

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi banyak membawa kemudahan bagi manusia. Seseorang sudah dapat berkomunikasi hanya dengan memanfaatkan perangkat elektronik tanpa harus bertemu langsung atau repot mengirim surat. Bahkan komunikasi ini dapat dilakukan secara global tanpa batasan geografis antar Negara. Kepentingan untuk mendapatkan informasi secara mudah dan cepat menjadi salah satu alasan seseorang lebih memilih menggunakan teknologi informasi yang tersedia sebagai alat komunikasi, salah satunya dengan menggunakan internet.

Internet singkatan dari (*interconnection-networking*) merupakan sistem hubungan jarak jauh dari berbagai jaringan komputer, yang dihubungkan melalui modem atau jalur telepon (Michael Bland, dkk, 2004: 32). Komputer yang terhubung ke internet dapat melakukan aktifitas pertukaran data dengan cepat. 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 berupa komunikasi antar pribadi dengan menggunakan *e-mail*, atau tayangan informasi bebas baca

yang disebut sebagai *World Wide Web* disingkat *WWW* atau *Web* (Haris Faulidi Asnawi, 2004: 4-5).

Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya populasi manusia, internet tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi dan pertukaran informasi semata, namun juga sebagai sumber untuk mendapatkan penghasilan. Kemajuan teknologi informasi rupanya telah memberikan ruang kreatifitas baru bagi perkembangan bisnis dalam rangka menghasilkan keuntungan. Beragam model bisnis *online* mulai dikembangkan mulai dari bisnis yang memerlukan modal besar hingga bisnis dengan modal Rp. 0,- atau dengan kata lain tanpa bayar.

Salah satu model bisnis dengan menggunakan modal adalah membuat *online store* atau toko *online*. *Online store* atau toko *online* adalah website atau situs yang digunakan sebagai media pemasaran produk secara *online*. Berbagai macam barang dan jasa ditawarkan pada situs-situs toko *online* di internet. Berbelanja secara *online* merupakan terobosan di era internet saat ini sebab menawarkan kemudahan dan keuntungan jika dibandingkan berbelanja dengan cara biasa (Angga Wibowo, 2007: 213).

Pembuatan toko *online* memerlukan modal diantaranya untuk membuat *domain name* (nama website seperti toko online.com) dan *web hosting* untuk menyimpan data-data dan tampilan website. Selain itu pemilik toko *online* harus menyediakan produk yang akan ditansaksikan dan tentunya dengan modal yang tidak sedikit. Transaksi bisnis dapat dilakukan secara

online baik pembelian, penjualan barang atau jasa dengan sistem pembayaran yang telah disepakati oleh pihak-pihak yang bertransaksi.

Sedangkan salah satu contoh model bisnis di internet yang gratis adalah bisnis melalui program *Affiliated Marketing* dengan perusahaan yang memiliki *online store* atau toko *online*. Afiliasi merupakan salah satu metode penjualan barang atau jasa dengan memanfaatkan bantuan pihak lain. Pada setiap penjualan yang berhasil dilakukan, situs yang memasang *link* tersebut akan memperoleh komisi. *Link* tersebut dapat berupa *text-link* maupun gambar-gambar iklan (*banner ads*). Metode penjualan seperti jaringan afiliasi ini merupakan metode penjualan yang sangat populer di Internet (Angga Wibowo, 2007: 161).

Model bisnis ini semakin berkembang hingga muncul perusahaan-perusahaan jasa *online* yang memiliki program penyedia iklan. Program ini dimaksudkan sebagai jembatan bagi para *advertiser* (pemilik iklan) yang ingin mengiklankan produk atau jasanya secara *online* dan para *web owner* (pemilik website) yang ingin mendapatkan penghasilan dengan menyediakan ruang pada websitenya untuk menempatkan *link* iklan *advertiser*.

Bisnis ini cukup mudah dan sederhana dimana *publisher* dapat melakukan afiliasi dengan program penyedia iklan (layanan *adsense*) dengan cara menyediakan ruang pada website miliknya, yang memungkinkan *advertiser* menampilkan iklan atau *link* iklannya pada website milik *publisher* yang tergabung dalam keanggotaan pada program penyedia iklan tersebut.

Salah satu program penyedia iklan yang ada di Indonesia adalah *AdsenseCamp*.

AdsenseCamp adalah salah satu pelopor layanan *Adsense* Indonesia, merupakan agen periklanan *online* yang menggunakan sistem PPC (*Pay Per Click*) dimana *publisher* akan mendapatkan sejumlah uang dari *AdsenseCamp* jika pengunjung websitenya mengklik iklan atau *link* iklan yang ditampilkan pada situs atau websitenya. Biasanya *publisher* akan mendapatkan imbalan dengan kisaran Rp.300/ unik klik. *AdsenseCamp* akan membayar komisi yang didapat oleh *publisher* setelah mendapatkan minimal Rp. 10.000,- tiap akhir bulan (Bunafit Nugroho, 2009: 114).

Bisnis internet dengan berafiliasi dengan program penyedia iklan saat ini sedang *bomming* karena dengan prosedur yang mudah dan bebas biaya dapat menghasilkan penghasilan yang luar biasa. Bisnis ini diikuti oleh masyarakat di seluruh dunia tak terkecuali masyarakat muslim. Para *publisher* akan berlomba-lomba untuk memperbanyak *posting-an* (materi) dan menghias websitenya semenarik mungkin agar dikunjungi banyak pengguna internet, sehingga peluang untuk mendapatkan komisi yang besar dari klik pengunjung pada *link* iklan akan semakin besar.

Bisnis periklanan dengan sistem PPC merupakan salah satu transaksi bisnis dengan menggunakan jasa internet dalam hal ini tetap menggunakan akad. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti akad kerjasama dalam bisnis ini berdasarkan pada kaidah-kaidah hukum Islam.

Selain itu dalam prakteknya, masih ditemukan banyak kecurangan dalam bisnis periklanan dengan sistem PPC seperti *publisher* mengklik sendiri *link* yang tersedia pada websitenya dengan tujuan memperbesar penghasilan yang didapat dari klik tersebut padahal hal ini bertentangan dengan TOS (*Term Of Service*) dan merugikan *advertiser*. Selain itu banyak iklan yang biasanya ditampilkan pada website *publisher* yang bertentangan dengan hukum Islam disebabkan keharamannya misalnya iklan judi, kasino, minuman keras dan pornografi. Dan masih banyak lagi permasalahan yang bertentangan dengan hukum Islam.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis bermaksud menganalisis sistem bisnis periklanan *AdSenseCamp* dalam tinjauan hukum Islam untuk menentukan boleh tidaknya masyarakat muslim melakukan kerjasama bisnis dengan *AdSenseCamp* untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Dengan melakukan penelitian sekaligus menyusun skripsi berjudul **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Bisnis Periklanan *AdSenseCamp*”**

B. Penegasan Istilah

Agar tidak menimbulkan kesalah pahaman serta dapat memudahkan dalam memahami penelitian skripsi ini, maka penulis merasa perlu menegaskan istilah dalam judul **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Bisnis Periklanan *AdSenseCamp* Pada Website”**. Adapun penegasan istilah dari judul tersebut adalah sebagai berikut:

1. Hukum Islam

Hukum Islam adalah seperangkat aturan berdasarkan wahyu Allah dan sunnah Rasul tentang tingkah laku manusia *mukallaf* yang diakui dan diyakini berlaku dan mengikat untuk semua ummat yang beragama Islam (Amir Syarifuddin, 1992: 14).

2. Sistem

Sistem (dalam bahasa Indonesia), *system* (dalam bahasa Inggris) atau *systema* (dalam bahasa Yunani) dapat diartikan sebagai keseluruhan yang terdiri dari macam-macam bagian. Secara istilah, sistem adalah kesatuan bagian-bagian yang saling berinteraksi, bagian-bagian tersebut memiliki fungsi masing-masing dan merupakan suatu kesatuan yang utuh serta adanya sesuatu yang membatasi lingkungan internal dan lingkungan eksternal (Abdul Rasyid Saliman,dkk, 2008: 4).

3. Bisnis

Menurut Straub dan Attner (1994), Bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktifitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindra), sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya (M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, 2002: 15). Dalam skripsi ini bisnis yang dimaksud adalah bisnis jasa yang memberi manfaat bagi pemilik iklan (*advertiser*) untuk mengiklankan produknya.

4. Periklanan

Iklan/ Periklanan adalah media bayaran oleh seorang penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi dan merupakan alat promosi yang kuat (Suyanto, 2003: 9).

5. *AdsenseCamp*

AdenseCamp adalah website yang memberikan kesempatan bagi pemilik website (*publisher*) untuk memperoleh penghasilan tambahan dengan menyediakan ruang pada websitenya sebagai tempat pemasangan iklan bagi *advertiser* (pemilik iklan). *AdsenseCamp* juga memberikan kesempatan kepada para *Advertiser* yang berkeinginan mempromosikan iklannya yang akan disebarakan kepada *web owners* yang telah terdaftar di *AdsenseCamp* (<http://adsensecamp.com/>).

C. Batasan Masalah

Guna mempermudah pemahaman dan pembahasan dalam penelitian ini, penulis akan memberikan batasan masalah yang dikaji yaitu pada kerjasama bisnis yang dilakukan antara *AdsenseCamp* selaku penyedia layanan iklan dengan *publisher* selaku pemilik website yang masuk kedalam keanggotaan *AdsenseCamp*. Sedangkan transaksi antara *advertiser* dan *AdsenseCamp* tidak dikaji dalam penelitian ini.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kedudukan dan status akad dalam sistem bisnis *AdsenseCamp* menurut hukum Islam?
2. Apakah aplikasi, cara kerja dan pembayaran *AdsenseCamp* tidak bertentangan dengan hukum Islam?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam kegiatan penelitian ini antara lain:

- a. Untuk mengetahui kedudukan dan status akad dalam sistem bisnis *AdsenseCamp* dalam pandangan hukum Islam.
- b. Untuk mengetahui kepastian hukum tentang aplikasi, cara kerja, dan pembayaran *AdsenseCamp* yang saat ini banyak diikuti oleh masyarakat muslim.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan teoritis tentang tinjauan hukum Islam terhadap sistem bisnis yang dilakukan secara *online* di internet.

- 2) Diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan khususnya bagi disiplin ilmu hukum Islam terutama dalam masalah muamalat.

b. Secara Praktis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap sistem bisnis *AdsenseCamp*.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam mengikuti bisnis periklanan *AdsenseCamp*.
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian selanjutnya oleh para akademisi dalam mengkaji sistem bisnis *online* di internet dalam tinjauan hukum Islam.

F. Telaah Pustaka

Haris Faulidi Asnawi dalam bukunya “*Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*”(2004) membahas tentang transaksi bisnis *e-commerce* kemudian meninjau permasalahan tersebut menurut perspektif Islam. Asnawi menyimpulkan bahwa transaksi *e-commerce* melalui internet dibolehkan menurut Islam berdasarkan nilai-nilai yang terdapat dalam perdagangan Islami kecuali pada komoditi yang tidak dibenarkan untuk diperdagangkan menurut Islam. Secara umum, Asnawi berusaha membandingkan antara transaksi *e-commerce* dengan transaksi *as-salam* dalam Islam dengan mendeskripsikan persamaan dan perbedaan diantara keduanya. Menurutnya,

pada dasarnya transaksi *e-commerce* sama dengan ketentuan yang ada dalam transaksi *as-salam* yaitu pembayaran dilakukan dimuka dan komoditi diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu. Namun dalam buku tersebut penulis hanya menjelaskan transaksi bisnis *online* secara umum (*e-commerce*), belum dijelaskan secara khusus tentang bisnis periklanan *online* khususnya *AdsenseCamp*.

Didalam skripsi yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Advertising Paid To Click (PTC) Dan Paid To Read (PTR)*” (2009), Ahmad Zaki Alawi menerangkan tentang manfaat yang diperoleh dari internet untuk memudahkan segala bentuk usaha bisnis, mulai dari pengenalan produk, promosi atau periklanan, transaksi, dan lain-lain. Zaki mencoba menganalisa sistem bisnis PTC (*Paid To Click*) dimana seseorang akan memperoleh bayaran dalam kurs dollar dengan adanya klik iklan PTC oleh pengunjung websitenya atau hanya dengan membaca e-mail atau PTR (*Paid To Read*). Fokus penelitian Ahmad Zaki adalah dari segi akad dan status uang yang diperoleh lewat bisnis ini. Menurutnya, akad yang terjadi dalam program PTC antara pihak pengelola web PTC atau admin PTC dengan calon member yang mendaftar pada program tersebut tidak memenuhi syarat dan rukun akad yang terdapat pada fikih muamalat, maka transaksi dikatakan tidak sah karena akad yang terjadi tidak dapat melindungi pihak-pihak yang berkaitan sehingga akad menjadi batal. Namun dalam skripsi tersebut, Zaki belum menjelaskan tentang sistem bisnis periklanan khususnya pada *AdsenseCamp*.

Sedangkan Muhammad Husein Asyhari dalam skripsinya yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Bisnis Google AdSense*” (2009) menjelaskan mengenai maraknya penggunaan media internet sebagai penghasil keuntungan melalui *Google AdSense*. Husein mengkaji masalah akad dan mekanisme bisnis *Google AdSense* yang banyak diminati oleh masyarakat khususnya pemilik website dari tinjauan hukum Islam. Menurutnya, akad dan mekanisme bisnis *Google AdSense* secara garis besar tidak bertentangan dengan prinsip syariah dalam sistem ekonomi syariah. Namun Husein dalam skripsi tersebut tidak membahas mengenai sistem bisnis *AdSenseCamp*.

Dalam buku yang berjudul “*Makeover Blog Gaul & Bisnis*” (2009), Bunafit Nugroho membahas secara detail tentang cara membuat website agar terlihat dinamis dan maksimal, selain itu ia juga memperkenalkan beberapa *tools* pendukung website yang diperlukan untuk website saat ini. Pada bab ketujuh, Nugroho menjelaskan tentang cara memasang *ads unit* (PPC) penghasil rupiah termasuk PPC dari *AdSenseCamp*. Namun, dalam buku tersebut hanya menjelaskan bisnis *AdSenseCamp* dalam lingkup teknis, belum menyentuh pada aspek hukum.

Dari beberapa sumber pustaka yang telah disebutkan diatas, belum ada yang membahas mengenai sistem bisnis periklanan *AdSenseCamp* dalam tinjauan hukum Islam sehingga penulis tertarik untuk meneliti hal tersebut lebih lanjut.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah *library research* (penelitian kepustakaan), yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan literatur (kepustakaan), baik berupa buku, website, maupun laporan dari penelitian terdahulu.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *deskriptif evaluatif*, yaitu pemaparan yang diawali dengan menggambarkan konsep sistem bisnis *AdsenseCamp* meliputi cara-caranya, mekanisme kerja dan pembayarannya, kemudian nilai (evaluasi) berdasarkan hukum Islam.

3. Pendekatan Masalah

Pendekatan yang digunakan dalam skripsi ini adalah pendekatan normatif, yaitu pendekatan melalui norma-norma hukum Islam dengan menilai keabsahan akad kerjasama dan mekanisme kerja *AdsenseCamp* berdasarkan teori-teori dan konsep-konsep muamalat dalam Islam.

4. Sumber Data

Sumber data di sini dibedakan menjadi dua, yaitu: data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari website resmi milik *AdsenseCamp* yaitu <http://adsensecamp.com/>. Sedangkan data sekunder terdiri dari buku-buku lain yang mengkaji tentang bisnis periklanan *online* khususnya yang berkaitan dengan bisnis periklanan *AdsenseCamp*.

5. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi (Suharsimi Arikunto, 1992: 131), yaitu melalui telaah pustaka catatan dalam bentuk buku-buku dan data tertulis lain termasuk situs *online* atau website mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

6. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam pembahasan ini dengan menggunakan analisis data secara kualitatif melalui metode analisis deskriptif yaitu usaha mengumpulkan dan menyusun suatu data, kemudian dilakukan analisis dan interpretasi terhadap data tersebut (Winarto Surakhmad, 1990: 139).

H. Sistematika Penulisan

Sebuah skripsi akan lebih sistematis jika disusun dengan sistematika sesuai dengan kaidah yang telah ditentukan, maka dari itu dalam skripsi ini penulis akan mencantumkan sistematika dalam penulisan skripsi. Sistematika penulisan dalam skripsi ini dibagi menjadi lima bab dan setiap bab terdiri dari beberapa sub bab.

Bab I : Pendahuluan

Bab pendahuluan terdiri dari delapan sub bab yaitu latar belakang, penegasan istilah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat

penelitian, telaah pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Akad dan Kerjasama Bisnis (*Syirkah*) dalam Islam

Pada bab ini terdapat dua sub judul, *pertama*, akad dalam Islam mencakup pengertian akad, rukun akad, syarat-syarat akad, jenis-jenis akad. *Kedua*, kerjasama bisnis dalam Islam yaitu ketentuan hukum Islam mengenai *syirkah* meliputi pengertian *syirkah*, dasar hukum *syirkah*, rukun dan syarat *syirkah*, macam-macam *syirkah*, karakteristik *syirkah* dan berakhirnya *syirkah*.

Bab III : Sistem Bisnis *AdsenseCamp*

Bab ini berisi gambaran secara umum mengenai sistem bisnis *AdsenseCamp* yang meliputi pengertian, aplikasi, mekanisme kerja, dan cara pembayaran *AdsenseCamp*.

Bab IV : Analisis data

Bab ini berisi analisis terhadap sistem bisnis *AdsenseCamp* dalam perspektif hukum Islam berdasarkan ketentuan-ketentuan fikih muamalat dalam Islam.

Bab V : Penutup

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari pembahasan dan saran-saran.