

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP AKAD KERJA
SAMA ANTARA GOOGLE ADSENSE DENGAN PENAYANG IKLAN
(PUBLISHER) (STUDI PENELITIAN DI ACEH TAMIANG)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

**SYAIPUDDIN
NIM. 2012017052**

Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Langsa

Program Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah



FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA

2022 M / 1443 H

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syaipuddin

Tempat/Tanggal Lahir : Pahlawan, 28 Juli 1999

NIM : 2012017052

Fakultas : Syariah

Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Alamat : Dusun Bakti, Desa Pahlawan, Kec. Karang Baru
Kab. Aceh Tamiang

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul *“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Akad Kerjasama Antara Google Adsense Dengan Penayang Iklan (Publisher) (Studi Penelitian Di Aceh Tamiang)”* adalah benar hasil karya sendiri serta orisinal sifatnya. Kecuali kutipan dan informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan. Apabila dikemudian hari ternyata/terbukti hasil plagiasi karya orang lain atau dibuatkan orang lain, maka saya siap menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Langsa, 17 Januari 2022

Yang membuat pernyataan



SYAIPUDDIN

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa
Sebagai Salah Satu Syarat Kelulusan Program Studi Strata (S-1)
Dalam Fakultas Syariah**

Diajukan Oleh:

**SYAIPUDDIN
NIM. 2012017052**

**Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa
Fakultas/Prodi: Syariah/Hukum Ekonomi Syariah**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

**Dr. Muhammad Ansor, MA
NIP. 19760713 200912 1 001**

Pembimbing II

**Aminah, S.H.I, M.H
NIP. 19890725 201903 2 011**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul “**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Akad Kerjasama Antara Google AdSense Dengan Penayang Iklan (Publisher) (Studi Penelitian Di Aceh Tamiang)**” an. Syaipuddin, NIM 2012017052 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah IAIN Langsa. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH) pada program Studi Hukum Ekonomi Syariah.

Langsa, 09 Februari 2022

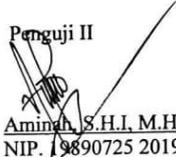
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Langsa

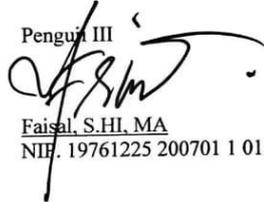
Penguji I


Dr. Muhammad Ansor, MA
NIP. 19760713 200912 1 001

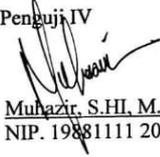
Penguji II


Aminah, S.H.I. M.H
NIP. 19890725 201903 2 011

Penguji III


Faisal, S.H.I. MA
NIP. 19761225 200701 1 018

Penguji IV


Muhazir, S.H.I. M. HI
NIP. 19881111 201903 1 007

Mengetahui

Dekan Fakultas Syariah
IAIN Langsa


Dr. Zulfikar, S.Ag. MA
NIP. 19720909 199905 1 001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, taufik dan hidayah sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepangkuan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa keselamatan dan kedamaian dimuka bumi ini.

Skripsi ini merupakan hasil penelitian mengenai ***“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Akad Kerjasama Antara Google Adsense Dengan Penayang Iklan (Publisher) (Studi penelitian Di Aceh Tamiang)”*** yang ditulis dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk menyelesaikan pendidikan program S-1 pada Fakultas Syariah IAIN Langsa.

Namun penulis menyadari bahwa keseluruhan skripsi ini masih mempunyai kekurangan dan kelemahan disebabkan oleh kurang dan terbatasnya pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima segala kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak baik dalam bentuk moral maupun material, baik secara langsung maupun tidak langsung, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Dr. H. Basri, MA.
2. Bapak Dekan Fakultas Syariah Dr. Zulfikar, MA.
3. Ibu Anizar, MA Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. Muhammad Ansor, MA sebagai pembimbing pertama yang telah membimbing serta mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Ibu Aminah, S.H.I, M.H sebagai pembimbing kedua yang telah membimbing serta mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Para dosen dan staf akademik IAIN Langsa yang telah memberikan fasilitas kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Para penayang iklan (publisher) di Aceh Tamiang.
8. Seluruh Staf perpustakaan yang selalu mendukung buku-buku yang dibutuhkan.
9. Ibu dosen dan seluruh staf IAIN Langsa yang telah memberikan informasi dan ilmu pengetahuan didalam dunia pendidikan.
10. Salam penghormatan kepada Ibu, Ayah, dan keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan, motivasi, nasihat dan do'a.

Dengan ketulusan hati semoga Allah memberikan balasan atas segala bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak kepada penulis, demikian skripsi ini penulis susun dan tentunya masih banyak kekurangan yang perlu dibenahi. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan terkait dengan skripsi ini, dan yang paling utama bermanfaat bagi penulis.

Langsa, Februari 2022
Penulis

SYAIPUDDIN

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
ABSTRAK	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pembatasan Masalah	3
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	3
E. Kajian Pustaka	4
F. Kerangka Teoritis	6
G. Metode Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Akad	16
1. Pengertian Akad	16
2. Rukun dan Syarat Akad	17
3. Macam-macam Akad	19
B. Electronic Commerce	22
1. Pengertian Electronic Commerce	22
2. Cara Bertransaksi Dalam E-Commerce	23
3. Pihak yang bertransaksi dalam E-Commerce	24
4. E-Commerce Menurut Pandangan Hukum Islam	25
C. Syirkah	26
1. Pengertian Syirkah	26
2. Rukun dan Syarat Syirkah	28
3. Macam-macam Syirkah	29
D. Google Adsense	30
1. Pengertian Google Adsense	30
2. Kebijakan Google Adsense	30
3. Cara Kerja Google Adsense	31
4. Metode Pembayaran Dari Google Adsense	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	33
B. Sifat Penelitian	33
C. Lokasi Penelitian	34
D. Sumber Data	34
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Penayang Iklan (Publisher) Aceh Tamiang	40
B. Mekanisme Kerja sama Google Adsense dengan Penayang Iklan	44
C. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Kerja sama antara Google Adsense dengan Penayang Iklan	49
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	52
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	56
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	59

ABSTRAK

praktik kerja sama Google AdSense dengan penayang iklan di Aceh Tamiang, para penayang iklan menampilkan iklan melalui chanel youtube mereka yang sudah bekerja sama dengan Google AdSense. Skripsi ini berfokus ke praktik kerja sama antara Google AdSense dengan para penayang iklan, dan juga meninjau apakah sudah sesuai kerja sama ini dengan pandangan bermu'amalah yang sesuai ajaran Islam. Penelitian ini ialah penelitian lapangan (*Field research*) dengan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara dengan para penayang iklan di Aceh Tamiang dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian ini merupakan kerja sama antara Google AdSense dengan penayang iklan, termasuk sistem kerja sama bisnis online atau mengarah kepada Syirkah yang seluruh kebijakan di dalamnya diatur oleh Google AdSense. Berdasarkan tinjauan hukum ekonomi syariah atau dalam konteks agama Islam bermu'amalah, kerja sama seperti ini tidak dibolehkan karena rukun Syirkah tidak terpenuhi yaitu tentang ketidaktahuan para penayang iklan tentang iklan apa saja yang akan tayang di chanel mereka dan dari hasil pengamatan peneliti Google AdSense juga menayangkan iklan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam seperti iklan yang berbau pornografi atau perjudian. Sementara itu akad atau kebijakan yang diberikan oleh Google AdSense dapat berubah tanpa sepengetahuan para penayang iklan.

Kata Kunci: Syirkah, Google AdSense, Penayang Iklan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Umat Islam dalam berbagai aktifitasnya harus selalu berpegang dengan norma-norma ilahiyah, begitu juga dalam bermu'amalah. Kewajiban berpegang pada norma ilahiyah adalah sebagai upaya melindungi hak masing-masing pihak dalam bermu'amalah. Secara singkat, prinsip-prinsip mu'amalah yang telah diatur dalam hukum islam tertuang dalam kaidah dan prinsip-prinsip dasar fiqih mu'amalah.¹

Syirkah adalah salah satu bentuk bermu'amalah yang dari dulu sampai sekarang masih dilakukan oleh semua orang, termasuk juga dilakukan oleh umat muslim. Syirkah dalam peraturan Mahkamah Agung RI Nomor 2 Tahun 2008 Tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Pasal 20 didefinisikan sebagai berikut:

“Adalah kerja sama antara dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan, atau kepercayaan dalam usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang disepakati oleh pihak-pihak yang berserikat”.²

Di zaman modern ini, teknologi semakin canggih pada tiap-tiap sendi kehidupan manusia, segala kebutuhan dan kegiatan manusia akan semakin mudah dan akan terpenuhi dengan adanya perkembangan dan kemajuan teknologi. Salah satu perkembangan teknologi pada saat ini ialah teknologi digital, didalam perkembangan digital banyak mempengaruhi kehidupan pada saat ini bahkan perkembangan digital bisa mempunyai pengaruh positif bagi kehidupan dan mempermudah segala urusan. Namun perkembangan teknologi digital tidak juga menutup kemungkinan akan berdampak negatif bagi para penggunanya, tetap diperlukan pengawasan terhadap perkembangan teknologi itu sendiri.

¹ Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), hlm. 9.

² Tim Redaksi Fokusmedia, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Bandung: Fokusmedia, 2008), hlm. 14.

Melalui teknologi, apa yang dulunya tidak mungkin, kini menjadi mungkin. Salah satu perkembangan teknologi dalam bidang informasi dan telekomunikasi adalah ditandai dengan hadirnya Internet.³ Model aktifitas bisnis di zaman modern ini yang terpengaruh oleh Internet salah satunya ialah bisnis periklanan. Periklanan yang awalnya hanya sebatas media cetak, banner, baliho, dan media elektronik lainnya, kini telah masuk pada jaringan Internet atau sering disebut dengan *online advertising* atau lebih dikenal dengan periklanan online. Perkembangan dunia periklanan sudah begitu cepat, bahkan sebagian periklanan sudah masuk kedalam jejaring sosial yang mengakibatkan hampir seluruh jejaring sosial yang ada saat ini akan menampilkan iklan-iklan yang ditujukan untuk pengguna jejaring sosial itu sendiri. Bagi pengguna jejaring sosial, kondisi seperti ini dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan penghasilan dengan cara ikut serta menampilkan iklan-iklan di jejaring sosialnya. Ada beberapa perusahaan yang menawarkan bagi pengguna Internet untuk menampilkan iklan di jejaring sosialnya, salah satunya ialah perusahaan Google dengan programnya yang bernama Google AdSense.

Google pada saat ini, menduduki peringkat pertama sebagai *search engine* atau sebagai mesin pencari terbanyak yang digunakan di dunia. Google mampu menciptakan layanan yang dapat diterima oleh masyarakat luas dan mendapatkan ruang dihati para pengguna, salah satu penghasilan terbesar Google ialah dari penjualan iklan.⁴

Google AdSense adalah program kerja sama periklanan melalui media Internet yang diselenggarakan oleh Google. Melalui program periklanan AdSense, pemilik situs web atau blog yang mendaftar dan disetujui keanggotaannya diperbolehkan memasang unit iklan yang bentuk dan materinya telah ditentukan oleh Google di halaman web mereka. Pemilik situs web atau blog akan mendapatkan pemasukan berupa pembagian keuntungan dari Google untuk setiap iklan

³ Dika Saputri, *Advertising Pay Per Click (PPC) Dengan Google AdSense Perspektif Hukum Islam*. Yudisia. Vol. 9 No. 2. 2018, hlm. 257.

⁴ Nahara Eriyanti, *Google AdSense Perspektif Hukum Perjanjian Islam*. Al-Mustashfa. Vol. 4 No.2. 2019, hlm.148.

yang diklik oleh pengunjung situs, yang dikenal sebagai *pay per click* (ppc) atau bayar per klik.⁵

Dari temuan awal penulis Penduduk Indonesia merupakan mayoritas muslim, Penayang Iklan (Publisher) di Aceh Tamiang juga merupakan seorang muslim. Namun ketika menayangkan Iklan masih ada Iklan yang ditayangkan yang berbau porno atau perjudian yang tidak sesuai dengan Hukum Islam. Dengan adanya fenomena demikian, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai kerja sama antara Google Adsense dan Publisher sebagai penayang iklan, dalam bentuk karya ilmiah skripsi yang berjudul “ Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Akad Kerja Sama Antara Google Adsense dengan Penayang Iklan (Publisher) (Studi Penelitian di Aceh Tamiang).

B. Pembatasan Masalah

Untuk membatasi permasalahan dalam penelitian ini agar pembahasan lebih terarah dan tidak keluar dari pokok permasalahan, maka penelitian ini difokuskan kepada akad kerja sama antara Google Adsense dengan penayang iklan yang ditinjau dari hukum ekonomi syariah.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas dan sudah dibatasi permasalahan yang akan diteliti, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana mekanisme kerja sama antara Google Adsense dengan Penayang iklan (*publisher*) di Aceh Tamiang?
- 2) Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap kerja sama antara Google Adsense dengan Penayang iklan (*publisher*) di Aceh Tamiang ?

D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan penelitian yang dilakukan tidak terlepas dari adanya tujuan yang ingin dicapai, demikian pula dengan dengan penulisan skripsi ini.

⁵ <https://support.google.com/adsense/answer/6242051>, diakses pada tanggal 22 November 2020. Pukul 15.50 WIB .

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini ialah:

- a. Untuk mengetahui mekanisme kerja sama antara Google Adsense dengan Penayang iklan.
- b. Untuk mengetahui tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap kerja sama antara Google Adsense dengan Penayang iklan.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu:

a. Kegunaan Teoritis

Sebagai informasi dan juga pengetahuan bagi akademisi dan diharapkan sebagai pemikiran yang positif serta memberi kontribusi untuk ilmu pengetahuan tentang masalah kerja sama (Syirkah).

b. Kegunaan Praktis

Diharapkan dapat menambah pemahaman terhadap masyarakat sekaligus memberi pemahaman kepada pembacanya. Dapat dijadikan sebagai bahan penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah Syirkah.

E. Kajian Pustaka

Topik pembahasan dalam skripsi ini ialah tentang kerja sama melalui internet, atau bisnis online seperti periklanan melalui media internet yang akan penulis teliti didalam skripsi ini. Skripsi ini bukanlah karya tulis yang pertama yang membahas mengenai bisnis online periklanan. Ada beberapa karya ilmiah lain juga membahas mengenai permasalahan seperti ini, tetapi berbeda maksud dan tempat penelitian serta objek yang diteliti pun juga berbeda.

Hal ini dapat dilihat dari skripsi karya Lugita Anggraini, yang berjudul Tinjauan Hukum Islam Tentang Sistem Bisnis Periklanan Adsensecamp. Didalam skripsi ini penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan sumber data menggunakan data primer dan data sekunder serta objek wawancara yang dilakukan didalam penelitian ini ialah pihak-pihak penayang iklan yaitu mahasiswa fakultas syariah UIN Raden Intan Lampung. Tujuan penelitian ini ialah

untuk mengetahui bagaimana sistem bisnis periklanan Adsensecamp serta pandangan hukum islam mengenai bisnis periklanan ini.⁶

Perbedaan skripsi ini dengan skripsi karya penulis ialah pada objek penelitian, dalam skripsi ini objek penelitiannya ialah penayang iklan yang bekerja sama dengan Adsensecamp sedangkan objek penelitian karya penulis merupakan penayang iklan yang bekerja sama dengan Google Adsense. Adsensecamp dan Google Adsense merupakan program penyedia layanan periklanan yang berbeda atau dapat dikatakan sebagai dua program yang dikelola oleh dua belah pihak dan sistem kerja sama yang mereka gunakan juga berbeda.

Dalam skripsi lain yang ditulis oleh Husnun Azizah, dengan judul Konten Kreatif Youtube Sebagai Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam. Dalam skripsi ini peneliti memakai jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan objek penelitian yang akan diwawancarai ialah 3 orang Youtuber kota Metro, dan sumber data yang digunakan dalam skripsi ini ialah data sekunder berupa buku, jurnal, artikel, maupun situs yang terkait dengan penelitian ini. Pada permasalahan ini, inti dari pembahasannya ialah jika Youtuber kota Metro mempunyai konten yang tidak melanggar syara', maka menurut etika berbisnis menurut islam boleh dilakukan dan juga sebaliknya.⁷

Skripsi ini berbeda dengan skripsi karya penulis yaitu pada skripsi ini pokok permasalahan terletak dalam isi video yang diupload oleh para youtuber sedangkan pokok permasalahan yang akan penulis teliti ialah akad kerjasama antara Google Adsense dengan penayang iklan.

Kemudian skripsi karya Alfi Karomah yang berjudul Pengaturan Kerja Sama Antara Google Adsense dengan Youtuber kota Medan Perspektif Wahbah Zuhaili. Permasalahan didalam penelitian ini adalah terhadap pengaturan tentang kerja sama antara Google Adsense dengan Youtuber. Penelitian ini dilakukan dengan objeknya yaitu Youtuber kota Medan dengan jenis penelitian gabungan antara

⁶ Lugita Anggraini, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Bisnis Periklanan Adsensecamp (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung)*, Skripsi UIN Lampung, Tahun 2019.

⁷ Husnun Azizah, *Konten Kreatif Youtube Sebagai Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Youtuber Kota Metro)*, Skripsi IAIN Metro, Tahun 2020.

penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian kepustakaan (*library research*). Didalam penelitian ini peneliti mengambil pendapat tentang transaksi kerja sama ini haruslah sesuai dengan perspektif Wahbah Zuhaili yang merupakan salah satu sosok ulama Fiqh abad ke 20 yang terkenal di Syria. Menurut Wahbah Zuhaili transaksi kerja sama didalam permasalahan ini hendaklah mengikuti aturan syariah dan apabila keluar dari syariah hendaklah transaksi seperti ini agar ditinggalkan.⁸

Perbedaan mendasar skripsi ini dengan skripsi karya penulis sendiri terletak pada objek penelitian dan juga lokasi penelitian.

Pada dasarnya ketiga skripsi diatas merupakan jenis skripsi yang permasalahan didalamnya merupakan masalah yang baru, permasalahan dari ketiga skripsi diatas diakibatkan oleh perkembangan teknologi terlebih khusus di bidang Internet. Pembahasan ketiga skripsi diatas semuanya membahas mengenai kerja sama, baik itu kerja sama periklanan melalui Internet ataupun kerja sama dunia maya yang melibatkan Internet seperti bisnis Youtuber. Sedangkan yang akan penulis bahas didalam skripsi ini ialah kerja sama dengan objek dan tempat yang berbeda dari ketiga skripsi diatas, dengan mengedepankan prinsip Hukum Ekonomi Syariah.

F. Kerangka Teoritis

1. Akad

Menurut ulama ahli fiqh, kata akad dapat didefinisikan sebagai hubungan antara ijab dan kabul sesuai dengan kehendak syariat yang menetapkan adanya pengaruh (akibat) hukum dalam objek perikatan. Rumusan akad mengindikasikan bahwa perjanjian harus merupakan perjanjian kedua belah pihak untuk mengikatkan diri tentang perbuatan yang akan dilakukan dalam suatu hal yang khusus.⁹

Akad juga dapat diartikan sebagai penghubung antara dua orang atau lebih, untuk sepakat bekerja sama atau suatu kesepakatan yang mengakibatkan sebab hukum yang terjadi didalam suatu pekerjaan baik itu jual beli maupun lainnya.

⁸ Alfi Karomah, *Pengaturan Kerja Sama Antara Google Adsense dengan Youtuber Kota Medan Perspektif Wahbah Zuhaili*, Skripsi UIN Sumatera Utara. Tahun 2019.

⁹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 71.

Akad menurut namanya dapat dibedakan menjadi 2 yaitu :

a. Akad bernama (*al-‘uqud al-musamma*)

Yang dimaksud dengan akad bernama ialah akad yang sudah ditentukan namanya oleh pembuat hukum dan ditentukan pula ketentuan-ketentuan khusus yang berlaku terhadapnya dan tidak berlaku terhadap akad lain. Seperti akad sewa menyewa, pemesanan, jual beli, penanggungan, bagi hasil, gadai, dan lain sebagainya.

Bukan hanya sekedar ketetapan nama saja yang diatur oleh syariah, akan tetapi aturan-aturan terkait akad tersebut juga ditetapkan oleh syara’, baik secara implisit maupun eksplisit. Akad bernama inilah yang banyak dalam pembahasan fiqh-fiqh klasik dan menjadi rujukan umat Islam dalam menghadapi problematika keberagaman yang ada.

b. Akad tidak bernama (*al-‘uqud gair al-musamma*)

Akad tak bernama adalah akad yang tidak diatur secara khusus dalam kitab-kitab fiqh dibawah satu nama tertentu. Dalam kata lain, akad tidak bernama adalah akad yang tidak ditentukan oleh pembuat hukum namanya yang khusus serta tidak ada pengaturan tersendiri mengenaiinya. Terhadapnya berlaku ketentuan-ketentuan umum akad, akad jenis ini dibuat dan ditentukan oleh para pihak sendiri sesuai dengan kebutuhan mereka. Kebebasan untuk membuat akad tidak tertentu (tidak bernama) ini termasuk kedalam apa yang disebut sebagai asas kebebasan berakad.

Akad tidak bernama ini timbul selaras dengan kepentingan para pihak dan merupakan akibat kebutuhan masyarakat yang terus berkembang. Contoh akad tidak bernama adalah perjanjian penerbitan, periklanan, dan sebagainya.

Dalam sejarah hukum Islam, sering muncul suatu akad baru dan untuk waktu lama tidak mempunyai nama, kemudian diolah oleh para ulama fiqh, diberi nama dan diberi aturannya sehingga kemudian menjadi akad bernama.¹⁰

¹⁰ *Ibid.*, hlm.78-81.

2. Bisnis Online E-Commerce

Bisnis online adalah bisnis yang dijalankan secara online dengan menggunakan Internet atau sering juga disebut sebagai bisnis di dunia maya. Bisnis online tidak terlepas dari perniagaan secara elektronik atau yang sering disebut E-Commerce. Pengertian dari E-Commerce itu sendiri ialah perjanjian melalui online contract yang pada prinsipnya sama dengan perjanjian pada umumnya. Perbedaannya hanya terletak pada media dalam membuat perjanjian tersebut.

Dalam E-Commerce seorang penjual memberikan penawaran terhadap barang yang dimilikinya untuk dijual melalui media elektronik, yaitu Internet dengan memasukkan penawaran tersebut dalam situs, baik yang ia kelola sendiri untuk melakukan perdagangan atau memasukkannya kedalam situs lain.

Sekalipun online contract merupakan fenomena bermuamalah yang baru, tetapi banyak subjek hukum yang sudah memberlakukan kontrak semacam ini. Didalam hukum Islam kontrak seperti ini dibolehkan dengan syarat sepanjang hubungan tersebut tidak dilarang oleh Al-quran dan As-sunnah.¹¹

3. Syirkah

Syirkah secara istilah berarti pencampuran sedangkan secara bahasa Syirkah ialah ikatan kerja sama antara orang-orang yang berserikat dalam hal modal dan keuntungan. Syirkah dapat dianggap sah apabila memenuhi syarat, rukun dan ketentuan yang telah ditetapkan sesuai ajaran Islam. Syarat yang paling utama adalah tidak ada unsur yang dilarang syara'. Karena jika ada hal yang dilarang oleh syara' dari setiap Syirkah maka kegiatan Muamalah tersebut tidak sah.

Secara umum ada beberapa rukun Syirkah yaitu:

- a. Dua belah pihak yang berakad
- b. Akad (shighat), atau perbuatan yang menunjukkan terjadinya akad berupa ijab dan kabul.
- c. Objek akad, terdiri dari pekerjaan atau modal.

Apabila didalam perserikatan Syirkah sudah memenuhi kriteria rukun diatas maka dapat dikatakan bahwasannya Syirkah sah dalam hukum Islam.

¹¹ Gemala Dewi, Wirdyaningsih dan Yeni Salma Barlinti, *Hukum Perikatan Islam Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm.196-197.

Syarat pekerjaan atau benda yang boleh dikelola dalam Syirkah ialah harus jelas kehalalannya yang diperbolehkan dalam Islam.¹² Apabila dalam suatu perserikatan Syirkah objek akad nya tidak sesuai dengan aturan Islam maka Syirkah tidak dianggap sah secara pandangan hukum.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan (*Field research*). Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan di dalam kehidupan yang sebenarnya. Penelitian lapangan ini pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Pada prinsipnya penelitian lapangan bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam masyarakat.¹³

Jadi penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian lapangan dimana peneliti mengkaji buku-buku atau literatur lainnya yang berhubungan dengan mekanisme akad kerja sama antara Google AdSense dengan Publisher di Aceh Tamiang menurut hukum ekonomi syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagian-bagian yang ada didalam Google AdSense, dan didalamnya terdapat upaya untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisa, serta mewawancarai penayang iklan di Aceh Tamiang.

b. Sifat Penelitian

Sesuai dengan judul peneliti yaitu Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Akad Kerja Sama antara Google AdSense dengan Penayang iklan, maka penelitian ini bersifat deskriptif.

¹² *Ibid.*, hlm. 115-116.

¹³ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hlm. 28.

Penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu. Penelitian ini berusaha menggambarkan situasi atau kejadian.¹⁴ Sedangkan pendekatan yang penulis gunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan yuridis normatif dengan cara

pendekatan terhadap masalah yang diteliti dengan berdasarkan konsep hukum ekonomi syariah.

2. Lokasi Penelitian

Untuk lokasi penelitian, penulis memilih untuk melakukan penelitian dengan cara mengamati secara langsung di website Google AdSense dan pada penayang iklan (*publisher*) di Aceh Tamiang atau para pemain dunia maya, dalam hal ini adalah para pemilik web atau blog yang sudah bekerja sama dengan Google AdSense. Dengan tujuan mampu menjawab serta menjelaskan pokok permasalahan dalam penelitian ini.

3. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya salah pengertian dalam pemahaman, maka penulis perlu menjelaskan atau memberikan definisi terhadap istilah-istilah pokok yang tujuannya agar pembaca lebih memahami isi dari penulisan skripsi ini. Berikut beberapa istilah dari judul diatas diantaranya:

1. Tinjauan menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) ialah pandangan.¹⁵
2. Hukum Ekonomi Syariah terdiri dari beberapa kata. Pengertian Hukum ialah peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa atau pemerintah.¹⁶ Ekonomi ialah ilmu tentang asas-asas produksi distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan seperti hal keuangan, perindustrian, dan perdagangan.¹⁷ Sedangkan Syariah ialah segala hukum dan aturan yang ditetapkan Allah SWT bagi hamba-Nya untuk diikuti,

¹⁴ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hlm.6.

¹⁵ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/tinjau>. Diakses tanggal 24 November 2020 Pukul 19.05 WIB.

¹⁶ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/hukum>. Diakses tanggal 24 November 2020 Pukul 19.15 WIB.

¹⁷ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/ekonomi>. Diakses tanggal 24 November 2020 Pukul 19.30 WIB.

yang mengatur hubungan antara manusia dengan Allah, hubungan antara manusia dengan manusia, dan hubungan antara manusia dengan lingkungan kehidupannya.¹⁸

Jadi hukum ekonomi syariah ialah keseluruhan kaidah hukum yang mengatur tentang transaksi perekonomian yang tidak melanggar hukum syara' atau ketetapan dari Allah.

3. Kerja sama ialah kegiatan yang di lakukan secara bersama-sama dari berbagai pihak untuk mencapai tujuan bersama.
4. Google Adsense adalah program kerja sama periklanan melalui media Internet yang diselenggarakan oleh Google. Melalui program periklanan Adsense, pemilik situs web atau blog yang telah mendaftar dan disetujui keanggotaannya diperbolehkan memasang unit iklan yang bentuk, waktu dan materinya telah ditentukan oleh Google di halaman web mereka. Pemilik situs web atau blog akan mendapatkan penghasilan berupa pembagian keuntungan dari Google untuk setiap iklan yang di klik oleh pengunjung situs.
5. Penayang iklan (Publisher) adalah orang yang mempunyai web atau blog yang sudah disetujui keanggotaannya menjadi partner Google Adsense, yang akan menayangkan iklan dari Google Adsense.¹⁹ Ada beberapa penayang iklan yang berbeda yaitu penayang iklan yang menayangkan iklan melalui web atau blog, ada juga yang menayangkan iklan melalui aplikasi dan juga chanel youtube mereka. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penayang iklan yang menayangkan iklan dari Google Adsense di chanel youtube mereka.

4. Instrumen Pengumpulan Data

Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian karya ilmiah ini mengedepankan data sekunder berupa buku-buku, dokumen-dokumen resmi, jurnal serta website sumber langsung dari Internet yang terpercaya, yang berhubungan dengan pembahasan dalam permasalahan ini, diantaranya sebagai berikut:

¹⁸ Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori, Dan Konsep*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), hlm. 31.

¹⁹ Alvita Tyas Dwi Aryani, *Efektifitas Iklan Digital Google Adsense*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 20 No. 1. 2017, hlm. 21.

a. Bahan Primer

Bahan primer ialah data yang isinya mengikat dan murni seperti bahan yang dikeluarkan oleh pemerintah.²⁰

Bahan primer dalam penelitian ini yaitu: Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, informasi resmi dari website Google AdSense, hasil wawancara dari penayang iklan di Aceh Tamiang.

b. Bahan sekunder

Bahan sekunder dalam penelitian ini berupa buku-buku, jurnal dan dokumen-dokumen lainnya seperti:

- 1) Fiqih Mu'amalah Kontemporer, karya Imam Mustofa
- 2) Fiqh Hukum Ekonomi Islam, karya Sohari Sahrani
- 3) Fiqh Muamalah, karya Ridwan Nurdin
- 4) Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori, Dan Konsep, karya Fathurrahman Djamil
- 5) Fiqh Ekonomi Syariah, karya Mardani
- 6) Fiqh Kontemporer, karya Budi Juliandi
- 7) Hukum Perikatan Islam Indonesia, karya Gemala Dewi, Wirnyaningsih dan Yeni Salma Barlinti
- 8) Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal, karya Mardalis
- 9) Metode Penelitian, karya Saifudin Azwar
- 10) Metode Penelitian Hukum, karya Burhan Ashafa
- 11) Jurnal karya Dika Saputri, dengan judul Advertising Pay Per Click (PPC) Dengan Google AdSense Perspektif Hukum Islam
- 12) Jurnal karya Nahara Eriyanti, dengan judul Google AdSense Perspektif Hukum Perjanjian Islam
- 13) Jurnal karya Alvita Tyas Dwi Aryani, dengan judul Efektifitas Iklan Digital Google AdSense.
- 14) Dan sebagainya yang relevan dalam penelitian ini.

²⁰ Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 103.

c. Bahan Tersier

Bahan tersier ialah bahan yang bersifat menunjang atau mendukung bahan primer dan sekunder. Bahan tersier didalam penelitian ini berupa kamus dan bahan dari Internet yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang penulis teliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

Di dalam penelitian ilmiah, ada beberapa teknik pengumpulan data beserta masing-masing perangkat pengumpul datanya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat sistematis gejala-gejala yang diselidiki atau objek yang diselidiki.²¹ Dalam penelitian karya ilmiah ini, peneliti akan melakukan pengamatan langsung di Internet mengenai periklanan Google AdSense di web resmi Google AdSense.

b. Wawancara

Wawancara ialah suatu metode untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya kepada narasumber. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara yang tidak terstruktur atau tidak menggunakan draft wawancara. Wawancara dilakukan terkait mekanisme kerja sama antara Google AdSense dengan penayang iklan dan tentang bagaimana cara untuk bergabung bekerja sama dengan Google AdSense. Wawancara ini akan peneliti lakukan dengan melakukan tanya jawab kepada pelaku Google AdSense yang dalam hal ini adalah penayang iklan (publisher) di Aceh Tamiang Yang bernama Arif Ananda, Muhammad Saddam Yani, dan Andre Mirza Fahmi Putra. Dengan tujuan untuk menguatkan informasi terhadap permasalahan ini.

²¹ Cholid Nabuko, dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), hlm. 70.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti-bukti yang akurat. Dokumentasi didalam penelitian ini bermaksud untuk mencari data atau informasi yang berupa benda-benda tertulis. Seperti buku, jurnal, e-book, artikel, web dan lain sebagainya.

6. Analisis Data

Setelah data terkumpul kemudian diadakan pengolahan dan penganalisaan data dengan teknik analisis tertentu.²² Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisa dengan cara berfikir deduktif. Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan pola fikir deduktif yaitu mengamati fenomena yang saat ini sedang marak terjadi, yang kemudian dibandingkan dengan teori dan dalil-dalil yang ada, sehingga dapat menarik kesimpulan khusus sebagai titik akhirnya. Metode deduktif adalah pembahasan yang diawali dengan menggunakan kenyataan yang bersifat umum dari hasil penelitian kemudian diakhiri dengan kesimpulan yang bersifat khusus.²³

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulis dalam pembahasan, maka sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi empat bab dengan rincian tiap bab nya sebagai berikut:

Bab *pertama*. Sebagai langkah awal penelitian, bab ini berisi pendahuluan yang berfungsi sebagai pengantar kepada bab-bab selanjutnya. Bab ini terdiri dari beberapa sub bab yaitu: latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teoritis, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab *kedua*. Bab ini merupakan bab kelanjutan dari bab pertama yang membahas gambaran teori secara umum. Adapun teori-teori yang dibahas dalam

²² *Ibid.*, hlm. 165.

²³ Sutisno Hadi, *Metodologi Research Jilid I*, (Yogyakarta: Andi Publisher, 2004), hlm. 42.

bab ini ialah teori akad secara keseluruhan menurut islam, electronic commerce, syirkah menurut islam dan gambaran umum tentang Google Adsense.

Bab *ketiga*. Bab ini membahas tentang metode penelitian

Bab *keempat*. Bab ini menjadi inti dari pembahasan dalam penulisan ini, yaitu mengenai tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap akad kerja sama antara Google Adsense dengan penayang iklan (publisher) di Aceh Tamiang.

Bab *kelima*. Sebagai bab terakhir, pada bab ini akan dijabarkan mengenai kesimpulan dan saran. Sekaligus sebagai penutup bagi seluruh rangkaian penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Akad

1. Pengertian Akad

Secara bahasa akad berarti ikatan atau perjanjian yang berasal dari kata “*akada*” jamak dari kata ‘*uqud* dengan sesuatu objek baik berupa pengalihan objek yang berbentuk materi atau jasa dalam suatu kondisi yang disepakati kedua belah pihak. Sedangkan menurut istilah akad adalah hubungan antara ijab dan kabul sesuai dengan kehendak syariat yang menetapkan adanya pengaruh (akibat) hukum dalam objek perikatan. Rumusan akad mengindikasikan bahwa perjanjian harus merupakan perjanjian kedua belah pihak untuk mengikatkan diri tentang perbuatan yang akan dilakukan dalam suatu hal yang khusus.²⁴

Dasar hukum boleh dilakukannya akad dalam Al-Quran ialah surah Al-Maidah ayat 1 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْمَتُهُمْ أَن تَصَومُوا ۗ إِنِ الْغُلَامَ الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ آبَاءَهُمْ أَوْ آبَاءَتَهُمْ خُلْفَاءَهُمْ فَلَا يُنْفِقُوا بَعْدَ وَهَابِ الْمَوْلَاهُ ۗ سَمِعْتُمُ النَّبِيَّ يَقُولُ إِذْ جَاءَ الْحَمِيمَ إِذْ وَجَّهَ وَجْهَهُ إِلَى اللَّهِ أَن لَوْ كَانَ بيني وبينك عهدٌ لَأَبْرَأُكَ إِلَى اللَّهِ فَخُذْ حَقَّكَ ۗ وَاللَّهُ يَسْمَعُ الصَّوْتِ مِنَ الذَّلِيَّةِ ۗ وَلَئِن سَأَلْتَهُنَّ لَيَقْنُنَنَّ مِنَ الْمُكْرَمَاتِ ۗ وَاللَّهُ عَزِيزٌ عَلِيمٌ ۗ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.” (Q.S Al-Maidah: 1).²⁵

Berdasarkan ayat diatas dapat dipahami bahwasannya isi dari perjanjian di dalam akad itu hukumnya wajib dipenuhi.

²⁴ Ridwan Nurdin, *Fiqh Muamalah*, (Banda Aceh: PeNA, 2010), hlm.21.

²⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Karya Toha Putra, 2002), hlm.141.

2. Rukun dan Syarat Akad

a. Rukun Akad

Rukun-rukun akad ialah sebagai berikut:

1) *'Aqid*

'Aqid merupakan orang yang melakukan akad atau sering disebut sebagai subjek akad, masing-masing subjek akad bisa terdiri dari perorangan atau pun bisa terdiri dari beberapa orang. Contoh akad yang sering dilakukan ialah akad jual beli antara penjual dan pembeli di pasar.

2) *Mau'qud Alaih*

Mau'qud Alaih merupakan benda-benda yang akan di akadkan atau sering disebut sebagai objek akad. Benda yang boleh diakadkan dalam Islam ialah benda yang jelas kehalalannya yang tidak melanggar hukum syara'. Contoh sederhana objek akad yang boleh diakadkan ialah beras, pakaian, dan lainnya.

3) *Maudhu' al-'aqid*

Maudhu' al-'aqid merupakan maksud atau tujuan dilakukannya akad, jika berbeda akad maka berbeda juga maksud dan tujuan pokok akad. Misalnya dalam akad jual beli tujuan pokoknya ialah memindahkan barang dari penjual kepada pembeli dengan kesepakatan bersama baik dengan diberi uang atau pun bertukar barang.

4) *Sighat al-'Aqid*

Sighat al-'Aqid merupakan ijab qabul antara subjek akad. Ijab ialah ungkapan yang pertama kali di lontarkan oleh salah satu pihak yang akan melakukan akad, sedangkan qabul ialah pernyataan atau jawaban dari pihak kedua untuk menerima akad tersebut.²⁶

Menurut Islam didalam sebuah transaksi hendaklah menggunakan ijab qabul agar transaksi tersebut dapat dikategorikan menjadi suatu transaksi yang sah dan mendapatkan kerelaan di kedua belah pihak.

²⁶ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, hlm. 74.

Didalam ijab qabul terdapat beberapa syarat yang harus dilakukan:

- a. Adanya kejelasan maksud dan tujuan antara kedua belah pihak yang berakad.
- b. Adanya kesesuaian antara ijab dan qabul dan tidak mengandung unsur penipuan.
- c. Adanya kesepakatan antara kedua belah pihak dan tidak menunjukkan penolakan dan pembatalan dari keduanya.
- d. Adanya kesungguhan dalam melakukan akad dan tidak terpaksa atau tidak karena diancam atau ditakut-takuti oleh orang lain.

Beberapa cara yang di ungkapkan oleh para ulama fiqh dalam melakukan akad ialah:

- a. Dengan cara lisan atau perbuatan, menurut ulama fiqh apabila kedua belah pihak berakad dengan cara lisan maka akad tersebut sah dan sesuai dengan ajaran Islam.
- b. Dengan cara tulisan, misalnya kedua belah pihak yang berakad namun dalam posisi yang berjauhan lokasinya maka ijab qabul boleh dilakukan dengan cara tulisan.
- c. Dengan cara isyarat, bagi orang-orang tertentu akad dapat dilakukan dengan cara isyarat. Misalnya pada seseorang yang bisu yang tidak bisa baca maupun tulis maka orang tersebut dapat melakukan ijab qabul menggunakan isyarat.

Ijab qabul didalam akad akan dinyatakan batal apabila:

- a. Pihak pertama atau penjual menarik kembali ijab atau ucapannya sebelum terdapat qabul dari si pembeli.
- b. Adanya penolakan ijab qabul dari pihak kedua atau pihak pembeli.
- c. Berakhirnya kesepakatan akad, apabila kedua belah pihak telah memiliki kesepakatan akad dengan waktu yang telah ditetapkan bersama maka akad tersebut dianggap batal. Misalnya seperti akad sewa menyewa.
- d. Rusaknya objek akad sebelum terjadinya ijab qabul atau kesepakatan.²⁷

²⁷ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Kencana, 2010), hlm. 51.

b. Syarat-Syarat Akad

Syarat-syarat umum yang harus dipenuhi dalam berbagai macam akad ialah sebagai berikut:

- 1) Kedua orang yang melakukan akad cakap bertindak (ahli). Tidak sah akad orang yang tidak cakap bertindak, seperti orang gila, orang yang berada di bawah kesadaran.
- 2) Objek akad dapat menerima hukumnya, maksudnya objek akad adalah *amwal* atau objek yang dihalalkan yang dibutuhkan oleh masing-masing pihak. Objek akad isi berisi barang ataupun jasa.
- 3) Akad itu diizinkan oleh syara', dilakukan oleh orang yang mempunyai hak melakukannya walaupun dia bukan *'aqid* yang memiliki barang.
- 4) Ijab dan qabul mesti bersambung, sehingga kedua belah pihak tidak bisa membatalkan akad tersebut dengan sebelah pihak.²⁸

3. Macam-Macam Akad

dalam kitab-kitab fiqh terdapat banyak bentuk akad yang kemudian dapat dikelompokkan dalam berbagai macam akad. Secara garis besar ada beberapa macam akad, antara lain:

a. Akad menurut tujuannya terbagi atas dua jenis:

- 1) Akad *Tabarru* yaitu akad yang dimaksudkan untuk menolong dan murni semata-mata karena mengharapkan rida dan pahala dari Allah SWT, sama sekali tidak ada unsur mencari keuntungan. Akad yang termasuk dalam kategori ini ialah Hibah, Wakaf, Wasiat, dan lainnya.
- 2) Akad *Tijari* yaitu akad yang dimaksudkan untuk mencari dan mendapatkan keuntungan dimana rukun dan syarat telah dipenuhi semuanya. Akad ini semacam perjanjian yang menyangkut *for profit transaction* dengan tujuan untuk mencari keuntungan, karena itu bersifat komersial. Akad yang

²⁸ Sohari Sahrani, Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 47.

termasuk dalam kategori ini ialah murabahah, salam, istishna', mudharabah dan musyarakah.

b. Akad menurut keabsahannya terbagi kepada tiga jenis yaitu:

- 1) Akad *sahih* yaitu akad yang memenuhi semua rukun dan syaratnya. Akibat hukumnya adalah perpindahan barang contohnya akad jual beli.
- 2) Akad *fasid* yaitu akad yang semua rukunnya terpenuhi, namun ada syarat yang tidak terpenuhi. Belum terjadi perpindahan barang dari penjual kepada pembeli dan perpindahan harga dari pembeli kepada penjual, sebelum adanya usaha untuk melengkapi syarat tersebut. Dengan kata lain akibat hukumnya adalah *mawquf* (berhenti dan tertahan untuk sementara).
- 3) Akad *Bathal* yaitu akad dimana salah satu rukunnya tidak terpenuhi dan otomatis syaratnya juga tidak terpenuhi. Akibat hukum yang ditimbulkan dari akad ini ialah tidak adanya perpindahan harta dan benda kepada pembeli.

c. Akad menurut namanya, akad ini dibedakan menjadi:

- 1) Akad bernama (*al-'uqud al-musamma*)

Yang dimaksud dengan akad bernama ialah akad yang sudah ditentukan namanya oleh pembuat hukum dan ditentukan pula ketentuan-ketentuan khusus yang berlaku terhadapnya dan tidak berlaku terhadap akad lain. Seperti akad sewa menyewa, pemesanan, jual beli, penanggungan, bagi hasil, gadai, dan lain sebagainya. Bukan hanya sekedar ketetapan nama saja yang diatur oleh syariah, akan tetapi aturan-aturan terkait akad tersebut juga ditetapkan oleh syara', baik secara implisit maupun eksplisit. Akad bernama inilah yang banyak dalam pembahasan fiqh-fiqh klasik dan menjadi rujukan umat Islam dalam menghadapi problematika keberagaman yang ada. Yang termasuk kedalam kategori akad ini ialah seperti jual beli, sewa-menyewa, hibah, syirkah, gadai, penanggungan dan lainnya. Akad Bernama dikatakan sah apabila sudah memenuhi rukun dan syarat masing-masing akad, dengan catatan akad tersebut digunakan untuk hal yang tidak dilarang oleh ajaran Islam.

2) Akad tidak bernama (*al-‘uqud gair al-musamma*)

Akad tak bernama adalah akad yang tidak diatur secara khusus dalam kitab-kitab fiqh dibawah satu nama tertentu. Dalam kata lain, akad tidak bernama adalah akad yang tidak ditentukan oleh pembuat hukum namanya yang khusus serta tidak ada pengaturan tersendiri mengenainya. Terhadapnya berlaku ketentuan-ketentuan umum akad, akad jenis ini dibuat dan ditentukan oleh para pihak sendiri sesuai dengan kebutuhan mereka. Kebebasan untuk membuat akad tidak tertentu (tidak bernama) ini termasuk kedalam apa yang disebut sebagai asas kebebasan berakad. Akad tidak bernama ini timbul selaras dengan kepentingan para pihak dan merupakan akibat kebutuhan masyarakat yang terus berkembang. Contoh akad tidak bernama adalah perjanjian penerbitan, periklanan, dan sebagainya. Dalam sejarah hukum Islam, sering muncul suatu akad baru dan untuk waktu lama tidak mempunyai nama, kemudian diolah oleh para ulama fiqh, diberi nama dan diberi aturannya sehingga kemudian menjadi akad bernama. Misalnya *al-bai al-wafa'* (jual beli opsi) yang dalam hukum Islam timbul dari praktik dan merupakan campuran antara gadai dan jual beli, meskipun unsur gadai lebih menonjol. Oleh karena itu akad ini diberi nama sendiri.

d. Akad menurut kedudukannya, dibedakan menjadi:

- 1) Akad pokok adalah akad yang berdiri sendiri yang keberadaannya tidak tergantung kepada suatu hal lain. Termasuk kedalam jenis ini adalah semua akad yang keberadaannya karena dirinya sendiri, seperti akad jual beli, sewa-menyewa, penitipan, dan lainnya.
- 2) Akad asesoir adalah akad yang keberadaannya tidak berdiri sendiri, melainkan tergantung kepada suatu hak yang menjadi dasar ada dan tidaknya atau sah dan tidak sahnya akad tersebut. Termasuk kedalam kategori ini adalah akad penanggungan dan akad gadai. Kedua akad ini merupakan perjanjian untuk menjamin.²⁹

²⁹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, hlm. 77-82.

B. Electronic Commerce

1. Pengertian Elektronik Commerce

E-commerce ialah suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik. E-commerce merupakan suatu cakupan yang luas mengenai teknologi, proses dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui e-mail atau bisa melalui World Wide Web.³⁰

E-commerce termasuk juga kedalam perjanjian melalui online contract yang pada prinsipnya sama dengan perjanjian pada umumnya. Perbedaannya hanya terletak pada media dalam membuat perjanjian tersebut. Walaupun dalam beberapa jenis online contract tertentu objek perikatannya hanya dapat diwujudkan dalam media elektronik, sebab objek perikatannya hanya berupa muatan digital, seperti jasa untuk mengakses internet. Perjanjian jenis ini lebih sering menggunakan fasilitas EDI (*Electronic Data Interchange*), yaitu suatu mekanisme pertukaran data secara elektronik yang umumnya berupa informasi bisnis yang rutin di antara beberapa komputer dalam suatu susunan jaringan komputer yang dapat mengelolanya. Data tersebut dibentuk menggunakan aturan standar sehingga dapat dilaksanakan langsung oleh komputer penerima. Karakteristik dari E-commerce ialah sebagai berikut:

- 1) Terjadinya transaksi antar dua belah pihak
- 2) Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi
- 3) Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Dari karakteristik tersebut terlihat jelas bahwa pada dasarnya E-commerce merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan

³⁰Gemala Dewi, Wirnyaningsih dan Yeni Salma Barlinti, *Hukum Perikatan Islam Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm.196-197.

telekomunikasi, dan secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang baik dalam sektor barang maupun jasa.³¹

2. Cara bertransaksi dalam E-commerce

Transaksi jual beli melalui e-commerce, biasanya akan didahului oleh penawaran jual, penawaran beli dan penerimaan jual atau penerimaan beli. Sebelum itu mungkin terjadi penawaran secara online, misalnya melalui email atau website.

Transaksi online dalam e-commerce memiliki banyak tipe dan variasi, yaitu:

a. Transaksi melalui chatting dan video conference

Transaksi melalui chatting atau video conference adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui internet, seperti melalui telepon, chatting dilakukan melalui tulisan sedangkan video conference dilakukan melalui media elektronik, dimana orang dapat melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini.

b. Transaksi melalui email

Transaksi dengan menggunakan email dapat dilakukan dengan mudah. Dalam hal ini kedua belah pihak harus memiliki email address. Selanjutnya, sebelum melakukan transaksi, customer sudah mengetahui email yang akan dituju dan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian customer menulis nama produk dan jumlah produk, alamat pengiriman dan metode pembayaran yang digunakan.

c. Transaksi melalui web atau situs.

Transaksi semacam ini sangat banyak dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yang sudah canggih. Transaksi seperti ini ialah transaksi seperti jual beli online, dengan cara penjual memiliki web atau situs untuk menjual dagangannya sementara para pembeli jika ingin membeli barang tersebut hanya

³¹ Budi Juliandi, *Fiqh Kontemporer*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2011), hlm. 185.

dengan berkunjung ke web penjual tersebut dan lalu memesan barang tersebut dengan syarat pembayaran yang sudah disepakati bersama.³²

3. Pihak yang bertransaksi dalam E-commerce

Transaksi e-commerce melibatkan beberapa pihak baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Tergantung kompleksitas transaksi yang dilakukan. Artinya apakah semua proses transaksi dilakukan secara online atau hanya beberapa tahap saja yang dilakukan secara online. Apabila seluruh transaksi dilakukan secara online, mulai dari proses terjadinya transaksi sampai dengan pembayaran.

Berikut beberapa pihak yang terlibat dalam transaksi e-commerce:

- a. Penjual, yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet.
- b. Konsumen, yaitu orang-orang yang ingin memperoleh produk barang/jasa melalui pembelian secara online. Konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila konsumen merupakan perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi e-commerce adalah bagaimana sistem pembayaran yang digunakan, apakah pembayaran dilakukan dengan menggunakan kartu kredit atau dimungkinkan pembayaran dilakukan dengan uang cash. Hal ini penting untuk diketahui, mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di Internet adalah pemegang kartu kredit.
- c. Acquirer, yaitu pihak perantara penagihan antara penjual dan pembeli. Pihak perantara ini dapat berperan sebagai penghubung antara penjual dan pembeli atau pemegang kuasa terhadap barang atau jasa yang ingin dijual oleh penjual kepada konsumen.³³

Pihak perantara didalam e-commerce, biasanya menggunakan media Internet sebagai penghubung untuk menjalankan pekerjaannya dengan lebih mudah. Tentu saja pihak perantara juga mendapat keuntungan pada tiap transaksi e-commerce.

³² *Ibid.*, hlm. 187.

³³ *Ibid.*, hlm. 191.

4. E-commerce menurut pandangan Hukum Islam

Dalam bidang muamalah, dikenal suatu asas hukum Islam, yaitu asas kebolehan atau mubah. Asas ini menunjukkan kebolehan melakukan semua hubungan perdata (sebagian hubungan muamalah) sepanjang hubungan tersebut tidak dilarang oleh Al-Qu'an dan As-Sunnah. Ini berarti bahwa Islam memberi kesempatan luas kepada yang berkepentingan untuk mengembangkan bentuk dan macam hubungan sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan umat manusia.

Sekalipun E-commerce merupakan fenomena yang baru, tetapi semua negara tetap memberlakukan asas-asas dan peraturan hukum yang telah dianutnya. Untuk mengetahui apakah e-commerce bertentangan atau tidak dari segi Hukum Islam maka harus memenuhi beberapa hal yaitu:

a. Objek telah ada pada waktu akad diadakan

Barang yang ditransaksikan dalam e-commerce ada yang memang telah ada atau yang bersifat pesanan. Jadi, pengertian ada dalam transaksi ini lebih diutamakan bentuk tampilan benda tersebut dalam layar Internet. Mengenai jual beli barang yang tidak ada ada di tempat akad jual beli yang untuk melihat barangnya mengalami kesulitan melihatnya, dapat dilakukan asalkan kriteria atau syarat barang yang diperjual belikan itu terurai dengan jelas. Jika barang yang dijanjikan sesuai dengan informasi, maka jual beli tersebut sah. Namun apabila ternyata berbeda, maka pihak yang tidak menyaksikan boleh memilih untuk menerima atau tidak dengan menggunakan hak khiyar.

b. Dibenarkan oleh syariah

Objek akad yang dibenarkan oleh syariat tidak hanya yang zatnya halal, namun juga harus bermanfaat. Mengenai syarat halalnya, objek yang ditransaksikan dalam e-commerce terdiri dari berbagai macam jenis barang dan jasa yang jika dilihat dari ukuran halal atau haramnya barang tersebut akan menyebabkan kerancuan. Karena transaksi e-commerce tidak hanya dilakukan antar daerah di Indonesia melainkan kebanyakan dilakukan antar negara di dunia. Oleh karena itu, wajar jika terjadi ketidaksamaan persepsi mengenai halal atau haramnya barang yang diperdagangkan. Bagi mereka yang penting adalah terdapatnya kesepakatan kedua belah pihak tentang objek tersebut.

c. Harus jelas dan diketahui

Objek akad harus memiliki kejelasan dan diketahui oleh para pihak, maka jika barang atau harga tidak diketahui, jual beli tidak sah karena dimungkinkan mengandung unsur penipuan.

d. Dapat diserahkan terimakan

Dalam e-commerce berbagai masalah fisik dalam jaringan kerja atau sistem komunikasi lainnya, misalnya barang yang akan ditransaksikan berupa informasi bisnis, maka hal ini menjadi suatu permasalahan. Apakah barang tersebut dapat diserahkan terimakan secara nyata, langsung diserahkan dari tangan ke tangan, karena informasi tersebut hanyalah berupa tempat dari data base penjual kepada data base pembeli. Oleh karena itu, pengertian konsep serah terima dalam e-commerce ini perlu diperluas tidak hanya dalam pengertian fisik saja. Sebab, dalam konsep hukum perikatan Islam syarat dapat diserahkan terimakan menjadi hal yang esensial karena hal ini menjamin, bahwa perikatan tersebut benar-benar terjadi dan tidak ada pihak yang dirugikan.³⁴

C. Syirkah

1. Pengertian Syirkah

Secara etimologi, *asy-syirkah* berarti pencampuran, yaitu pencampuran antara sesuatu dengan yang lainnya, sehingga sulit dibedakan. Secara terminologi, pada dasarnya definisi yang dikemukakan oleh para ulama fiqih hanya berbeda secara redaksional sedangkan esensi yang terkandung di dalamnya sama, yaitu ikatan kerja sama antara orang-orang yang berserikat dalam hal modal dan keuntungan. Pekerjaan yang disepakati tidak mengharuskan seluruh modal berasal dari kontribusi semua pihak yang terlibat. Keterlibatan para pihak dalam suatu kerja sama dalam perdagangan selain modal dapat juga berupa tenaga atau keahlian sehingga kombinasi keduanya menjadi pengikat dalam kerja sama.³⁵

³⁴Gemala Dewi, Wirnyaningsih dan Yeni Salma Barlinti, *Hukum Perikatan Islam Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm.199-201.

³⁵Ridwan Nurdin, *Fiqh Muamalah*, hlm. 97.

Dasar hukum boleh dilakukannya akad Syirkah dalam Al-Quran ialah surah Shaad ayat 24 sebagai berikut:

أَلْخُلَاطَاءِ مِّنْ كَثِيرٍ وَإِن نَّعَاجِجَهُ إِلَىٰ نَعْتِكَ بِسُؤَالِ ظَلَمِكَ لَقَدْ قَالَ
 وَقَلِيلٌ مِّنَ الصَّالِحِينَ وَعَمِلُوا ءَامَنُوا الَّذِينَ إِلَّا بَعِضٌ عَلَىٰ بَعْضٍ هُم مِّنْهُمْ لِيَبْغَىٰ
 وَأَنَابَ رَاكِعًا وَخَرُّ رُكُوعًا فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ فَنَزَّلْنَا آيَاتِنَا دَاوُدَ وَظَنَّ أَنَّهُ مِّنَ الَّذِينَ

Artinya:

Daud berkata: “*Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini. Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.*” (Q.S Shaad: 24).³⁶

Ayat diatas menjelaskan tentang perilaku orang-orang yang berkongsi atau berserikat dalam berdagang dengan menzalimi sebagian dari pihak mereka dengan menambahkan harta perkongsian mereka. Dan ayat ini melarang perkongsian atau kerja sama seperti ini kecuali perkongsian atau kerja sama yang tidak menzalimi pihak yang lain.

Perkongsian atau perserikatan termasuk salah satu kerja sama Syirkah yang sudah ada sejak zaman dahulu, hal ini dapat diketahui dari dalil diatas tentang harta perkongsian didalam berdagang. Bahkan sampai saat ini perkongsian atau perserikatan seperti ini banyak terjadi dikehidupan, hanya saja berbeda cara dan jenis perserikatan yang terjadi. Conntoh sederhana perkongsian atau perserikatan yang pada saat ini terjadi ialah perkongsian dalam suatu pekerjaan yang didalamnya terdapat beberapa objek yang bekerja sama.

³⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, hlm.454.

Adapun dalil lain tentang Akad Syirkah ialah Hadis nabi yang diriwayatkan oleh Abu Daud dari Abu Huraira yaitu:

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)

Artinya:

Dari Abu Hurairah r.a. beliau berkata: “Rasulullah pernah bersabda: 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”. (HR. Abu Daud).³⁷

Hadis diatas juga menjelaskan tentang kerja sama dalam bermitrasaha dengan pihak lain dengan cara tidak boleh menzalimi atau berkhianat dengan pihak lain.

2. Rukun dan Syarat Syirkah

a. Rukun Syirkah

Rukun-rukun Syirkah ialah sebagai berikut:

- 1) Dua belah pihak yang berakad
- 2) Akad (*shighat*) atau perbuatan yang menunjukkan terjadinya akad berupa ijab dan qabul
- 3) Objek akad, terdiri dari pekerjaan atau modal.

b. Syarat-syarat syirkah

Syirkah mempunyai syarat umum yaitu:

- 1) Dua belah pihak yang berakad ataupun lebih haruslah cakap hukum atau mengerti dan paham atas akibat hukum yang diterima dalam syirkah tersebut
- 2) Akad syirkah haruslah jelas baik secara lisan ataupun tulisan tanpa ada unsur kezaliman atau tipu daya dalam akad tersebut

³⁷ Gemala Dewi, Wirdyaningsih dan Yeni Salma Barlinti, *Hukum Perikatan Islam Indonesia*, hlm.116.

3) Objek akad harus jelas kehalalannya yang diperbolehkan dalam Islam.³⁸

3. Macam-macam Syirkah

Syirkah dalam literatur fiqh ada dua macam, yaitu:

- a. Syirkah al-amlak, yaitu dua orang atau lebih memiliki benda tanpa melalui akad syirkah.

Syirkah ini terbagi pada pada:

- 1) Syirkah ikhtariyah, yaitu syirkah yang timbul dari perbuatan dari dua orang yang berakad. Misalnya, dua orang dibelikan sesuatu, atau dihibahkan suatu benda. Kemudian, mereka menerima maka jadilah keduanya berserikat memiliki benda tersebut.
- 2) Syirkah jabariyah, yaitu syirkah yang timbul dari dua orang atau lebih tanpa perbuatan keduanya. Misalnya dua orang atau lebih menerima harta warisan maka para ahli waris berserikat memiliki harta warisan secara otomatis tanpa usaha atau akad.
- b. Syirkah al-uqud, yaitu ungkapan terhadap akad yang terjadi antara dua orang atau lebih untuk berserikat terhadap harta dan keuntungan.

Syirkah al-uqud terdiri dari beberapa macam yaitu:

- 1) Syirkah al-inan atau syirkah al-anwal, yaitu dua orang menggabungkan hartanya untuk diperdagangkan, sedangkan keuntungan dibagi berdua.
- 2) Syirkah al-mufawadhah atau al-musawamah, yaitu dua orang atau lebih berakad untuk berserikat dalam suatu pekerjaan dengan syarat keduanya sama dalam modal, kerja, dan agama.
- 3) Syirkah al-abdan atau al-‘amal, yaitu dua orang berserikat untuk menerima dan bertanggung jawab terhadap suatu pekerjaan, atau dasar upah yang diperoleh dibagi bersama sesuai kesepakatan. Syarat syirkah ini tidak mengharuskan sama dalam suatu pekerjaan melainkan bisa berbeda namun upah dibagi sesuai kesepakatan.
- 4) Syirkah wujuh, yaitu dua orang berserikat tanpa ada modal. Maksudnya dua orang atau lebih bekerja sama untuk membeli barang tanpa modal, hanya

³⁸ *Ibid.*, hlm. 115-116.

berdasarkan kepada kepercayaan pedagang kepada mereka atas dasar keuntungan yang diperoleh berserikat antara mereka berdua.

Bentuk perserikatan seperti ini banyak dilakukan oleh para pedagang dengan cara mengambil barang dari grosir atau *supplier* secara konsinyasi dagang. Kerja sama dagang ini hanya berdasarkan kepercayaan, bila barang terjual dua orang yang berserikat akan mendapatkan keuntungan sesuai kesepakatan.³⁹

D. Google Adsense

1. Pengertian Google Adsense

Google Adsense merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Google dalam memperluas jaringan periklanan yang ada. Dengan menggunakan motto "*Make money online trough website monetization*".⁴⁰ Google Adsense ialah suatu program kerja sama periklanan yang menggunakan media Internet Melalui program periklanan Adsense. Para pemilik situs web, blog, yang telah mendaftar dan disetujui keanggotaannya bisa memasang unit iklan yang bentuk maupun materinya telah ditentukan oleh Google pada halaman web. Para pemilik situs web atau blog tersebut akan mendapatkan pemasukan yang berupa pembagian keuntungan dari Google bagi setiap iklan yang di klik oleh para pengunjung situs, sistem ini dikenal sebagai sistem Pay Per Click (PPC) atau bayar per klik.

2. Kebijakan Google Adsense

Meskipun program Adsense akan memberikan keuntungan besar, Google telah menetapkan aturan ketat untuk melindungi kepentingan semua pihak yang terlibat didalamnya, termasuk kepada pemasang iklan yang sering dirugikan oleh tindakan tidak terpuji pemilik situs anggota program Adsense. Google Adsense memiliki kebijakan yang terus berubah sepanjang perkembangan teknologi, tentunya perubahan ini tetap harus disetujui oleh mitra kerjanya tanpa harus memberi tahu terlebih dahulu kepada mitra kerjanya.

³⁹ Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017), hlm. 194-199.

⁴⁰ Nahara Eriyanti, *Google Adsense Perspektif Hukum Perjanjian Islam*. hlm.149.

Berikut beberapa larangan Google AdSense yang harus ditaati pemilik situs web atau blog peserta program AdSense:

- a) Mengklik iklan yang ditampilkan pada situs milik sendiri, baik dengan cara manual ataupun dengan bantuan perangkat lunak khusus.
- b) Penayang iklan yang menampilkan iklan mendorong para pengunjung situs untuk mengklik iklan yang ditampilkan, contohnya dengan kalimat “klik iklan ini dan segera dapatkan hadiahnya”.
- c) Membuat pranala langsung menuju halaman hasil pencarian AdSense untuk pencarian.
- d) Mengisi secara otomatis kotak pencarian AdSense dengan kata kunci tertentu.
- e) Mencoba memanipulasi target iklan dengan kata kunci tersembunyi atau dengan iframe.
- f) Kode unit iklan AdSense harus ditempatkan langsung pada kode html situs web tanpa adanya perubahan. Pemilik situs tidak diperbolehkan mengubah kode adsense dengan alasan apapun.⁴¹

3. Cara kerja Google AdSense

Google AdSense menyediakan cara bagi pemilik situs untuk mendapatkan uang dari konten online mereka. AdSense bekerja dengan mencocokkan iklan teks dan iklan bergambar dengan situs penayang iklan berdasarkan konten dan pengunjung. Iklan tersebut dibuat dan dibayar oleh pengiklan yang ingin mempromosikan produk mereka. Karena para pengiklan membayar iklan yang berbeda dengan harga berbeda, maka jumlah yang anda peroleh tidak akan sama. Berikut beberapa langkah kerja AdSense:

- a) Memasang iklan pada web atau blog para penayang iklan.
- b) Memilih iklan yang cocok untuk ditayangkan pada web atau blog para penayang iklan.

⁴¹ Dika Saputri, *Advertising Pay Per Click (PPC) Dengan Google AdSense Perspektif Hukum Islam*. hlm. 259-262.

- c) Membayar para penayang iklan yang telah bersedia bekerja sama dengan mereka.

4. Metode pembayaran dari Google Adsense

- a) Melalui transfer ke rekening bank lokal
- b) Melalui Western Union
- c) Melalui standart check
- d) Melalui check via secured express delivery (sama seperti standart check hanya berbeda proses nya lebih cepat dan akan dikenakan biaya tambahan yang lebih mahal.
- e) Melalui EFT (Electronic Fund Transfer).⁴²

⁴² *Ibid.*, hlm. 264-265.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan (*Field research*). Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan di dalam kehidupan yang sebenarnya. Penelitian lapangan ini pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Pada prinsipnya penelitian lapangan bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam masyarakat.⁴³

Jadi penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian lapangan dimana peneliti mengkaji buku-buku atau literatur lainnya yang berhubungan dengan mekanisme akad kerja sama antara Google Adsense dengan Publisher di Aceh Tamiang menurut hukum ekonomi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagian-bagian yang ada didalam Google Adsense, dan didalamnya terdapat upaya untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, serta mewawancarai penayang iklan di Aceh Tamiang.

B. Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau hasil dari pengamatan objek yang diamati. Penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu, penelitian ini berusaha menggambarkan situasi atau kejadian.⁴⁴

Penelitian ini dimulai dengan cara mengamati objek yang akan diteliti yaitu tentang penayang iklan yang menayangkan iklan dari pihak Google Adsense di chanel youtube mereka hingga mendapatkan hasil penelitian yang akurat.

⁴³ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, hlm. 28.

⁴⁴ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hlm.6.

Sedangkan pendekatan yang penulis gunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kombinasi antara pendekatan yuridis dan pendekatan pendekatan normatif, pendekatan yuridis normatif yaitu pendekatan untuk menemukan teori - teori mengenai proses terjadinya dan bekerjanya hukum dalam masyarakat.⁴⁵ dengan cara pendekatan terhadap masalah yang diteliti dengan berdasarkan konsep hukum ekonomi syariah. Peneliti menganggap bahwa dengan menggunakan pendekatan ini, maka akan menjadi sebuah penelitian yang menghasilkan suatu kesimpulan yang berdasarkan konsep hukum yang sesuai dengan ajaran Islam.

C. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi yang dijadikan tempat penelitian ialah website Google Adsense dan pada penayang iklan (*publisher*) di Aceh Tamiang atau para pemain dunia maya, dalam hal ini adalah para pemilik web atau blog yang sudah bekerja sama dengan Google Adsense dalam hal ini ialah penayang iklan yang berasal dari Aceh Tamiang dengan web atau blog channel youtube yang bernama Arif Ananda, Profesor Bacot dan juga YT Mirza. Peneliti melakukan penelitian dengan cara mengamati secara langsung dan berinteraksi melalui metode wawancara terhadap penayang iklan atau pihak yang sudah bekerja sama dengan pihak Google Adsense dan dengan mencari literasi yang mendukung pada penelitian ini. Dengan tujuan mampu menjawab serta menjelaskan pokok permasalahan dalam penelitian ini.

D. Sumber Data

Sumber data dapat diartikan sebagai sekumpulan informasi atau keterangan, dari suatu hal yang diperoleh dengan beberapa proses seperti proses pencarian dan pengamatan. Pada sebuah penelitian maka peneliti harus mengambil beberapa sumber data untuk mempermudah dalam proses penelitian tersebut. Ada beberapa sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini, Data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi tiga, antara lain :

⁴⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Binaksara, 2002), hlm. 127.

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara).⁴⁶ Data primer yang peneliti gunakan ialah hasil Wawancara langsung dengan penayang Iklan yang berasal dari Aceh Tamiang serta beberapa informasi resmi dari website Google Adsense.

2. Sumber data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan di catat oleh pihak lain).⁴⁷ Adapun data sekunder diambil dari buku-buku, dokumentasi, arsip dan karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian. Adapun buku-buku yang terkait dengan penelitian penulis di antaranya: buku hukum Islam, etika bisnis Islam, hukum ekonomi Islam dan fiqh muamalah.

3. Sumber data Tersier

Bahan tersier ialah bahan yang bersifat menunjang atau mendukung bahan primer dan sekunder. Bahan tersier didalam penelitian ini berupa kamus dan bahan dari Internet yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang penulis teliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif analitis, dengan cara memberikan gambaran terhadap segala bentuk permasalahan yang terjadi di suatu tempat atau daerah dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴⁶ Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 103.

⁴⁷ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: BPFE-UUI, 1991), hlm. 55.

1. Observasi

Observasi adalah sebuah cara untuk menghimpun bahan-bahan keterangan (data) yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang sedang dijadikan sasaran.⁴⁸ Pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh data secara detail dan akurat. Observasi dipergunakan untuk mengadakan pengamatan langsung ditempat lokasi penelitian. Disini peneliti melakukan pengamatan langsung pada lokasi yang akan diteliti yaitu di chanel youtube Arif Ananda, Profesor Bacot, dan YT AndreMFP yang sudah bekerja sama dengan Google Adsense.

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.⁴⁹ Peneliti melakukan wawancara langsung dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden atau dengan pihak-pihak yang dianggap perlu untuk memberikan informasi tentang objek penelitian yaitu penayang iklan yang berasal dari Aceh Tamiang.

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data penelitian melalui pelaksanaan yang bertujuan untuk memperoleh keterangan tentang orang, kejadian, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, pengakuan, dan kerisauan. Wawancara merupakan suatu bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari orang lain dengan mengajukan sejumlah pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu ingin dicapai. Secara garis besar, wawancara dibagi menjadi dua, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur.

Adapun dalam penelitian ini penulis memilih wawancara tidak terstruktur atau wawancara mendalam, karena wawancara model ini bertujuan untuk

⁴⁸ Sudjiono, *Pengantar Statistik Pendidikan* (Jakarta : Remaja Grafindo Persada, 2000), h. 76.

⁴⁹ Cholid Narbuko, dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), hlm. 70.

memperoleh data atau informasi yang bervariasi dari informan. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan informan atau dengan pihak-pihak yang dianggap perlu memberikan informasi tentang objek penelitian, dalam wawancara ini yang menjadi informan ialah penayang iklan di Aceh Tamiang yang sudah bekerja sama dengan Google AdSense Dalam wawancara ini peneliti ingin menanyakan hal-hal yang berhubungan dengan kerja sama antara penayang iklan dengan Google AdSense.

Metode pengumpulan data ini dengan mengumpulkan data dan menyimpan data temuan yang diterima di lapangan untuk mendukung penelitian ini. Penelitian ini ditempuh beberapa langkah mulai permasalahan sistem kerja sama hingga bagi hasilnya sehingga hasil yang diperoleh dari hasil kombinasi, pengumpulan data, pengamatan langsung dalam penelitian langsung ke lokasi sehingga peneliti dapat menyimpulkan hasil dari penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti-bukti yang akurat. Dokumentasi didalam penelitian ini bermaksud untuk mencari data atau informasi yang berupa benda-benda tertulis foto-foto dan lainnya.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah serangkaian kegiatan mengolah seperangkap hasil, baik dalam bentuk pertemuan-pertemuan baru maupun dalam bentuk pembuktian kebenaran *hipotesa*.⁵⁰ Jadi setelah data dikumpulkan dari lapangan maka tahap berikutnya masuk pada proses pengolahan data.

Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan data *display*, memaparkan secara sistematis dan akurat hasil dari observasi dan wawancara serta dokumentasi, sehingga dapat di terima kebenarannya. Untuk kemudian penulis menganalisis dan mengkajinya secara kritis, untuk kemudian dideskripsikan.

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 165.

Dalam pengolahan data perlu melalui beberapa tahapan untuk menyimpulkan suatu realita dan fakta dalam menjawab sebuah persoalan. Tahap-tahap pengolahan data diantaranya sebagai berikut:

a. *Proses Editing*

Pada proses atau cara ini harus pertama kali dilakukan dengan meneliti kembali catatan atau informasi yang diperoleh dari data dilapangan untuk mengetahui apakah catatan atau informasi tersebut sudah cukup baik atau belum, dan dapat segera dipersiapkan untuk keperluan proses selanjutnya. Peneliti mengamati kembali data-data yang telah diperoleh dilapangan melalui wawancara dan catatan dilapangan pada saat penelitian kemudian memilih apakah data yang telah ada sudah cukup untuk keperluan analisis atau cukup yang berkaitan dengan penelitian.

b. *Proses Classifying*

Seluruh data baik yang berasal dari hasil pengamatan, wawancara dan dokumen yang berkaitan akan dibaca dan ditelaah (diklasifikasikan) secara detail dan mendalam. Sehingga data yang ada hanya yang berkaitan dengan rumusan masalah dan juga tujuan penelitian. Setelah didapatkan data penelitian yang diinginkan, kemudian hasil tersebut diklasifikasikan sesuai dengan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, hal ini dilakukan agar jawaban dari rumusan masalah tersebut ditemukan melalui klasifikasi wawancara.

c. *Proses Verifying*

Setelah data yang diperoleh dan diklasifikasikan, langkah selanjutnya ialah verifikasi data, yaitu pengecekan kembali untuk memperoleh keabsahan data sehingga data-data yang ada dapat diakui oleh pembaca. Atau dengan kata lain verifikasi data ialah sebagai sesuatu yang jalin menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar, untuk membangun wawasan umum.

d. *Proses Analysing*

Dari berbagai data yang diperoleh dari penelitian ini, maka tahap berikutnya adalah analisi data untuk memperoleh kesimpulan akhir. Analisis data adalah proses penyusunan agar data tersebut dapat ditafsirkan. Analisis data merupakan rangkaian

kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data yang telah di dapat dari observasi yang dilakukan langsung di lapangan.

e. Proses *Concluding*

Concluding adalah hasil dari suatu proses, di dalam metode ini peneliti membuat kesimpulan dari semua data-data yang telah diperoleh dari semua kegiatan penelitian yang sudah dilakukan baik melalui wawancara, observasi maupun dokumen yang bersangkutan dengan penelitian ini. Kemudian pada tahap ini penulis mengambil kesimpulan berdasarkan hasil yang telah ditemukan dari hasil analisis yang telah dilakukan.⁵¹

⁵¹ Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), hlm.195.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Penayang Iklan (Publisher) Aceh Tamiang

1. Arif Ananda

Arif Ananda ialah seorang penayang iklan (publisher) yang sudah bekerja sama dengan Google AdSense untuk menayangkan iklan melalui chanel youtubanya yang bernama Arif Ananda, beliau merupakan pemuda yang berdomisili di desa Medang Ara Kecamatan Karang Baru Kabupaten Aceh Tamiang. Beliau termasuk salah satu penayang iklan yang berasal dari Aceh Tamiang, beliau lahir di kota asal nenek nya yaitu di Bandar Lampung tanggal 13 Agustus 2001. Diusia 6 tahun beliau pindah ke Aceh tamiang mengikuti kedua orang tuanya yang bekerja di kota tersebut dan sampai sekarang ini beliau menetap dikota ini. *Back ground* pendidikan beliau hanya lah sampai tingkatan SMA, yang keseluruhannya diselesaikan di Aceh Tamiang. Walaupun diusia nya yang masih muda beliau juga termasuk salah satu penayang iklan yang dapat dikategorikan sebagai youtuber muda yang sukses, karena diusianya yang masih muda beliau sudah memiliki 192 ribu subscriber.

Dikehidupan sehari-hari Arif Ananda mengelola toko elektronik milik orang tuanya yang berada dikota langsa, di sela-sela kesibukannya beliau masih menyempatkan waktu untuk membuat video yang akan diupload didalam chanel youtube nya dengan tujuan ingin menambah subscriber dan juga penghasilan didalam berbisnis sebagai youtuber. Chanel youtube beliau bermula di awal tahun 2018, beliau membuat video dan lalu mengupload ke chanel youtube nya dengan tujuan mencari daya tarik pengguna youtube untuk menonton video-video karya beliau.

Isi dari chanel youtube beliau ialah konten kreatif tentang membuat suatu karya kerajinan tangan modern yang simple dan murah, dari awal beliau sudah berkomitmen untuk menekuni dibidang youtube ini karena beliau memiliki kelebihan untuk membuat dan mengedit video.

Pada awalnya beliau belum bekerja sama dengan Google AdSense, dikarenakan beliau belum memenuhi syarat untuk bergabung sebagai penayang iklan dari Google AdSense. Syarat utama yang diberikan oleh Google AdSense untuk bergabung bekerja sama dengan pihaknya ialah haruslah mempunyai minimal 1000 subscriber dan 4000 jam tayang. Barulah pada pertengahan tahun 2020 baru lah syarat dari Google AdSense terpenuhi oleh beliau untuk bekerja sama menayangkan iklan dari pihak Google AdSense.⁵²

2. Muhammad Saddam Yani

Muhammad Saddam yani atau sering dikenal dengan nama Adan, merupakan salah satu penayang iklan (publisher) yang menayangkan iklan dari Google AdSense di chanel youtube nya yang bernama Profesor Bacot. Beliau kelahiran kota Kuala Simpang 30 September 1991. Saat ini beliau berdomisili di desa Perdamaian Kecamatan Kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Beliau merupakan seorang sarjana yang saat ini memiliki usaha sendiri berjualan parfum di Aceh Tamiang. Saat ini chanel youtube beliau yang bernama Profesor Bacot sudah bekerja sama dengan Google AdSense, dengan 1,94 ribu subscriber.

Aktifitas sehari-hari beliau ialah mengelola usaha toko nya sendiri, dan juga membuat video serta mengeditnya untuk diupload kedalam chanel youtube nya, dengan tujuan mampu menarik minat para penonton agar mengunjungi dan menonton video karya beliau. Awal mula beliau mengupload video ke chanel youtube nya pada pertengahan tahun 2020 dengan tujuan hanya sekedar hobi saja dan juga agar video tersebut menjadi koleksi beliau. Namun pada pertengahan tahun 2021 beliau mulai bergabung dengan Google AdSense untuk menayangkan iklan di chanel youtube beliau, itu semua akibat syarat-syarat untuk bekerja sama

⁵² Hasil wawancara dengan Arif Ananda, seorang penayang iklan (publisher) di Aceh Tamiang pada Tanggal 10 November, pukul 15.00 WIB.

dengan Google AdSense sudah tercapai sehingga beliau bergabung dengan Google AdSense. Tentu saja ini hanya sekedar kebetulan dikarenakan dari hobi bisa menjadi ladang untuk mendapatkan uang.

Ada yang identik dengan chanel youtube beliau yaitu pada nama chanel youtube nya yang bernama Profesor Bacot, beliau membuat nama tersebut dengan alasan agar mudah dicari oleh para penonton youtube, karena nama inilah kunci agar mudah orang mencari chanel youtube beliau. Kebanyakan nama-nama yang lain sudah dipakai atau digunakan oleh orang lain untuk menamakan chanel youtube mereka, sehingga apabila kita menggunakan nama yang sama, ketika penonton mengetik nama tersebut di mesin pencarian maka sulit untuk nama kita yang timbul. Bahkan itu bisa menguntungkan chanel youtube orang lain. Isi video didalam chanel youtube beliau merupakan video *random* atau tidak pernah menyesuaikan tema apapun.⁵³

3. Andre Mirza Fahmi Putra

Andre Mirza Fahmi Putra atau sering dikenal dengan nama Andre, merupakan salah satu penayang iklan (publisher) yang menayangkan iklan dari Google AdSense di chanel youtube nya yang bernama YT AndreMFP. Beliau kelahiran kota Lhokseumawe 08 September 1997. Saat ini beliau berdomisili di desa Tualang Cut Kecamatan Manyak Payed Kabupaten Aceh Tamiang. Beliau merupakan seorang sarjana yang baru lulus pada tahun 2021 ini, Saat ini chanel youtube beliau yang bernama YT AndreMFP sudah bekerja sama dengan Google AdSense, dengan 13,9 ribu subscriber. Aktifitas sehari-hari beliau ialah membuat video serta mengeditnya untuk diupload kedalam chanel youtube nya, dengan tujuan mampu menarik minat para penonton agar mengunjungi dan menonton video karya beliau. Awal mula beliau mengupload video ke chanel youtube nya pada akhir tahun 2017, dengan tujuan awal hanya menyalurkan hobi beliau dalam membuat sebuah video. Namun pada pertengahan tahun 2018 beliau mulai

⁵³ Hasil wawancara dengan Muhammad Saddam Yani, seorang penayang iklan (publisher) di Aceh Tamiang pada Tanggal 7 November, pukul 21.00 WIB.

bergabung dengan Google AdSense untuk menayangkan iklan di chanel youtube beliau, itu semua akibat syarat-syarat untuk bekerja sama dengan Google AdSense sudah tercapai sehingga beliau bergabung dengan Google AdSense. Tentu saja ini hanya sekedar kebetulan dikarenakan dari hobi bisa menjadi ladang untuk mendapatkan uang.

Chanel youtube beliau berisi tentang konten bermain game, baik game *offline* maupun *online* dengan tujuan untuk menarik perhatian para penontonnya. Beliau berpendapat bahwasannya untuk sekarang ini, tingkat orang yang bermain game termasuk tinggi sehingga beliau tertarik untuk membuat konten seperti ini. Selain mengupload video di chanel youtube nya beliau juga sering melakukan streaming di chanel youtube nya dikarenakan untuk menambah daya tarik para penonton.⁵⁴

Ketiga narasumber diatas merupakan penayang iklan (publisher) yang berdomisili di Aceh Tamiang, dan sudah bergabung bekerja sama dengan Google AdSense untuk menayangkan iklan di chanel youtube mereka. Tentu saja proses mereka untuk bergabung bekerja sama dengan Google AdSense tidaklah mudah dikarenakan mereka harus memenuhi kriteria untuk bergabung bekerja sama dengan Google AdSense. Kebijakan yang diberikan oleh Google AdSense kepada mereka dapat berubah sewaktu-waktu tanpa memberi informasi terlebih dahulu terhadap mitra kerjanya, misalnya Google AdSense membatalkan atau tidak menayangkan iklan lagi di chanel youtube mereka tanpa memberi informasi terlebih dahulu kepada mereka. Biasanya ini terjadi jika ada kesalahan didalam chanel youtube mereka, apakah chanel youtube mereka mengandung unsur seperti plagiasi konten atau copyright terhadap chanel youtube orang lain.

⁵⁴ Hasil wawancara dengan Andre Mirza Fahmi Putra, seorang penayang iklan (publisher) di Aceh Tamiang pada Tanggal 22 November, pukul 15.30 WIB.

No	Nama Chanel	Rata-rata Penghasilan per bulan	Penghasilan terakhir (bulan Oktober 2021)
1	Arif Ananda	16-260 Dollar	160 Dollar
2	Profesor Bacot	4-69 Dollar	40 Dollar
3	YT AndreMFP	21-335 Dollar	250 Dollar

Tabel penghasilan penayang iklan di Aceh Tamiang

Sumber : Sosialblade.com

B. Mekanisme Kerja sama Google Adsense dengan Penayang Iklan

1. cara mendaftar Google Adsense

Menurut Arif Ananda yang merupakan salah satu penayang iklan yang sudah bekerja sama dengan Google Adsense, untuk bekerja sama dengan Google Adsense harus melalui pendaftaran dan mendaftar nya tidaklah susah. Hanya saja harus ada beberapa ketentuan persyaratan yang harus terpenuhi, syarat umum yang harus dipenuhi untuk bekerja sama dengan Google Adsense sebagai penayang iklan melalui chanel youtubnya ialah harus sudah mempunyai minimal 1000 subscriber dan juga 4000 jam tayang. Untuk mendaftar Google Adsense dapat melalui website Google itu sendiri ataupun website youtube dengan pilihan menu youtube studio, sebelum mendaftar pastikan terlebih dahulu pendaftar mempunyai akun Google yang sama dengan akun chanel youtube yang ingin didaftarkan sebagai penayang iklan dari Google Adsense.

Ada dua cara untuk mendaftar Google Adsense yaitu:

- a. Mendaftar sebelum chanel youtube belum mempunyai minimal 1000 subscriber dan 4000 jam tayang. Cara seperti ini dapat dilakukan untuk setiap orang yang sudah mempunyai chanel youtube tetapi belum dimonetisasi. Jika dikemudian hari chanel sudah memiliki minimal 1000 subscriber dan

4000 jam tayang maka secara otomatis pihak Google AdSense akan meninjau chanel tersebut agar bergabung sebagai penayang iklan.

- b. Mendaftar sesudah chanel youtube mempunyai minimal 1000 subscriber dan 4000 jam tayang, cara mendaftar seperti ini akan langsung di tinjau oleh pihak Google AdSense untuk diizinkan bergabung bekerja sama sebagai penayang iklan.⁵⁵

Setelah melakukan pendaftaran para pendaftar diharuskan untuk mengisi identitas diri sebagai syarat verifikasi identitas, setelah itu maka akan timbul beberapa kebijakan oleh Google AdSense yang harus dibaca dan disetujui oleh para pendaftar. Berikut beberapa kebijakan dari Google AdSense yang harus disetujui oleh para pendaftar:

- a. Dengan menggunakan layanan kami, anda telah menyetujui untuk mematuhi ketentuan layanan ini, kebijakan program ini, termasuk pembagian keuntungan dalam layanan ini.
- b. Penggunaan anda atas layanan ini tunduk pada persetujuan kami, Google AdSense berhak menolak atau membatasi akses anda pada layanan ini. Apabila anda adalah pengguna perorangan, dengan menyampaikan permohonan ini maka anda menyatakan bahwa anda berumur setidaknya 18 tahun.
- c. Anda dapat menggunakan layanan kami sebagaimana diizinkan dalam ketentuan AdSense serta hukum yang berlaku. Dilarang menyalahgunakan layanan kami, seperti anda menyebabkan kekacauan dengan layanan kami atau mencoba mengakses dengan cara-cara selain dari cara dan petunjuk yang kami berikan.
- d. Kami senantiasa selalu melakukan perubahan dan perbaikan pada layanan kami. Kami dapat menambah atau menghapus fungsi atau fitur layanan sewaktu-waktu dan juga menghentikan sementara atau meniadakan layanan.

⁵⁵ Hasil wawancara dengan Arif Ananda, seorang penayang iklan (publisher) di Aceh Tamiang pada Tanggal 10 November, pukul 15.10 WIB.

- e. AdSense akan membayar anda dari pihak yang iklannya ditayangkan di channel anda, dengan ketentuan pembagian keuntungan kami yang mengelola. Apabila akun anda berada dalam posisi yang baik sampai saat Google menerbitkan pembayaran kepada anda, kami akan membayar anda pada akhir bulan setelah bulan dimana saldo tercermin pada akun anda mencapai atau melebihi batas pembayaran yang berlaku.
- f. Kami dapat kapan pun, tanpa memberikan suatu peringatan atau pemberitahuan sebelumnya menunda sementara pembayaran lebih lanjut atau memotong pembayaran pada akun anda. Ini dapat terjadi akibat adanya kegiatan terlarang atau kegagalan anda untuk sepenuhnya mematuhi kebijakan AdSense.
- g. Kami bertanggung jawab atas pajak (jika ada) terkait dengan transaksi yang dilakukan Google dengan pemilik iklan. Sementara anda bertanggung jawab atas pajak (jika ada) terkait dengan transaksi antara kami dengan akun anda.
- h. Anda memberikan wewenang kepada Google untuk secara berkala melakukan pengujian yang dapat mempengaruhi penggunaan anda atas layanan kami.
- i. Kami memberikan hak untuk anda seperti mengiklankan properti milik sendiri tanpa melalui AdSense.
- j. Kami mengatur bagaimana kami menangani data-data pribadi anda dan melindungi privasi anda saat anda menggunakan layanan kami.
- k. Anda setuju untuk tidak mengungkapkan informasi rahasia Google tanpa persetujuan pihak kami.

Setelah membaca kebijakan dari Google AdSense, maka bagi pendaftar harus menekan tombol setuju untuk bergabung bekerja sama dengan Google AdSense. Selanjutnya pihak Google AdSense akan memverifikasi data anda, dan biasanya ini memerlukan waktu paling lama tujuh hari atau paling cepat dalam hitungan jam saja. Apabila persyaratan dari Google AdSense sudah terpenuhi maka channel

anda akan diberitahu oleh Google adsense melalui pesan Gmail, bahwa chanel anda sudah dimonetisasi oleh pihak mereka.⁵⁶

2. cara kerja Google Adsense

Setelah dimonetisasi atau diizinkan bekerja sama oleh pihak Google Adsense, maka langkah selanjutnya ialah memilih jenis-jenis iklan yang ingin anda tampilkan di chanel youtube anda melalui akun adsense anda yang sudah didaftarkan dengan melalui menu kontrol pemblokiran. Berikut beberapa jenis iklan yang disediakan oleh Google Adsense untuk para penayang iklan:

- a. Iklan penelusuran atau text, iklan ini muncul dari hasil penelusuran para pencari kata kunci dari Google.
- b. Iklan gambar, iklan ini berbentuk gambar yang biasanya apabila gambar tersebut di klik maka akan membawa ke website produk yang diiklankan tersebut.
- c. Iklan aplikasi, iklan ini muncul hanya bagi aplikasi yang sudah bekerja sama dengan Google, dan apabila iklan ini di klik maka akan langsung mengarah ke play store atau app store untuk mendownload aplikasi tersebut.
- d. Iklan video, iklan ini yang sangat sering muncul di video chanel anda. Durasi untuk video iklan ini bervariasi, iklan ini ada yang dapat di skip bahkan ada juga yang tidak bisa diskip.
- e. Iklan shopping, jenis iklan ini umumnya akan tampil seperti gambar produk yang ingin dijual baik itu dari perusahaan ataupun perorangan.

Dari semua jenis iklan ini para penayang iklan dapat memilih iklan mana saja yang boleh tampil di chanel mereka, apabila ada jenis iklan yang tak ingin ditampilkan maka bisa diblokir di menu kontrol pemblokiran akun adsense mereka. Para penayang iklan yang sudah saya wawancara mereka mengatakan bahwasannya seluruh jenis iklan diatas diperbolehkan oleh mereka untuk tampil di chanel mereka dengan alasan agar lebih banyak iklan yang tampil di chanel mereka.

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Muhammad Saddam Yani, seorang penayang iklan (publisher) di Aceh Tamiang pada Tanggal 7 November, pukul 21.04 WIB.

Setelah memilih jenis iklan, maka langkah selanjutnya ialah mengatur letak iklan tersebut melalui menu youtube studio di chanel anda dan lalu pilih menu setelan dan aktifkan video yang sudah dimonetisasi. Setelah itu atur letak iklan tersebut dan klik simpan. Setelah mengatur letak iklan tersebut maka pihak Google akan menampilkan iklan di posisi yang sudah diatur tadi. Namun apabila kita tidak mengatur letak iklan maka Google berhak menampilkan iklan di chanel anda secara random atau acak di chanel anda, ini mengakibatkan iklan yang akan tampil di chanel anda akan lebih sedikit karena pemilik chanel tidak mengatur posisi iklan yang akan tampil.⁵⁷

3. cara pembayaran Google Adsense

Sebelum melakukan proses pembayaran, penayang iklan wajib mengisi identitas diri sekaligus nomor rekening pribadi untuk mengirim uang berupa hasil kerja sama antara Google Adsense dengan penayang iklan. Sebelum melakukan pembayaran maka Google Adsense akan memberi pin yang akan dikirimkan ke alamat para penayang iklan setelah minimal penghasilan penayang iklan tersebut sebesar 10 Dollar. Setelah pin itu sampai maka penayang iklan diharuskan untuk mengisi nomor pin tersebut ke akun adsense anda sebagai verifikasi data. Angka minimum agar uang hasil kerja sama dari Google Adsense masuk ke rekening penayang iklan ialah 95 Dollar atau setara dengan 1.300.000 Rupiah, dan biasanya akan ditransfer di periode akhir bulan.⁵⁸

Proses pencairan uang dari Kerjasama ini terkadang tidaklah tepat waktu dikarenakan beberapa faktor salah satunya ialah penghasilan dari menayangkan iklan belum mencapai angka minimum persyaratan, namun jika dibulan selanjutnya sudah mencapai angka minimum maka proses pencairan dapat dilakukan dengan semestinya.

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Muhammad Saddam Yani, seorang penayang iklan (publisher) di Aceh Tamiang pada Tanggal 7 November, pukul 21.20 WIB.

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Arif Ananda, seorang penayang iklan (publisher) di Aceh Tamiang pada Tanggal 10 November, pukul 15.30 WIB.

C. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap kerja sama antara Google Adsense dengan Penayang Iklan

Didalam kerja sama antara Google Adsense dengan penayang iklan ada beberapa hal yang perlu dicermati, agar kerja sama seperti ini dapat dikategorikan sebagai bisnis yang diperbolehkan menurut ajaran Islam. Akad didalam kerja sama antara Google Adsense dengan penayang iklan mengarah kepada akad syirkah yang berbentuk e-commerce atau ijab dan qabul nya melalui media elektronik karena pihak yang berakad yaitu Google Adsense dengan penayang iklan tidaklah saling bertemu secara langsung.

Akad melalui media e-commerce di dalam ajaran Islam diperbolehkan, dengan syarat-syarat yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam. E-commerce di kerja sama ini, layaknya seperti kerja sama dalam bidang nyata atau offline dikarenakan perserikatan yang terjadi sudah diketahui dan disetujui oleh kedua belah pihak. Didalam kerja sama ini akad e-commerce bisa dilakukan atau diperbolehkan dikarenakan didalam kerja sama ini syarat-syarat e-commerce sudah terpenuhi dan tidak ada yang bertentangan dengan ajaran Islam sendiri. Namun didalam kerja sama ini haruslah memenuhi rukun-rukun Syirkah agar kerja sama seperti ini sah dan diperbolehkan dalam ajaran Islam. Berikut beberapa rukun Syirkah yang harus dipenuhi:

1. Dua belah pihak yang berakad
2. Akad (*shighat*) atau perbuatan yang menunjukkan terjadinya akad berupa ijab dan qabul
3. Objek akad, terdiri dari pekerjaan atau modal.⁵⁹

Rukun Syirkah yang pertama didalam kerja sama ini sudah terpenuhi, dikarenakan sudah adanya dua belah pihak yang berakad yaitu Google Adsense dan penayang iklan yang sudah sama-sama sepakat untuk bekerja sama dalam kerja sama ini. Pada rukun Syirkah yang kedua ialah akad yang menunjukkan terjadinya

⁵⁹ Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017), hlm. 194.

ijab dan qabul antara kedua belah pihak, pada rukun ini akad (*shighat*) berupa kebijakan yang diberikan oleh Google AdSense kepada penayang iklan yang ingin bekerja sama dengan pihak mereka dan harus disetujui oleh pihak penayang iklan. Akad didalam kerja sama ini tidak bertentangan di dalam ajaran Islam, dengan demikian maka rukun Syirkah yang kedua sudah terpenuhi. Untuk rukun Syirkah selanjutnya ialah objek akad yaitu berupa pekerjaan untuk penayang iklan agar menayangkan iklan di dalam chanel youtube mereka. Google AdSense akan memberikan iklan kepada penayang iklan namun bentuk iklan dan isi iklan yang diberikan oleh Google AdSense tidaklah diketahui sebelumnya oleh para penayang iklan. Para penayang iklan tidak bisa memilih iklan apa saja yang akan ditayangkan di chanel mereka, tugas penayang iklan hanya menayangkan iklan yang diberikan oleh Google AdSense ke chanel youtube mereka.

Secara umum rukun Syirkah yang ketiga ini sudah terpenuhi, namun jika dilihat dari objek akad nya yaitu pekerjaan yang diberikan oleh Google AdSense ini ialah menayangkan iklan dari mereka di chanel youtube mitra kerjanya yang terkadang masih mengandung iklan yang didalam ajaran Islam dilarang, seperti iklan yang berbau pornografi atau iklan yang masih menampilkan aurat yang terbuka bahkan juga masih ada iklan yang mengandung unsur perjudian. Temuan dari peneliti sendiri iklan yang seperti ini masih banyak tayang didalam chanel youtube para narasumber yang peneliti wawancarai. Menurut narasumber yang bernama Arif Ananda, para penayang iklan dari Google AdSense tidak bisa mengontrol atau memilih untuk meniadakan iklan yang seperti itu dikarenakan pihak Google AdSense akan memilih secara acak iklan yang akan tampil di chanel mereka.⁶⁰

Dengan demikian, maka kerja sama didalam bidang ini masih terdapat kelemahan yaitu belum adanya kepastian jenis iklan apa yang akan tayang dichanel youtube para penayang iklan yang menjadi mitra kerjanya. Jika terdapat iklan yang tayang dichanel youtube mitra kerja nya yang berbau pornografi atau perjudian

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Arif Ananda, seorang penayang iklan (publisher) di Aceh Tamiang pada Tanggal 10 November, pukul 15.40 WIB.

maka Kerja sama seperti ini dapat dikategorikan kerja sama yang tidak sesuai dengan hukum Islam. Menayangkan iklan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, Sama halnya dengan seperti membantu menyebarkan keburukan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis peroleh di lapangan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kerja sama antara Google AdSense dengan penayang iklan (publisher) di Aceh Tamiang, termasuk sistem kerja sama bisnis online yang seluruh kebijakan di dalamnya diatur oleh pihak Google AdSense. Para penayang iklan diharuskan untuk menyetujui kebijakan tersebut untuk bergabung bersama Google AdSense, setelah syarat-syarat yang ditentukan oleh Google AdSense terpenuhi oleh para penayang iklan maka Google AdSense akan memonetisasi chanel para penayang iklan untuk menampilkan iklan di chanel tersebut.
2. Berdasarkan tinjauan hukum ekonomi syariah atau dalam konteks agama Islam bermuamalah, maka kerja sama seperti ini sudah sesuai dengan rukun Syirkah, namun pada objek Syirkah mempunyai kelemahan yaitu ketidaktahuan para penayang iklan (publisher) di Aceh Tamiang tentang iklan apa saja yang akan tayang di chanel mereka yang diberikan oleh Google AdSense. Sementara itu akad atau kebijakan yang diberikan oleh Google AdSense dapat berubah tanpa sepengetahuan para penayang iklan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis memiliki beberapa saran yaitu:

1. Bagi para penayang iklan yang sudah bekerja sama dengan pihak Google Adsense, hendaklah memfilter iklan yang tampil di chanel mereka agar iklan yang tampil merupakan iklan yang diperbolehkan dalam ajaran Islam. Sehingga penghasilan dari kerja sama ini jelas kehalalannya menurut pandangan agama Islam
2. Penayang iklan dapat memperoleh penghasilan tambahan melalui chanel mereka dengan beberapa cara yang sudah jelas kehalalannya. Seperti memasukan iklan orang lain di dalam video yang ada di chanel mereka, atau sering disebut sebagai *endorse* yang sudah disepakati oleh pemilik produk dan sesuai dengan pandangan Islam.
3. Google Adsense hendaklah memperjelas tentang jenis iklan apa saja yang akan mereka tampilkan terhadap chanel mitra kerjanya, dengan syarat iklan tersebut tidak melanggar ajaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Anggraini, Lugita. *Tinjauan Hukum Islam Tentang Bisnis Periklanan Adsensecamp (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung)*, Skripsi UIN Lampung, Tahun 2019.
- Azizah, Husnun. *Konten Kreatif Youtube Sebagai Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Youtuber Kota Metro)*, Skripsi IAIN Metro, Tahun 2020.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Binaksara.
- Ashafa, Burhan. 2013. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifudin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Departemen Agama RI. 2002. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: PT Karya Toha Putra.
- Dewi, Gemala. Wirduyaningsih dan Yeni Salma Barlinti. 2007. *Hukum Perikatan Islam Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Djamil, Fathurrahman. 2015. *Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori, Dan Konsep*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Djuwaini, Dimyauddin. 2010. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Kencana.
- Eriyanti, Nahara. 2019. *Google Adsense Perspektif Hukum Perjanjian Islam*. Al-Mustashfa. Vol. 4 No.2.
- Hadi, Sutisno. 2004. *Metodologi Research Jilid I*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- <https://support.google.com/adsense/answer/6242051>

- Karomah, Alfi. *Pengaturan Kerja Sama Antara Google Adsense dengan Youtuber Kota Medan Perspektif Wahbah Zuhaili*. Skripsi UIN Sumatera Utara. Tahun 2019.
- Juliandi, Budi. 2011. *Fiqh Kontemporer*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Mardalis. 2008. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mardani. 2016. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Marzuki. 1991. *Metodologi Riset*, Yogyakarta: BPFU-UII.
- Mustofa, Imam. 2016. *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nurdin, Ridwan. 2010. *Fiqh Muamalah*. Banda Aceh: PeNA.
- Rozalinda. 2017. *Fikih Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sahrani, Sohari. Ru'fah Abdullah. 2011. *Fikih Muamalah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Saputri, Dika. 2018. *Advertising Pay Per Click (PPC) Dengan Google Adsense Perspektif Hukum Islam*. Yudisia. Vol. 9 No. 2.
- Sudjiono. 2000. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta : Remaja Grafindo Persada.
- Tim Redaksi Fokusmedia. 2008. *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*. Bandung: Fokusmedia.
- Tyas, Alvita Dwi Aryani. 2017. *Efektifitas Iklan Digital Google Adsense*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 20 No. 1.

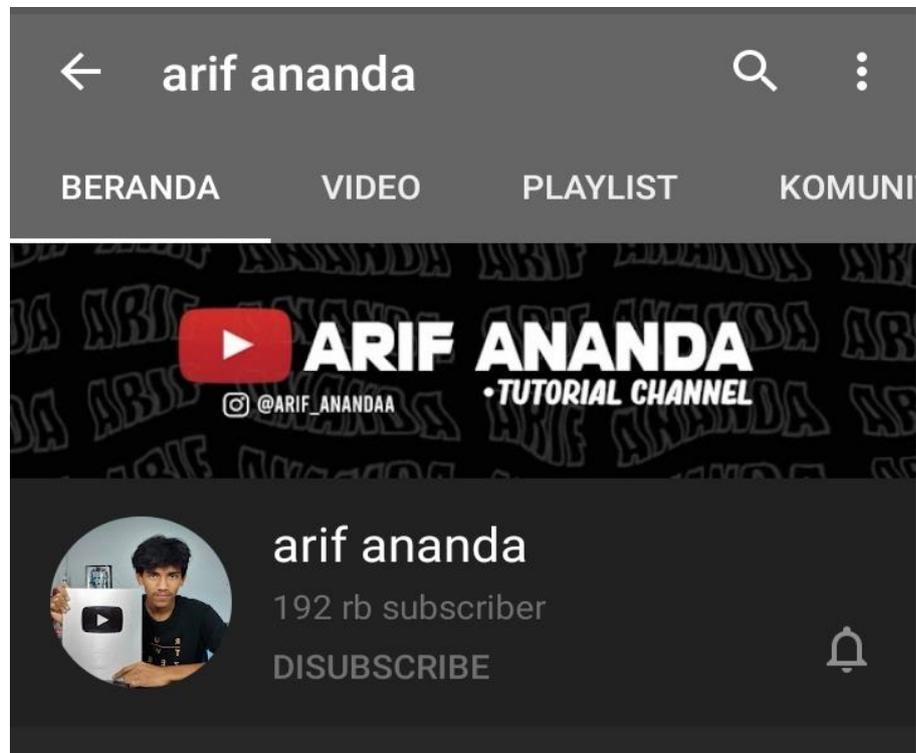
Lampiran-lampiran

Foto dokumentasi chanel youtube Arif Ananda



Foto dokumentasi bersama Arif Ananda

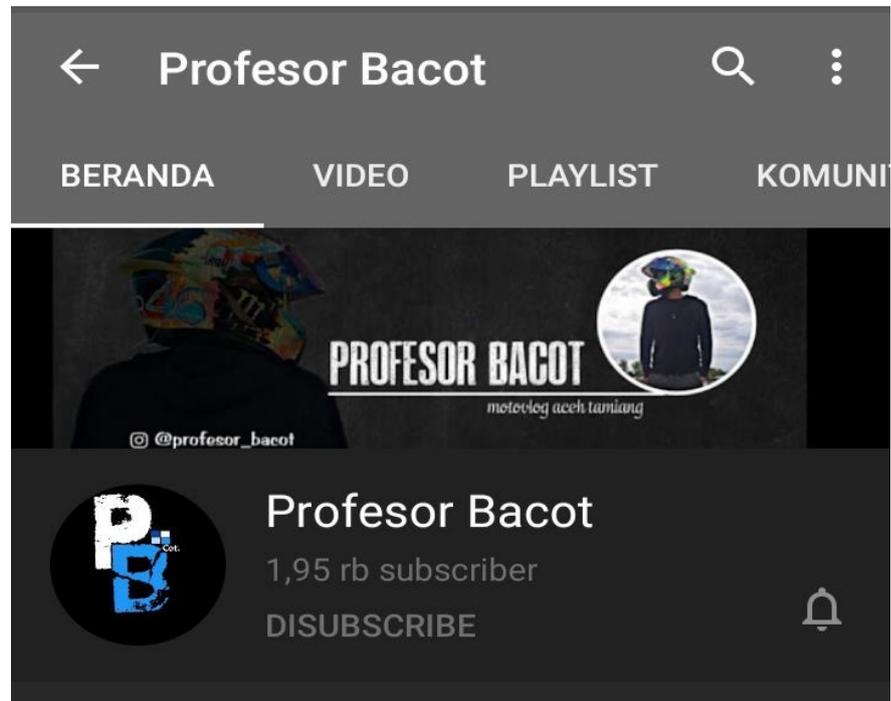


Foto dokumentasi chanel youtube Profesor Bacot



Foto dokumentasi bersama muhammad Saddam Yani (pemilik chanel youtube Profesor Bacot)



Foto dokumentasi chanel youtube YT AndreMFP

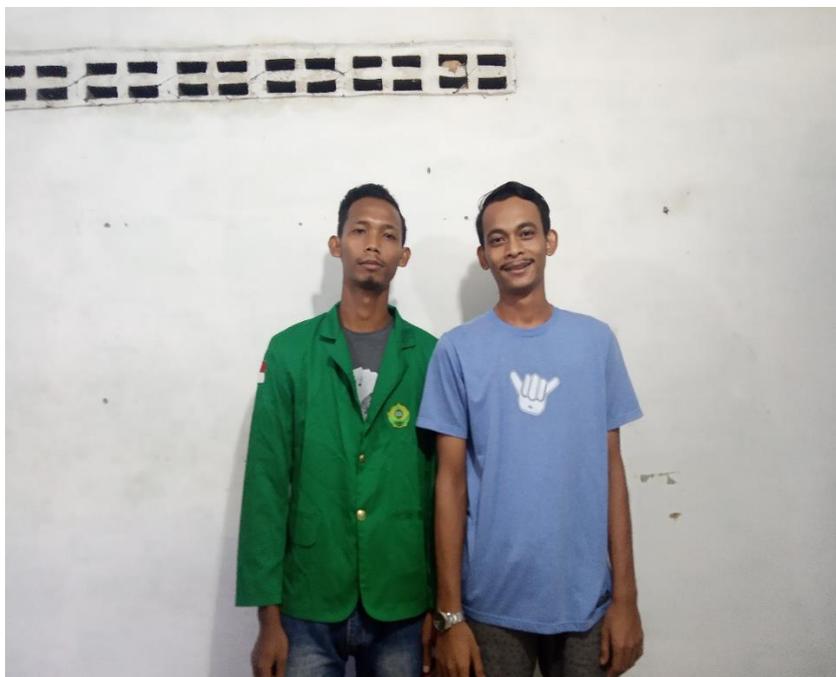


Foto dokumentasi bersama Andre Mirza Fahmi Putra

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Syaipuddin
2. Tempat Tanggal Lahir : Pahlawan. 28 Juli 1999
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. Suku : Tamiang
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Status : Belum Menikah
8. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
9. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Alm. M. Dian
 - b. Ibu : Khairani
 - c. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 - d. Alamat : Dusun Bakti, Desa Pahlawan, Kec. Karang Baru
Kab. Aceh Tamiang.
10. Riwayat Pendidikan
 - Tahun 2005-2011 : SD Negeri Pahlawan
 - Tahun 2011-2014 : SMP Negeri 1 Karang Baru
 - Tahun 2014-2017 : SMA Negeri 1 Karang Baru
 - Tahun 2017-2022 : S1 di IAIN Langsa

Langsa, 09 Februari 2022

SYAIPUDDIN



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 679 TAHUN 2021
T E N T A N G
PERPANJANGAN SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI LANGSA NOMOR 107 TAHUN 2021 TANGGAL 29 JANUARI 2021 TENTANG PENUNJUKAN
PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI LANGSA
DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS SYARIAH INSTITUT TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

- Menimbang :**
- a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
 - b. Bahwa Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa telah menerbitkan Surat Keputusan Nomor 107 Tahun 2021 Tanggal 29 Januari 2021 tentang penunjukan Pembimbing skripsi mahasiswa Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa dengan Judul skripsi "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Akad Kerjasama antara Google AdSense dengan Penayang Iklan (Publisher) (Studi Penelitian di Aceh Tamiang)."
 - c. Bahwa mahasiswa atas nama Syaipuddin Nim 2012017052 telah mengajukan permohonan perpanjangan Surat Keputusan pembimbing skripsi yang telah di setujui oleh pembimbing dan Ketua Prodi tertanggal 28 Juli 2021.
 - d. Bahwa sehubungan dengan hal tersebut diatas serta untuk memperlancar proses bimbingan skripsi dari mahasiswa dimaksud, maka perlu dilakukan adanya perpanjangan masa berlaku Surat Keputusan
 - c. Bahwa sebagai perwujudannya perlu menetapkan Keputusan Dekan.
- Mengingat :**
1. Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2003, Tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang - Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 5. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: 10 Tahun 2015 tanggal 12 Februari 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 6. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2017 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Langsa.
 7. Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: B.II/3/17201 tanggal 24 April 2019 tentang pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan 2019-2023;
 8. Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: 140 Tahun 2019 tanggal 9 Mei 2019.

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan :** KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA NOMOR 679 TAHUN 2021 TENTANG PERPANJANGAN SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA NOMOR 107 TAHUN 2021 TANGGAL 29 JANUARI 2021 TENTANG PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA.

KESATU : Menunjuk Dosen Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa Saudara :

1. Dr. Muhammad Asor, MA
(Sebagai Pembimbing Pertama / membimbing Isi)

2. Aminah, S.H.I., M.H.
(Sebagai Pembimbing Kedua / membimbing Metodologi)

Untuk membimbing Skripsi :

N a m a : Syaipuddin
 Tempat / Tgl. Lahir : Pahlawan 28 Juli 1999
 Nim : 2012017052
 Fakultas/ Jurusan/Prodi : Syariah / Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
 Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Akad Kerjasama antara Google AdSense dengan Penayang Iklan (Publisher) (Studi Penelitian di Aceh Tamiang).

KEDUA : Bimbingan harus diselesaikan selambat-lambatnya selama 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan.

KETIGA : Kutipan atau Salinan Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

KEEMPAT : Keputusan ini berlaku pada tanggal yang ditetapkan hingga 01 Februari 2022.

Ditetapkan di Langsa,
 Pada Tanggal 02 Agustus 2021
 Dekan Fakultas Syariah IAIN Langsa



Tembusan:

1. Jurusan/Prodi dilingkungan Fakultas Syariah
2. Pembimbing I dan Pembimbing II
3. Mahasiswa yang bersangkutan