 no.2 (Juli-Desember, 2019), 244.

⁹ Homaidah, pemilik *Channel Youtube* Emak Tapai, *Wawancara langsung* (12 November 2021)

Dengan berlangsungnya kerja sama, seseorang membutuhkan alat ukur agar tidak bertentangan dengan kepentingan yang satu dan tidak melanggar hak orang lain, oleh karena itu perhatian diberikan kepada bentuk kerja sama, cara mendapatkannya, dan cara penggunaannya bagi kedua belah pihak. Kerjasama atau perserikatan dalam Islam atau biasa disebut *syirkah*.

Syirkah merupakan bentuk percampuran (perseroan) dalam Islam yang pola operasionalnya melekat prinsip kemitraan usaha dan bagi hasil.¹⁰ Secara bahasa, *syirkah* berarti *al-ikhtilath* yang artinya percampuran atau bercampur. Yang dimaksud dari percampuran adalah ketika seseorang mencampurkan propertinya sendiri dengan aset orang lain sehingga tidak mungkin untuk dibedakan.¹¹

Secara istilah, menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *syirkah* adalah kerjasama antara dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan, atau kepercayaan dalam suatu usaha tertentu, dan pembagian keuntungan berdasarkan bagi hasil (nisbah).¹² *Syirkah* didasarkan pada kesepakatan yang telah disepakati keduanya (pihak yang bekerja sama) agar keduanya sama-sama menggarab pekerjaannya dan mendapat upah sesuai dengan akad yang ditentukan.¹³

Penguatan hukum *syirkah* didasarkan pada Al-Qur'an dalam surah *Al-Shad* ayat 24 yang berbunyi:

¹⁰ Udin Saripudin, "Aplikasi Akad *Syirkah* dalam Lembaga Keuangan Syariah," *Al Amwal* 1, no.1 (agustus, 2018), 26.

¹¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010), 125.

¹² Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana Pranamedia Group, 2012), 220.

¹³ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah dari klasik hingga kontemporer* (Malang: UIN-Maliki Press, 2018), 76.

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ 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 itu.*” (QS. Al-Shad:24)¹⁴

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menganalisis tentang bisnis *Google AdSense* pada platform *Youtube* berdasarkan perspektif skad *syirkah* yang membahas tentang mekanisme kerja sama yang dilakukan dalam bisnis dan penerapan bagi hasil yang dilakukan antara *Google* dengan para *content creator Youtube* berdasarkan pada perspektif akad *syirkah*. Oleh sebab itu, dalam hal ini peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang permasalahan diatas dengan mengadakan penelitian dengan judul “*Bisnis Google AdSense pada Platform Youtube berdasarkan Perspektif Akad Syirkah*”.

B. Fokus Penelitian

Karena luasnya pembahasan dalam penelitian bisnis *Google AdSense* pada platform *Youtube* berdasarkan perspektif akad *syirkah* dan untuk menghindari salah penafsiran terhadap permasalahan yang diteliti. Oleh karena itu, agar pembahasan lebih terarah maka penulis membatasi masalah pada bisnis *Google AdSense* pada platform *Youtube* berdasarkan perspektif akad *syirkah* di fokuskan pada poin-poin berikut:

¹⁴ Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 661.

1. Bagaimana mekanisme kerja sama antara *Google* dengan *content creator* pada platform *Youtube* ?
2. Bagaimana bagi hasil yang dilakukan dalam kerja sama antara *Google* dan *content creator* pada platform *Youtube*?
3. Bagaimana mekanisme kerja sama dan bagi hasil dalam bisnis *Google AdSense* pada platform *Youtube* berdasarkan perspektif akad *syirkah* ?

C. Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan yang dilakukan mestilah memiliki tujuan yang jelas. Demikian pula dengan penelitian ini, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui mekanisme kerja sama antara *Google* dengan *content creator* pada platform *Youtube*.
2. Untuk mengetahui bagi hasil yang dilakukan dalam kerja sama antara *Google* dan *content creator* pada platform *Youtube*.
3. Untuk mengetahui mekanisme kerja sama dan bagi hasil yang dilakukan dalam bisnis *Google AdSense* pada platform *Youtube* berdasarkan perspektif akad *syirkah*.

D. Kegunaan Penelitian

Setelah dilakukan penelitian, diharapkan hasil penelitian yang dilakukan ini dapat berguna bagi semua pihak. Manfaat yang diharapkan setelah dilaksanakannya penelitian yaitu:

1. Dengan adanya proposal ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi mengenai akad *syirkah* dan penentuan bagi hasil yang dapat dijalankan dalam Bisnis *Google AdSense*.

2. Dengan adanya proposal ini dapat menggambarkan mekanisme kerja sama antara *Google* dan *content creator* pada platform *Youtube*, dan dengan adanya gambaran tersebut dapat menjelaskan kesesuaian syariah dengan bisnis yang dijalankan sehingga dapat memberikan sumbangsih pemikiran khususnya pada pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis *Google AdSense* dan pembaca pada umumnya.

E. Definisi Istilah

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami maksud dari proposal ini, maka penulis berusaha untuk memberikan pemahaman terhadap beberapa istilah yang digunakan dalam proposal ini.

1. *Google AdSense*

Google AdSense merupakan sebuah program kerjasama periklanan melalui media internet yang diselenggarakan oleh *Google*. Pemilik situs *web*, *blog* dan *channel Youtube* akan mendapatkan pemasukan berupa pembagian keuntungan dari *Google* untuk setiap iklan yang diklik oleh pengunjung situs dan pendapatan perseribu tayangan.

2. *Akad Syirkah*

Merupakan bentuk kerjasama dalam Islam dimana dua orang atau lebih bekerjasama dalam hal permodalan, keterampilan, atau kepercayaan dalam suatu usaha tertentu, dan pembagian keuntungan berdasarkan bagi hasil (nisbah).

3. *Content creator*

Merupakan seseorang yang memiliki kreativitas dalam membuat, mengedit dan menciptakan foto atau video dengan berbagai jenis konten yang nantinya akan di *upload* ke berbagai *platform* media sosial.

4. *Viewers*

Merupakan orang-orang yang menikmati semua karya yang berbentuk video atau foto yang dapat diakses dengan mudah melalui jaringan media sosial.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Skripsi yang ditulis oleh Panji Asoka Rahmat Wiguna, Mahasiswa IAIN SALATIGA tahun 2017, yang berjudul: “Analisis Kerjasama Antara *Publisher* dan *Google AdSense* Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*Library Research*). Masalah dalam penelitian ini adalah pelaksanaan kerjasama antara *publisher* dan *Google AdSense* serta analisis hukum ekonomi syariah terhadap kerjasama antara *publisher* dan *Google AdSense*. Hasil dari penelitian tersebut bahwa kerjasama antara *publisher* dan *Google AdSense* termasuk pada akad *Syirkah abdan*. Dan kerjasama ini tidak diperbolehkan apabila terdapat iklan-iklan yang mengandung unsur haram. Karena tidak diperbolehkan mengumumkan, mengiklankan, dan membantu untuk menyebarkan kemungkar.

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama mengkaji tentang akad kerja sama yaitu akad *Syirkah* dalam bisnis *Google AdSense*. Akan tetapi dalam penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu, yang mana objek penelitian ini merupakan para *Content*

creator Youtube sedangkan pada penelitian terdahulu objeknya berupa *publisher* (penulis *blog* dan *website*). Perbedaan selanjutnya terletak pada konsep bagi hasil yang tidak di bahas dalam penelitian terdahulu, sedangkan dalam penelitian ini akan di bahas.

2. Skripsi yang ditulis oleh Husnun Azizah, mahasiswi IAIN METRO tahun 2020, yang berjudul: “Konten Kreatif *Youtube* Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus *Yotuber* Kota Metro)”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Masalah dalam penelitian ini adalah Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Konten Kreatif *Youtube* sebagai sumber penghasilan. Hasil dari penelitian tersebut bahwa Konten kreatif *Youtube* sebagai sumber penghasilan ditinjau dari etika bisnis Islam ada yang sesuai dan ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Hal ini didasarkan pada, cara pembuatan video, isi video dan ketepatan video pada aturan-aturan yang berlaku.

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama mengkaji tentang para *Content creator* pada platform *Youtube*. Pembedanya adalah masalah yang diangkat pada penelitian terdahulu adalah etika bisnis Islam sedangkan pada penelitian ini masalah yang diangkat adalah berkaitan dengan akad yang digunakan dalam kerja sama bisnis *Google AdSense* atau *Content creator* pada platform *Youtube*.

3. Jurnal yang ditulis oleh Muammar Arafat dan Muzakkir, M.SI. (Stis Sarul Falah Pagutan Mataram). Dengan judul “Akad *Google AdSense* Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. Penelitian ini mengkaji tentang mekanisme akad

Google AdSense dipandang dari aspek Ekonomi Syariah. Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif-analitis dengan menggunakan pola pendekatan hukum Ekonomi Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akad yang terjadi di *Google AdSense* mencerminkan nilai-nilai dasar akad yang sudah sesuai dengan aturan moral serta melindungi pihak yang terkait dalam bisnis online demi terwujudnya kemaslahatan dan kesejahteraan bersama.

4. Jurnal yang ditulis oleh Alfi Karomah, Zulham dan Ahmad Suhaimi (Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sumatera Utara). Dengan judul "Pengaturan Kerjasama Antara *Google AdSense* dengan *Youtuber* Kota Medan Perspektif Wahbah Zuhaili". Permasalahan dalam penelitian ini adalah pengaturan kerjasama antara *Google AdSense* dan *Youtube*, apakah sudah sesuai dan tidak melanggar syariat dan hukum yang berlaku di Indonesia. Penelitian ini dilakukan di Kota Medan. Penelitian ini merupakan penelitian gabungan antara penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Kesimpulan dari tugas akhir ini adalah Susunan Kolaborasi *Google AdSense* dengan Sudut Pandang *Youtuber* Kota Medan Wahbah Zuhaili. Jadi hasil penelitian penulis tentang kerjasama *Google AdSense* dengan *Youtuber* berdasarkan perspektif Wahbah Az-Zuhaili adalah Haram jika tidak mengikuti rukun dan *Syirkah* syarat serta hukum yang berlaku di Indonesia. Status dapat berubah jika, para *Youtuber* memenuhi persyaratan dan rukun, dan mengikuti semua aturan yang diizinkan oleh Syariah' dan Hukum.