

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di era telekomunikasi seperti sekarang ini tidak dapat kita pungkiri bahwasannya internet menguasai segala sektor kehidupan baik sosial, budaya, hingga perekonomian. Terkadang dengan adanya perkembangan teknologi ini memudahkan semua kalangan dalam memperoleh suatu hal dengan cepat. Namun sadar ataupun tidak, mungkin saja ada beberapa hukum yang dilanggar dalam pelaksanaannya. Teknologi terbaru yang sedang digandrungi kalangan milenial saat ini adalah layanan bisnis online. Bisnis online adalah aktivitas bisnis yang dilakukan oleh para pelaku bisnis baik itu organisasi bisnis maupun individu dengan memanfaatkan media elektronik<sup>1</sup>. Banyak generasi millennial yang belomba-lomba untuk menjadi YouTuber, Vlogger dan lain sebagainya untuk menghasilkan pendapatan materi dan juga ketenaran hanya dengan memikirkan dan membuat konten yang menarik untuk diunduh, didengarkan, dibaca atau dilihat oleh warga net atau sering disebut dengan *netizen*.

*Google Adsense* adalah program google yang telah menjamur menjadi suatu trend bisnis dikalangan milenial, dengan mudah uang akan masuk ke-rekening publisher dengan metode *Pay Per Click (PPC)* atau *Pay Per View (PPV)*. PPC merupakan program *afiliasi* yang akan membayar seseorang apabila meng-klik iklan dari situs PPC. Setiap klik nilainya bervariasi ada yang \$0.01 atau sekitar Rp.1.500,- per klik sampai \$0.25 atau sekitar Rp.3.600,- per klik, tapi pada umumnya nilai rata-rata per klik yang diberikan sebesar \$0.01. Untuk *free member* iklan yang tampil cenderung sedikit, sekitar 10-16 iklan saja perhari. Artinya, jika nilai per klik adalah \$0,01 maka hasil yang diperoleh dalam satu hari adalah \$0.10-\$0.16. Bagi seseorang yang sudah melakukan *upgrade status membership* dari *free member* menjadi *bronze member* atau

---

<sup>1</sup> Hanafi Zuardia, *Bisnis Online dalam Perspektif Islam*, Jurnal Hukum dan Ekonomi Syaria'ah Vol.4 No.1.2019, (diakses pada tanggal 20/01/2020:21.00)

*gold member* dengan membayar \$0.20-\$100 iklan yang muncul bisa ratusan perhari. Maka, apabila nilai per klik adalah \$0.01 dikalikan 100 iklan, maka hasil yang diperoleh adalah \$1.<sup>2</sup>

*Publisher* adalah pemilik situs (blog,website,youtube,dll) yang sudah bergabung dan memasang iklan google adsense di situs mereka.<sup>3</sup> Google adsense sendiri merupakan suatu bisnis periklanan digital yang ditampilkan melalui YouTube, Website, dan Blog.<sup>4</sup>

Karena iklan yang ditayangkan oleh google adsense bersifat acak, maka bukan tidak mungkin didalam tayangan iklan yang ada didalam google adsense tersebut mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam islam, berdasarkan Fatwa MUI No.24 Tahun 2017 tentang pedoman bermuamalah yang disebutkan bahwasanya bermuamalah menjadi boleh apabila salah tidak menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan, dan segala hal yang terlarang secara syar'i<sup>5</sup>. Kemudian diatur juga dalam Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Bab VII Pasal 27 ayat 1 yang berbunyi “Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.” Terdapat 10 pasal dalam UU No.11 Tahun 2008 yang memuat larangan dalam transaksi elektronik.

Kegiatan antara google adsense dan *Publisher* ini merupakan suatu kegiatan muamalah, karena kegiatan ini merupakan suatu interaksi dan aktivitas yang menghasilkan duniawi, menurut al-Dimyati pengertian dari muamalah adalah “Aktivitas yang menghasilkan duniawi menyebabkan

---

<sup>2</sup> Dika Saputri, *Advertising Pay Per Click (PPC) Dengan Google Adsense Perspektif Hukum Islam*, Yudisia: Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam Vol.2 No.9.2018(diakses pada tanggal 10/2/2020: 21.22), hlm. 258

<sup>3</sup> Panji Asoka Rahmat Wiguna, *Analisis Kerjasama Antara Publisher Dan Google Adsense Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*.(Salatiga:IAIN Salatiga,2017).

<sup>4</sup> Husain Muhammad Arsyad, ‘Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Adsense Youtube’, (Yogyakarta:UIN Sunan Kalijaga, 2014).

<sup>5</sup> Fatwa MUI No.4 Tahun 2017 Tentang Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial.

keberhasilan ukhrawi.”<sup>6</sup> didalam buku dan halaman yang sama,dituliskan pula pengertian muamalah menurut Hudhari Beik “Muamalah adalah semua akad yang membolehkan manusia saling bertukar manfaat.” Dengan demikian, antara google adsense dan publisher merupakan suatu kegiatan bermuamalah, karena keduanya saling bertukar manfaat untuk menghasilkan duniawi.

Definisi sebelumnya telah menjelaskan, bahwasannya suatu kerjasama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, mempunyai akad yang dilaksanakan didalamnya. Akad merupakan ikatan antara dua perkara, baik ikatan secara nyata maupun ikatran secara maknawi, dari satu segi maupun dari dua segi<sup>7</sup>. Akad yang dikenal oleh manusia adalah akad dengan cara tukar-menukar atau barter ketika manusia membutuhkan sesuatu maka ia cukup memberi kepada orang lain dan mengambil sebesar yang diberikan<sup>8</sup>.

*Google Adsense* sendiri merupakan suatu bisnis periklanan digital yang ditampilkan melalui YouTube, Website, dan Blog. Karena adanya hubungan antara *Google Adsense* dengan *Publisher*. *Publisher* adalah pemilik situs (blog,website,youtube,dll) yang sudah bergabung dan memasang iklan google adsense disitus mereka. maka disana terjadi suatu perkongsian atau kerjasama, dalam fiqh muamalah disebut dengan *syarikah* atau *syirkah* yaitu suatu bentuk kerjasama tertentu dengan tujuan menghasilkan profit atau keuntungan.

Seorang *publisher* atau orang yang mempunyai situs dan bergabung dengan *Google Adsense* tentu harus mengikuti dan menyetujui aturan dan kebijakan dari *Google Adsense*. *Google* berhak mengeluarkan *banned* atau mengeluarkan sebuah situs apabila situs tersebut dicurigai melakukan kecurangan dan iklan yang ditampilkan oleh *Google* bersifat acak sehingga iklan yang ditampilkan bersifat sangat umum, dari iklan penjualan buku sampai

---

<sup>6</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*,(Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), hlm. 15

<sup>7</sup> *Ibid.*,hlm.45

<sup>8</sup> Muammar Arafat Muzakkir, *Akad Pada Google Adsense Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, TAFARQUH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Ahwal Syahsiyah, 2017 (diakses pada tanggal 20/2/2020: 21:00).

pada penjualan minuman keras, pornografi, judi, kasino, kredit(yang mengandung riba) dan sebagainya yang dilarang dalam Islam<sup>9</sup>.

*Google adsense* dan *publisher* merupakan bentuk dari *musyarakah* atau kerjasama, karena tentunya antara perusahaan *adsense* dengan *publisher* dibentuk melalui kontrak/akad yang disepakati secara tertulis. *Musyarakah* (*Syirkah*) adalah kerja sama antara dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan, atau kepercayaan dalam usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah

Banyak ulama madzhab hanafi dan madzhab syafi'i yang menjadi rujukan madzhabnya masing-masing yang mana teori-teorinya dapat disangkut pautkan dengan fenomena kerjasama antara *google adsense* dan *publisher*. Indonesia merupakan salah satu negara yang masyarakatnya banyak menganut paham Madzhab syafi'i, begitu juga di negara-negara Asia tenggara banyak didominasi oleh Madzhab Hanafi dan juga Madzhab Syafi'i. maka menurut penulis kedua madzhab ini patut untuk dijadikan perbandingan terhadap relevansinya dengan akad kerjasama antara *Google Adsense* dan *Publisher*. Meskipun Madzhab Syafi'i ada setelah Madzhab Hanafi, namun kedua madzhab ini dianggap masih relevan hingga saat ini, pemikiran ulama madzhab hanafi yang dikenal sebagai *ahlu ra'yi* atau kaum rasionalis dianggap relevan dalam pemecahan permasalahan yang modern.

Salah satu ulama besar di madzhab Hanafi yang sering dipanggil dengan julukan *Syams al-aimah* (Matahari para imam) yakni Sarakhsi(1009-1090M), beliau adalah penulis kitab *fiqh al-mabsuth* yang menjadi rujukan madzhab hanafi. Berangkat dari hal ini maka menurut penulis penting sekali untuk mengambil rujukan utama dalam madzhab hanafi untuk menjadi bahan referensi teori ini. Didalam kitabnya *al-mabsuth*, Sarakhsi menuliskan teori bahwa kerjasama merupakan suatu pembagian harta. Apapun bentuknya dalam pembagian harta maka dapat disebut dengan *syirkah*. Maka sejauh manakah

---

<sup>9</sup> Rahmat Wiguna. *Loc.cit.*

*syirkah* yang sah menurut Sarakhsi? dikalangan ulama madzhab syafi'i ada Abu Ibrahim Ismail bin Yahya al-Muzani (175-264H), atau yang dikenal dengan sebutan al-Muzani, beliau adalah seorang murid yang al- Syafi'i, beliau merupaka penulis kitab *al-mukhtashor al-muzani*, yang sering disebut sebuah kitab ringkasan *al-umm* yang merupakan kitab Induk Madzhab Syafi'i.

Segala hal tentu memiliki hukum, meskipun pada masa Ulama-Ulama madzhab Hanafi dan madzhab Syafi'i belum dikenal bisnis *E-Commerce* yaitu gabungan dari dua kata yaitu *Electronic Commerce* atau perniagaan elektronik. *E-Commerce* itu sendiri dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers* dan pedagang perantara dengan menggunakan fasilitas internet<sup>10</sup>. Namun tentu kedua madzhab tersebut memiliki pandangan hukum yang dapat dijadikan rujukan dalam mengkaji permasalahan tersebut.

Tidak dapat dipungkiri pula, Indonesia sebagai Negara bermayoritaskan muslim menjadi salah satu pengguna *adsense* terbesar. Bahkan menurut trends Google yang dikutip oleh Muammar Arafat dalam jurnalnya bahwasannya Indonesia masuk jajaran kedelapan dengan publisher terbanyak didunia.<sup>11</sup> Maka dari itulah perlu adanya penelitian lebih lanjut terhadap akad kerjasama yang dilakukan oleh *publisher* dan *google adsense*.

## BANDUNG

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat ditemukan permasalahan mengenai akad yang terjadi antara *google adsense* dengan *publisher* jika ditinjau dari dua pandang yaitu al-Sarakhsi dan al-Muzani, maka skripsi ini akan mengacu pada beberapa permasalahan pokok sebagai berikut :

1. Bagaimana mekanisme akad kerjasama antara google adsense dan publisher ?
2. Bagaimana akad kerjasama menurut al-Sarakhsi dan al-Muzani ?

---

<sup>10</sup> Muammar Arafat, *Akad Pada Goggle Adsense Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, TAFALQUH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Ahwal Syahsiyah, Vol.2 No.1,2017,hlm. 50

<sup>11</sup> *Ibid.*,hlm. 49

3. Bagaimana akad kerjasama antara google adsense dan publisher dalam teori al-Sarakhsi dan al-Muzani?

### C. Tujuan Penelitian

Penelitian pada dasarnya bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan.<sup>12</sup> Maka, dalam hal ini tujuan dari penelitian ini antara lain :

- a. Untuk mengetahui mekanisme akad perjanjian kerjasama antara *Publisher* dengan *Google Adsense*, dan mengetahui jenis akad kerjasama yang digunakan oleh keduanya.
- b. Mengetahui akad perjanjian kerjasama berdasarkan Al-Sarakhsi (Madzhab Hanafi) dan Al-Muzani (Madzhab Syafi'i).
- c. Mengetahui akad kerjasama antara publisher dengan Google Adsense dalam perspektif Al-Sarakhsi (Madzhab Hanafi) dan Al-Muzani (Madzhab Syafi'i).

### D. Manfaat Penelitian

Setiap hal diciptakan mempunyai manfaat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui hukum dari akad syirkah atau kerjasama dengan Google Adsense dan relevansinya dengan pandangan syirkah berdasarkan Madzhab Hanafi dan Madzhab Syafi'i.
- b. Sebagai masukan untuk masyarakat, khususnya pengguna internet dan publisher, pembaca, dan orang-orang lainnya yang ingin paham dan mengetahui permasalahan ini.

---

<sup>12</sup>Ishaq, *Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, Serta Disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 25

- c. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Fakultas Syari'ah dan Hukum, jurusan Perbandingan Madzhab dan Hukum dalam mencapai gelar Sarjana S1.

#### **E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Untuk membatasi permasalahan agar lebih terarah dan tidak keluar dari batas permasalahan. Penulis mengambil batasan masalah yang diteliti. Adapun penelitian ini difokuskan kepada bagaimana pelaksanaan akad kerjasama antara publisher dengan google adsense ditinjau dari pandangan Madzhab Hanafi dan Madzhab Syafi'i.

#### **F. Kerangka Berpikir**

Allah telah memberikan kebolehan kepada ummatnya untuk melakukan kegiatan duniawi, dimana manusia bebas untuk bertukar manfaat satu sama lain atau yang disebut juga dengan bermuamalah. Sesuai dengan kaidah fiqh :

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يُدَلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Segala bentuk muamalah pada dasarnya mubah (boleh) kecuali ada dalil yang mengharamkannya<sup>13</sup>.”

Kaidah diatas merupakan suatu status hukum tentang kebolehan bermuamalah hal tersebut merupakan kelangsungan hukum suatu hal di masa lampau, kini, ataupun masa depan hingga ada dalil perubahan dalam status hukum tersebut. Hal ini dinamakan dengan *istishab*<sup>14</sup>. Didalam buku yang sama dalam bab tinjauan umum tentang hukum islam juga disebutkan bahwasannya *istishab* ada tiga macam, diantaranya : Kelangsungan status hukum kebolehan umum; kelangsungan kebebasan asli ; kelangsungan hukum yang sudah ada. Pada hal ini, muamalah merupakan *istishab* dengan macam kelangsungan status hukum kebolehan umum, karena menurut Syamsul Anwar

---

<sup>13</sup> Boedi Abdullah, *Perbandingan Kaidah Fiqhiyah*,(Bandung: CV Pustaka Setia, 2018),hlm.353.

<sup>14</sup> Anwar Syamsul, *Hukum Perjanjian Syariah*,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007).

kelangsungan kebolehan umum yang dimaksud disini bahwasannya “Segala sesuatu tindakan diluar ritual peribadahan yang asas umumnya adalah kebolehan umum sampai ada dalil yang menunjukkan lain.”.

Begitupula akad dalam permasalahan kerjasama antara google adsense dan publisher, akad mempunyai asas kebolehan secara umum yang kemudian timbul prinsip kebebasan berkontrak, yang artinya bahwa membuat jenis akad (perikatan) ini diperbolehkan dan sah sah saja meskipun mengisikan *klausul* kedalamnya yang sesuai dengan kepentingan masing-masing, sejauh tidak melanggar ketentuan-ketentuan islam yang sudah ada.

Dalam kaidah diatas dinyatakan bahwasannya *muamalah* diperbolehkan hingga ada penyebab yang mengharamkan dari suatu *muamalah* tersebut. *Muamalah* adalah suatu perbuatan interaksi sosial antara manusia yang aturannya dari Allah mengenai urusan harta benda. Dengan demikian kerjasama antara Publisher dan Google Adsense merupakan sebuah perbuatan *Muamalah*. Dari beberapa penelusuran yang telah dilakukan, penulis juga menemukan beberapa rujukan yang dapat menjadi landasan berpikir untuk menganalisa, mengkaji, menjabarkan, dan menganalisa perbandingan hukum antara Al-Sarakhsi (Madzhab Hanafi) dan Al-Muzani (Madzhab Syafi'i) mengenai akad kerjasama Google Adsense dan Publisher ini, yaitu beberapa landasan pemikiran mengenai kerjasama berdasarkan ayat Al-Qur'an, salah satunya dalam QS. Al-Maidah [5]: 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.” (Qs Al-Maidah [5]: 2)<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah

Ayat diatas Allah menganjurkan kepada kita untuk saling tolong-menolong dalam kebaikan, artinya dalam hal kerjasama pun diperbolehkan bahkan dianjurkan selama kerjasama tersebut baik.

Adapun dalam Hadits tentang kerja sama diriwayatkan oleh Abu Daud :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "قَالَ اللَّهُ تَعَالَى: أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَإِذَا خَانَ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنَهُمَا"  
رَوَاهُ أَبُو دَاوُدَ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ.

Artinya:

Dari Abu Hurairah r.a. beliau berkata: *Rasulullah pernah bersabda Allah telah berfirman: "Aku menemani dua orang yang bermitrasaha selama salah seorang dari keduanya tidak mengkhianati yang lain. Bila salah seorang berkhianat, maka Aku akan keluar dari kemitrasahaan mereka"*<sup>16</sup>.(HR. Abu Daud)

Dalam hadits diatas dijelaskan bahwasannya Rasulullah menemani dua orang yang berserikat atau bekerjasama, hal ini membuktikan bahwasannya Rasulullah meridhai perserikatan atau kerjasama antara duaorang atau lebih dalam suatu usaha.

Namun demikian, dalam google adsense terdapat ketidak jelasan yaitu dalam penayangan periklanan. Periklanan dapat dijadikan sebagai objek dalam akad kerjasama antara google adsense dan publisher, namun sifatnya tidak jelas(*gharrar*) dan ketidak jelasin ini dapat merupakan *syubhat*.

عَنْ النُّعْمَانَ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ - إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ وَالْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ

“Dari Nu’man bin Basyir r.a. berkata : aku mendengar Rasulullah SAW. Bersabda “sesungguhnya aku perkara yang halal itu jelas, dan yang haram itu jelas, dan perkara diantara keduanya (halal dan haram) adalah samar (*syubhat*)

---

<sup>16</sup> Khafid bin Hajar Al ‘Askolani, *Kitab Bulughul Marom*, Bab Syirkah wal wakalah No.902,(Surabaya: Darul ‘Ilmi,t.t),hlm. 181.

banyak diantara manusia yang tidak mengetahui, maka barang siapa yang bertakwa menjauhi *syubhat* maka ia telah membersihkan agama dan kehormatannya, dan barangsiapa yang mendekati *syubhat* maka ia telah terjerumus perkara yang haram.<sup>17</sup>”

## G. Hasil Penelitian Terdahulu

Hingga saat ini, penulis belum menemukan rujukan analisis hukum yang rinci dan khusus terhadap Hukum Akad Kerjasama antara Publisher dan Google Adsense. Adapun beberapa rujukan tentang Google Adsense ini sangat sedikit dan tidak memperinci terhadap bahasan yang ada, sehingga masih bersifat global.

Analisis mengenai studi perbandingan ini memang cukup banyak dikarenakan terdapat banyak sekali perbedaan-perbedaan pendapat yang menarik untuk dikaji lebih mendalam. Namun, untuk menghindari terjadinya kesamaan-kesamaan dalam penelitian sebelumnya, maka penulis akan menguraikan beberapa letak perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, dan yang berkaitan dengan judul penelitian sebelumnya.

Pada Tahun 2012, Ahmad Siroj menulis skripsi dengan judul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Kerjasama Antara Publisher Dan Google Adsense*, tulisan ini memang membahas tentang akad kerjasama antara publisher dan google adsense, namun demikian tulisan ini membahas dalam pandangan hukum islam. Dalam tulisannya Ahmad Siroj mengemukakan bahwasannya kerja sama antara google adsense dan publisher merupakan syirkah abdan, dimana keduanya berkontribusi dalam bentuk kerja bukan modal. Ia juga mengungkapkan bahwa kerja sama seperti ini tidak harus sama profesi ataupun keahlian. Serta nisbahnya boleh dibagi sama rata atau berbeda tergantung pada kesepakatan. Dalam tulisannya juga Siroj menjelaskan akad yang terjadi diantaranya ; shigat ijab qabul, dua pihak terkait akad, serta objek akad. Pada kesimpulan akhirnya Siroj mengemukakan bahwa hukum islam

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, hlm.300

secara umum tidak memperbolehkan bergabung dengan google adsense, karena iklan yang ditampilkan bersifat acak dan tidak dapat dipastikan tidak ada iklan mengenai perjudian, porno, dan hal haram lainnya. Sedangkan dalam hukum islam tidak boleh menyebarkan suatu keburukan<sup>18</sup>.

Pada Tahun 2014, Husain Muhammad Arsyad menulis skripsi dengan judul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Adsense Youtube*, dalam skripsi ini penulis membahas tentang akad dan pelanggaran hak cipta. Dalam tulisannya Arsyad menulis tentang tinjauan hukum islam terhadap adense, ini bersangkutan dengan skripsi yang akan ditulis karena youtube sendiri adalah salah satu publisher. Dalam hal ini, Arsyad mengemukakan bahwasannya hak cipta merupakan hal yang dilindungi dalam islam, karena akan berpotensi untuk menjaga perdamaian dan hukum di Indonesia. Sedangkan dalam proses periklanan dan hak cipta dalam Adsense ini relatif kurang sehingga penelitiannya ini harus lebih didalami agar optimal. Arsyad juga mengemukakan cara-cara agar para youtuber nidapat memastikan hal tersebut tidak terjadi yaitu dengan sering membuka akun dan mengontrol serta memblock iklan yang tidak baik untuk diperlihatkan<sup>19</sup>.

Pada Tahun 2016, Muhammad Bahaur Rijal menulis Tesis dengan judul *Analisis Akad Google Adsense Perspektif Islam* yang juga meneliti tentang akad dalam google adense dalam pandangan lebih global yaitu dalam pandangan islam. Dalam tulisannya tersebut beliau membahas mengenai mekanisme dan hukum akad yang terjadi pada google adsense. menurutnya mekanisme kerjasama dalam google adsense ini sama seperti mekanisme kerjasama *offline* hanya saja yang membedakannya adalah jaringan dan alat yang digunakan. Ada dua tindakan hukum yang terjadi dalam google adsense, yaitu ; hubungan yang terjadi antara advertiser (pemasang iklan) dengan google terjadi akad ijarah. Sedangkan hubungan antara publisher dengan

---

<sup>18</sup> Ahmad Siroj, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Kerjasama Antara Piblisher dan Google Adsense*. (Surabaya: Digilib UIN Sunan Ampel, 2012).

<sup>19</sup> Husain Muhammad Arsyad, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Adsense Youtube*. (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014).

google disebut dengan akad syirkah. Dalam tulisannya tersebut, beliau juga menuliskan bahwasannya akad dalam google adsense telah sesuai dengan syariah yang ada<sup>20</sup>.

Pada Tahun 2017, Panji Asoka menulis skripsi dengan judul *Analisis Kerja Sama Antara Publisher dan Google Adsense Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, dalam tulisan ini juga demikian memiliki judul yang hampir sama dan pembahasannya pun mengarah pada akad, namun pembahasannya lebih dalam pandangan hukum ekonomi syariah. Dalam tulisannya beliau memaparkan tentang macam-macam syirkah serta status hukumnya. Selain itu beliau juga memaparkan bahwasannya akad yang terjadi antara google dan publisher antarlain adanya shigat ijab qabul yang tertulis, dua orang yang berakad yaitu publisher dan juga google adsense, kenudaian objek yaitu iklan. Beliau menyebutkan bahwa dalam periklanan, google memasukan iklan keblog para publisher tanpa adanya pemberitahuan, sehingga dimungkinkan ada periklanan seperti judi, kasino dan porno dimasukan kedalam situs publisher. Oleh karena itu penulis menyarankan agar tidak bergabung dengan adsense karena menurutnya sama saja dengan menyebarkan hal yang haram<sup>21</sup>.

Berdasarkan penelaahan dari literatur diatas, maka penelitian yang akan dilakukan penulis berbeda dengan penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini diarahkan pada perbandingan antara pandangan Al-Sarakhsi (Madzhab Hanafi) dan Al-Muzani (Madzhab Syafi'i) dengan fokus pembahasan pada akad perjanjian kerjasama yang terjadi antara publisher dan google adsense.

## **H. Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang membicarakan/mempersoalkan mengenai cara-cara melaksanakan penelitian yaitu meliputi : kegiatan-kegiatan mencari, mencatat,

---

<sup>20</sup> Muhammad Bahaur Rijal, *Analisis Akad Google Adsense Perspektif Hukum Islam*. (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016)

<sup>21</sup> Panji Asoka Rahmat, *Analisis Kerjasama Antara Publisher dan Google Adsense dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018).

merumuskan, menganalisis data sampai menyusun laporannya berdasarkan fakta-fakta atau gejala-gejala secara ilmiah<sup>22</sup>.

#### **a. Metode Penelitian Dan Pendekatan**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan cara berpikir yang inferensif dengan merujuk dan dianalisa melalui data-data yang bersifat *explorative* yang kemudian diaplikasikan kedalam permasalahan yang diteliti untuk menghasilkan kesimpulan khusus yang sementara.

Sedangkan untuk metode pendekatannya adalah pendekatan perbandingan (*comparative approach*) yang menjadikan pemikiran tokoh dari madzhab hanafi dan madzhab syafi'i mengenai kajian akad kerjasama.

#### **b. Sumber Data**

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Sumber data primer : kitab *al-mabsuth* karya al-Sarakhsi (Madzhab Hanafi), *mukhtasor al-muzani* karya Abu Ibrahim al-Muzani (Madzhab Syafi'i, *Al-Umm* Karya dari Imam Syafi'i dan situs *Google Adsense*.
2. Sumber data sekunder : Kitab *Bada'i shana'i* karya Ibn Ahmad al-Kasani (Madzhab Hanafi), *Fathul Qariib* karya Abi Syuja' *buluguhul maram* karya Ibn Hajar al 'Asqalani, *Fiqh Muamalah* Karya Rachmat Syafei, *Hukum Perikatan Syari'ah* Karya al-Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah* Karya Jaih Mubarak, Skripsi Husein Muhammad Arsyad dengan judul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Adsense Youtube*, Skripsi Panji Asoka dengan judul *Analisis Kerjasama Antara Publisher Dan Google Adsense dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, serta skripsi dan jurnal-jurnal yang berhubungan dengan judul pembahasan.
3. Sumber data tersier : Kamus yang membantu dalam penerjemahan kitab.

---

<sup>22</sup>Ishaq, *Op. Cit.*, hlm.97.

### c. Jenis Penelitian

Penulisan pada penelitian ini dikategorikan dalam penelitian pustaka (*library research*), yaitu penelitian yang menggunakan buku-buku sebagai sumber datanya.<sup>23</sup> Sehingga dalam penelitian ini dipusatkan pada kajian terhadap data dan buku-buku yang bersangkutan dengan permasalahan.

### d. Teknik Pengumpulan Data

Melakukan proses pengumpulan data dengan menggunakan proses studi kepustakaan, menganalisis dan menelaah pendapat al-Sarakhsi dan pendapat al-Muzani mengenai *syirkah* serta menelaah akad yang terjadi dalam kerjasama antara *google adsense* dan *publisher*, sebagai sumber utama dalam penelitian ini. kemudian mengumpulkan dan membaca berbagai literasi baik berupa kitab, buku, jurnal ataupun skripsi yang berhubungan dengan materi yang akan diteliti. Serta membandingkan pendapat kedua tokoh untuk mengetahui pendapat mana yang paling relevan dengan persoalan yang dibahas.

### e. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, selanjutnya data diolah dan dianalisa dengan menggunakan metode *deskriptif comparative* yang merupakan pemaparan data hasil analisa dengan cara membandingkan pendapat antara dua tokoh yang mempunyai pemikiran yang sama atau bahkan bertentangan. Dalam penelitian ini pendapat antara al-Sarakhsi dan al-Muzani dijadikan acuan dalam memaparkan penyelesaian permasalahan mengenai akad kerjasama antara *google adsense* dan *publisher*. Dari kedua pendapat tersebut dapat diketahui perbedaan maupun persamaan yang kemudian dapat menghasilkan kesimpulan yang relevan terhadap permasalahan yang diteliti.

---

<sup>23</sup>Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1990), h.9.