

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Banyak cara yang bisa dilakukan orang agar tujuannya dapat tercapai. Sebagian orang memandang bahwa untuk mencapai tujuan hidupnya hanya dapat dicapai apabila orang tersebut mau bekerja keras dan tidak semata mata menggantungkan hidupnya kepada orang lain. Dalam perkembangan zaman ini kebutuhan atau pencapaian tujuan hidup tidak lagi sederhana seperti yang dilakukan masyarakat tradisional atau terdahulu. Masyarakat modern sudah mulai memikirkan perlunya kerja sama dan saling berinteraksi antar sesama. Seperti memulai bisnis¹.

Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk mendapatkan laba. Dalam ekonomi kapitalis dimana kebanyakan bisnis dimiliki oleh pihak swasta. Bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya. Pemilik dari sebuah bisnis mendapatkan imbalan sesuai dengan waktu usaha atau

¹Amirullah Haris Budiyono, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu,2004), h. 1.

kapital yang mereka berikan. Secara etimologi bisnis berarti keadaan di mana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan².

Hukum bisnis merupakan suatu perangkat hukum yang mengatur tatacara dan pelaksanaan suatu urusan atau kegiatan perdagangan, industri atau pun keuangan yang berhubungan dengan pertukaran barang dan jasa, kegiatan produksi maupun kegiatan menempatkan uang yang di lakukan oleh para entrepreneur dengan usaha dan motif tertentu dimana sudah mempertimbangkan segala risiko yang sudah terjadi³.

Bisnis secara syariah atau secara Islami adalah segala bentuk bisnis dengan dibatasi oleh cara mendapatkan dan memperdayakan harta agar selalu halal dan menolak hal- hal yang bersifat haram. Yusanto dan Wijaya Kusuma mendefinisikan lebih khusus tentang bisnis Islami merupakan aktifitas bisnis ekonomi dengan berbagai bentuk yang tidak ada batasan dalam hal kepemilikan harta baik itu jasa maupun barang namun dibatasi

² <http://id.m.wikipedia.org/wiki/bisnis.html>. diakses tanggal 25-03-2017

³ [Http://www.imformasi-pendidikan.com/2015/03/hukum-bisnis-dan-fungsinya.html](http://www.imformasi-pendidikan.com/2015/03/hukum-bisnis-dan-fungsinya.html). diakses tanggal 22-05-2017

dalam hal cara memperoleh dan pendayagunaan harta lantaran aturan haram dan halal menurut Islam⁴.

Dalam ajaran Islam bisnis juga meliputi kerjasama antara dua orang atau lebih (*Syirkah*), Menurut para Ulama *Syirkah* adalah kerjasama antara dua orang atau lebih dalam berusaha, yang keuntungan dan kerugiannya ditanggung bersama. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qura'an dalam surat Al-Maidah ayat (2) yang berbunyi:

...وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ
 وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۝

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya” (Qs.Al-Maidah:2)⁵.

Syirkah sendiri masih diperselisihkan masalah rukunnya oleh para ulama, menurut ulama Hanafiyah bahwa rukun *syirkah* ada dua, yaitu *ijab* dan *qabul* sebab *ijab qabul* (akad) yang menentukan adanya *syirkah*.

⁴<http://www.islamcendikia.com/2014/12/pengertianbisnisdalamajaransyariahislamdanumum.html>.di akses tanggal 25-03-2017

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Diponegoro, 2004), h.106.

Menurut Malikiyah rukun *syirkah* itu adalah syarat-syarat yang bertalian dengan orang yang melakukan akad ialah merdeka, baligh, dan pintar (*rusyd*)

Menurut Syafi'iyah berpendapat bahwa *Syirkah* yang sah hukumnya hanyalah *syirkah 'inan*, sedangkan *syirkah* yang lainnya batal.

Dijelaskan pula oleh Abd al-Rahman al-Jaziri bahwa rukun *syirkah* adalah dua orang (pihak) yang berserikat. *Shigat* dan objek akad *syirkah* baik harta maupun kerja. Syarat-syarat *syirkah*, dijelaskan oleh Idris Ahmad sebagai berikut.

1. Mengeluarkan kata-kata yang menunjukkan izin masing-masing anggota serikat kepada pihak yang akan mengendalikan harta itu.
2. Anggota serikat itu saling mempercayai, sebab masing-masing mereka adalah wakil yang lainnya.
3. Mencampurkan harta sehingga tidak dapat dibedakan hak masing-masing, baik berupa mata uang maupun bentuk yang lainnya⁶.

Adapun dalam kinerja bisnis tidak hanya di ukur dari kinerja manajerial atau finansial, tetapi juga berkaitan dengan komitmen

⁶ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*. (Jakarta.PT Raja Grafindo Persada.2013), h.127-129.

moral, integritas moral, pelayanan, jaminan mutu dan tanggung jawab sosial. Dengan persaingan yang ketat, pelaku bisnis sadar bahwa konsumen adalah raja sehingga perusahaan harus bisa merebut dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Etika bisnis adalah pengetahuan tentang cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara *Universal* serta implementasi norma dan moralitas untuk menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis. Etika bisnis sebagai etika profesi membahas berbagai prinsip, kondisi dan masalah yang terkait dengan praktik bisnis yang baik dan etis.

Menurut Mulyadi Nitisusastro, etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai moral dan norma yang di jadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan. Etika pada dasarnya adalah komitmen untuk melakukan apa yang benar dan menghindari apa yang tidak benar. Sedangkan menurut Manuel G. Velasques etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana di terapkan pada kebijakan, institusi, dan perilaku, bisnis etika dalam bisnis kegiatan bisnis mencakup hubungan antara perusahaan

dengan orang yang meninvestasikan uangnya dalam perusahaan dengan konsumen, pegawai, kreditur, pesaing, dan sebagainya. Kebenaran yang sulit di bantah tentang kaitan etika dan keberhasilan bisnis adalah bahwa sebuah kegiatan bisnis hanya dapat lestari dan berkembang baik dalam jangka panjang dan menengah bila memenuhi dua syarat.

Syarat pertama adalah saling percaya. Sekarang ini ada anggapan populer, pandai berbisnis berarti pandai menipu. Padahal yang benar adalah kebalikannya. Hanya atas dasar saling percaya saja hubungan bisnis yang lestari dapat dibangun. Kepercayaan tidak akan tumbuh tanpa adanya kejujuran. Dengan kata lain, kejujuran merupakan salah satu prasyarat keberhasilan bisnis. Syarat kedua adalah memperhatikan mereka yang berkepentingan. Pelaku bisnis masa kini masih ada yang semata-mata memperhatikan laba finansial langsung. Dia lupa bahwa ada banyak kepentingan lain yang kalau tidak di perhatikan dapat menghambat jalannya perusahaan⁷.

Bisnis di era modern seperti ini mengalami perkembangan yang cukup pesat mulai dari media- media yang digunakan dalam

⁷Sudaryono, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta:CV Andi Offset, 2015), h. 287.

berbisnis maupun sesuatu yang diperdagangkan dahulu. Secara tatap muka, namun kini mulai muncul bisnis dengan media maya yang disebut bisnis internet (*online*). Internet sendiri merupakan kepanjangan dari *Ineterconnection netrwoking* yang dimana Internet adalah jaringan komputer yang saling terhubung ke seluruh dunia tanpa mengenal batas teritorial, hukum dan budaya⁸.

Bisnis internet (*online*) merupakan bisnis yang kerap menjadi buah bibir di kalangan masyarakat. Hal ini dikarenakan banyak merebaknya bisnis internet (*online*) semakin maju dan praktisnya bisnis internet, maka semakin banyak hal yang bisa kita ketahui hanya dengan duduk di depan komputer maupun menggenggam *gadget* banyak informasi yang kita peroleh di dalam dunia internet bahkan kejadian apapun yang sedang *trend* saat ini bisa langsung kita nikmati hanya dengan membaca ataupun menonton lewat komputer maupun *gadget*⁹.

Internet atau media *online* sendiri dari segi ilmu pengetahuan itu adalah sebuah perpustakaan besar yang di dalamnya itu terdapat jutaan bahkan miliaran informasi maupun

⁸Rafi'i Muhammad, *Cara Cepat Membuat Website*. (Surabaya: Gunung Sahari III. 2008), h. 1.

⁹Husain Muhammad Arsyad, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Adsense Youtube*, Jurusan Muamalat Fakultas Syariah Dan Hukum, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta. H, 1

animasi dan lain- lain dalam bentuk media elektronik. Pada umumnya internet digunakan untuk bisa terhubung dengan jaringan komputer diseluruh dunia dan sebagai media komunikasi. Kegunaan internet mempunyai banyak kegunaan yang menguntungkan dalam berbagai bidang bisnis akademis pemerintah organisasi dan sebagainya¹⁰.

Sementara salah satu bisnis di internet yang gratis itu adalah program afiliasi pada *google adsense*. Program ini merupakan program *advertising* (periklanan) yang dilakukan oleh *google* yang bekerja sama dengan para pemilik video, *web*, *blog* di mana pemilik video, *web*, *blog*, itu disebut sebagai *publisher*. Dalam program ini seseorang yang terafiliasi dengan *google* didalam program *adsense* dapat berpenghasilan dolar sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh perusahaan *google*¹¹.

Google adsense adalah ekstensi dari program *Adword*, yang berfungsi sebagai media *follow up* penayangan iklan, dengan sistem bagi hasil, yaitu memberi peluang bagi pemilik situs web untuk mendapatkan iklan *Adword* dengan imbalan komisi-per-klik atau *pay-per-click* (PPC) pada setiap iklan yang di tampilkan pada situs

¹⁰[Http://Karangtarunabhaktibulang.Blogspot.Com/2013/05/Pengertianinterne t.Manfaatdankegunaansecaraumum.Html](http://Karangtarunabhaktibulang.Blogspot.Com/2013/05/Pengertianinterne%20t.Manfaatdankegunaansecaraumum.Html).diakses tanggal 25-03-2017

¹¹Husain Muhammad Arsyad ,*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Adsense Youtube....*, h. 2.

memberinya, dengan pola ini google menciptakan peluang bagi siapa saja untuk ikut ambil bagian dalam bisnis yang sangat menguntungkan, Setiap situs yang sudah terafilialisasi oleh *google adsense*, maka akan mendapat sebaris kode *javascript* khusus, tinggal di “*copy-paste*” dan di tempatkan dalam kode *HTML* halaman situs tersebut, lalu ketika seseorang mengunjungi situs tersebut, kode *javascript* tersebut akan menampilkan iklan langsung dari server *Google* dan di tempatkan di posisi yang telah di tentukan oleh pembuat situs tersebut yang telah di tentukan sebelumnya,

Adapun jenis-jenis atau kategori dari penayangan iklan *adsense* sendiri, *Google* menggunakan teknologi pengenalan *Content* canggih yang sangat cerdas, misalnya mengetahui dari mana asal negara seseorang yang mengunjungi sebuah situs atau web yang sudah bekerja sama dengan *adsense*, kemudian akan menempatkan iklan yang spesifik dan relevan, seperti jika anda mempunyai situs tentang desain web, pengunjung anda yang berasal dari singapura akan melihat iklan yang kebanyakan sesuai dengan *content* (isi) dalam situs tersebut yang berada di singapura. Jadi ada kemungkinan munculnya iklan-iklan yang tidak kita

inginkan walaupun kebanyakan isi iklan tentang situs tersebut, tetapi iklan tersebut tidak seterusnya akan selalu mengiklankan tentang isi dari situs tersebut, dan si pemilik situs sendiri atau publisher tidak bisa mengontrol isi dari iklan yang di berikan oleh pihak *google adsense* tersebut, cara bagi hasil dari pihak *Google adsense* adalah setiap ada pengunjung yang menekan klik disalah satu iklan *Google*, maka otomatis pihak *Google* akan menagih pembayaran kepada pihak pengiklan, *Google* kemudian mengambil sebagian untuk biaya iklan tersebut dan sisanya akan diberikan kepada pemilik situs tersebut atau publisher, persentase pembagiannya untuk biaya iklan rata-rata 32% tergantung isi dari iklan tersebut, berarti si pemilik situs mendapatkan 68% dari harga dari sebuah klik iklan.

Cara mendaftar untuk bisa bekerja sama dengan *Google adsense* sendiri menurut saya cukup mudah, cukup kita menyiapkan situs yang memenuhi syarat dan ketentuan yang ada, setelah itu isi formulir pendaftaran yang ada di <http://www.google.com/adsense>, kemudian setelah itu *Google* akan mengirim *e-mail* konfirmasi kepada anda untuk dikembalikan, setelah anda mengirim kembali (*reply*) *Google* akan memproses

aplikasi anda, proses ini memerlukan waktu setidaknya 3 hari untuk memeriksa situs tersebut, ketika ada sebuah *email* masuk, *google* akan mengirim *e-mail* baru berisi ucapan selamat datang di *adsense* dan itu menandakan bahwa situs tersebut telah diterima oleh *Google adsense*¹².

Setiap ada pengunjung yang melihat atau mengklik situs *web* atau *blog* tersebut maka secara otomatis situs yang sudah terafiliasi oleh pihak *google adsense* akan menampilkan secara otomatis iklan *random* (acak) dimana contoh iklan tersebut akan berupa iklan yang berbau pornografi, judi, atau hal yang tidak layak.

Dalam usaha bisnis periklanan berbasis online ini UU Perlindungan Konsumen Pasal 17 mengatur secara khusus tentang ketentuan periklanan. Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang pertama mengelabui konsumen mengenai kualitas kuantitas, bahwa kegunaan atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan jasa. Kedua mengelabui jaminan atau garansi terhadap barang atau jasa. Ketiga memuat informasi yang keliru. Keempat tidak memuat informasi mengenai risiko pemakain

¹²Conradsharry, Ebook: *Rahasia sukses menghasilkan uang dengan Google adsense*. Adsense-journal.blogspot.com, h.1-3. Diakses tanggal 01-04-2018

barang atau jasa. Kelima mengeksploitasi kejadian atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan. Keenam melanggar etika atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan¹³.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk menganalisa tentang bagaimana proses kerjasama antara *publisher* dan pihak *google adsense* berdasarkan hukum Islam dan hukum positif. Oleh sebab itu, dalam hal ini penulis ingin mengetahui lebih lanjut permasalahan di atas dengan mengadakan penelitian dalam skripsi dengan judul **“TINJAUAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF DALAM BISNIS *GOOGLE ADSENSE*” (PUBLISHER DAN *GOOGLE ADSENSE*)**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas masalah yang perlu diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Proses kerjasama antara publisher dan google adsense.
2. Ketentuan hukum Islam dan hukum positif dalam kerjasama antara publisher dan *google adsense*.

¹³Abdul Halim Barkatullah, *Hak-hak Konsumen*, (Bandung, Nusa Media,2010), h.52.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Proses Pelaksanaan Kerjasama antara Publisher dan *Google Adsense*.
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif dalam Bisnis *Google adsense* (Antara Publisher dan *Google Adsense*).

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Proses Pelaksanaan Kerjasama Antara Publisher dan *Google Adsense*.
2. Untuk Mengetahui Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif dalam Bisnis *Google adsense* (Antara Publisher dan *Google Adsense*).

E. Manfaat Penelitian

Hasil study ini dapat diharapkan dapat memberikan kegunaan baik bersifat teoritis maupun praktis yaitu:

1. Segi teoritis
Diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan dasar untuk study- study selanjutnya yang berkaitan dengan pokok permasalahan ini.

2. Segi praktis

Diharapkan dijadikan sebagai bahan untuk meneliti bahan penelitian selanjutnya dengan masalah Hukum Islam dan Hukum Positif dalam Bisnis *Google adsense*(Antara Publisher Dan *Google Adsense*).

F. Penelitian Terdahulu

Demi memberikan kejelasan dalam hasil penelitian ini, penulis akan memberikan atau menggambarkan hasil kajian penelitian terdahulu dari objek kajian yang sudah ada, agar tidak terjadi ketimpang tindihan dalam kajian penelitian yang penulis angkat, Adapun tulisan yang membahas bisnis di internet adalah sebagai berikut:

1. Pada Tahun 2016 dalam karya ilmiah Muhammad bahar rijal dengan judul “Analisis Akad *Google Adsense* Perspektif Hukum Islam” Menyimpulkan bahwa bisnis periklanan ini di perbolehkan dengan syarat, Tidak boleh melanggar kaidah hukum islam, Akad dan dan mekanismenya masih sama secara syariah, Kemudian prinsip-prinsip syariah di berlakukan walaupun tidak di tuliskan secara jelas, seperti ijarah (Bagi

hasil), Syirkah (Kerja-sama), yang dimana itu sudah jelas dalam akadnya¹⁴.

2. Kemudian pada tahun 2009 karya ilmiah Muhammad Husen Asyhari dengan judul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Bisnis *Google Adsense*” menyimpulkan bahwa akad dan mekanisme bisnis *Google Adsense* secara garis besar tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang berlaku di sistem ekonomi islam. Dengan demikian, legalitas bisnis *Google Adsense* bisa di perbolehkan dan bisa menjadi salah satu trend bisnis modern yang di kembangkan oleh masyarakat luas selama sesuai dengan prinsip syariah dan tidak melanggar norma dan etika¹⁵.
3. Setelah itu pada tahun 2014 karya ilmiah Husein muhamad arsyad dengan judul “Tinjauan hukum islam terhadap bisnis *adsense youtube*” menyimpulkan bahwa akad dan mekanismenya telah memenuhi syarat-syarat syariat Islam dan tidak bertentangan dengan syariat Islam, hukum Islam

¹⁴Muhammad Bahar Rijal “*Anlisis Akad Google Adsense Perspektif Hukum Islam*” UIN Sunan Kalijaga Jogjakarta, (2016).

¹⁵Muhammad Husein Asyhari “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Google Adsense*” IAIN Sunan Ampel Surabaya, (2012).

memandang hak cipta sebagai suatu langkah untuk melindungi karya seseorang karena hal itu dianggap sebagai bagian dari harta, Google memungkinkan para pengguna untuk melaporkan kepada pihak *youtube* jika terjadi pelanggaran hak cipta, dan dalam bisnis *google adsense youtube* ini penulis lebih memfokuskan penelitian tentang hak cipta pada publisher yang memakai akun *youtube*.

Dari penelitian terdahulu diatas, penulis melihat masih adanya *problem* yang menarik untuk di teliti, dan dalam tesis ini penulis akan memfokuskan hanya pada perbandingan antara Hukum Islam dan Hukum positif dalam bisnis *Google Adsense* antara Publisher, Yakni akad apa yang paling tepat pada bisnis *Google Adsense* dan Publisher sehingga dapat pola yang tepat dalam perbandingan Hukum Islam dan Hukum Positif, dalam penelitian ini penulis akan menyajikan data yang lebih menyeluruh sehingga gambaran terhadap permasalahan lebih Detail dan terurai secara Sistematis.

G. Kerangka Pemikiran

Dalam bermuamalah kerjasama antara dua orang atau lebih itu sangat di perlukan, karena setiap orang yang membuka usaha atau bisnis pasti butuh kerjasama dengan orang lain untuk mendapatkan keuntungan dari kerjasama tersebut. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata *busy* yang berarti (sibuk) dalam konteks individu, komunitas, dan masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktifitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Secara etimologi bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skupnya penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk kepada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum) teknis dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor tertentu, misalnya bisnis periklanan *online*¹⁶.

¹⁶<http://id.m.wikipedia.org/wiki/bisnis> diakses pada tanggal 04-01-2018

Syirkah atau perkongsian berarti *al-ikhtilat* (percampuran) atau persekutuan dua hal atau lebih, sehingga antara masing-masing sulit dibedakan seperti persekutuan hak milik atau persekutuan usaha¹⁷. Sedangkan menurut istilah atau terminologi, para fuqaha berbeda pendapat mengenai *syirkah*, tetapi pada dasarnya, *syirkah* adalah kerjasama antar dua orang atau lebih dalam berusaha, yang keuntungan dan kerugian di tanggung bersama¹⁸.

Sebagaimana dalam firman Allah QS. Shad (38):24 :

... وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا
وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ...

....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....¹⁹

Hadits Riwayat Abu Daud dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW berkata:

قال : أَنَا ثَلَاثُ الشَّرِيكِينَ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَإِذَا خَانَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا

¹⁷Ghufron A. Mas.adi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h.127.

¹⁸Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*.... h.127.

¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., h. 454.

“Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersyarikat selama salah satu pihak tidak mengkhianati pihak yang lain. Jika salah satu pihak telah berkhianat, Aku keluar dari mereka.” (HR. Abu Daud yang dishahihkan oleh al-Hakim, dari Abu Hurairah)²⁰

Hukum Perdata adalah ketentuan yang mengatur hak-hak dan kepentingan antara individu-individu dalam masyarakat.²¹ Dalam KUH Perdata, perikatan dan perjanjian adalah dua istilah yang hampir sama, namun berbeda pengertiannya. Berdasarkan pada Pasal 1233 dan 1234, Menurut Subekti, yang di maksud dengan perikatan adalah suatu hubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan hubungan tersebut pihak satu berhak menuntut sesuatu dari pihak yang lain dan pihak yang lain berkewajiban untuk memenuhi tuntutan tersebut. Sedangkan pengertian perjanjian menurut Pasal 1313 KUH Perdata berbunyi “suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”. Berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata syarat sah dalam perjanjian atau perikatan itu harus ada, antara lain yang pertama kesepakatan kedua belah pihak yang artinya kedua belah pihak yang membuat perjanjian harus

²⁰ Mardani, *Fiqh Muamalah: Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenada Media Group 2012), h. 225-226.

²¹[Http://id.wikipedia.org/wiki/Hukum-Perdata.Html](http://id.wikipedia.org/wiki/Hukum-Perdata.Html) di akses pada tanggal 28-05-2017

menyetujui hal-hal pokok dalam kontrak, yang kedua kemampuan atau kecakapan dalam melakukan perbuatan hukum yang artinya dikatakan cakap apabila seseorang sudah dewasa dan sehat pikirannya, ketentuan dewasa menurut KUH Perdata, dewasa adalah 21 tahun bagi laki-laki dan 19 tahun bagi perempuan, yang ketiga adanya pekerjaan atau objek yang diperjanjikan, maksudnya adalah sesuatu yang diperjanjikan dalam suatu perjanjian haruslah suatu hal atau barang yang jelas, dan yang keempat adalah pekerjaan yang diperjanjikan tidak bertentangan dengan aturan yang berlaku (sebab yang halal), suatu perjanjian yang tidak memakai suatu sebab yang halal atau dibuat dengan suatu sebab yang palsu atau terlarang, tidak mempunyai kekuatan hukum (batal demi hukum).

Dalam menghadapi era globalisasi saat ini, komputer dengan internetnya sangat berguna bagi dunia bisnis. Dengan alat ini pekerjaan-pekerjaan dapat dilaksanakan lebih efektif dan efisien. Dalam kerangka bisnis, internet sebenarnya merupakan sebuah hyper mal yang menyimpan puluhan bahkan ratusan jenis produk. Mulai dari sembako sampai dengan lukisan, mulai dari kaus kaki

sampai dengan komputer canggih. Manfaat internet untuk bisnis sendiri ada dua fasilitas yang bermanfaat bagi dunia bisnis, yaitu fasilitas *Electronic Mail* dan *World Wide Web*.

1. *Electronic Mail (E-Mail)*

Electronic Mail atau disingkat *E-mail* adalah surat elektronik yang dikirim melalui internet. Fasilitas ini merupakan salah satu fasilitas yang banyak diminati pebisnis. Dengan menggunakan fasilitas ini, seorang pebisnis dapat berkirim ke satu atau banyak orang atau menerima informasi dalam bentuk gambar, suara, video, dan grafis, melalui komputernya dari pengguna internet diseluruh dunia hanya dalam waktu beberapa menit saja.

2. *World Wide Web (WWW)*

World Wide Web biasanya disingkat dengan *Web* saja adalah bagian yang paling menarik dari Internet. Melalui *Web* seorang pebisnis dapat mengakses informasi di situs-situs *Web*, tidak hanya berupa teks, tetapi juga gambar-gambar, suara, film, dan multimedia lainnya. Fasilitas ini masih tergolong masih baru dibandingkan *e-mail*. Sebenarnya *web* terdiri dari banyak dokumen dan informasi yang berada pada komputer-komputer

server yang tersebar diseluruh dunia, termasuk di Indonesia, yang terhubung satu dan lainnya melalui jaringan internet.

Adapun internet sebagai media iklan yang mempunyai tahapan *attact* dan *interact* yang mempunyai peranan tinggi jika dibandingkan dengan media lain, beriklan di internet memiliki kelebihan sekaligus kekurangan, yaitu:

a. Kelebihan

1. Pemangkasan biaya perantara pasar, karena calon pembeli dapat langsung berhubungan dengan pihak produsen dalam pemesanan barang. Peningkatan efektivitas iklan, karena hanya calon pembeli yang benar-benar berminat yang akan membolak balik halaman iklan di internet.
2. Biaya pemasangan yang relative masih murah dibandingkan pemasangan iklan ditelivisi. Tentu saja sebelum adanya undang-undang dan teknologi yang dapat membatasi pertukaran data di intenet demi menjaga hak cipta.
3. Jangkauan yang relatif lebih luas, bahkan sampai ke manca Negara.
4. Informasi tambahan dan perbaikan informasi dapat dilakukan dengan segera.

b. Kelemahan

1. Konsumen ragu untuk memesan melalui internet karena faktor keamanan dalam mengirimkan nomor kartu kredit untuk membayarnya.
2. Untuk beberapa jenis produk, konsumen merasakan adanya kekhawatiran apakah barang yang dilihat dilayar monitor sama dengan apa yang di inginkan, karena tidak memiliki kesempatan untuk memperhatikan dengan seksama jenis dan kualitas barang yang akan dibeli.
3. Tidak semua penduduk memiliki akses ke internet dan tidak semua orang memiliki cukup waktu untuk membolak balik halaman internet²².

Iklan (*advertising*) secara sederhana adalah bentuk komunikasi *persuasive* yang dimaksudkan untuk mendorong konsumen untuk membeli suatu produk. Kapankah satu iklan (*advertising*) disebut mengganggu (*intrusive*)? Pernyataan ini dapat membawa diskusi yang panjang. Misalnya, apa kriteria iklan yang bersifat *intrusive*? *Intrusive* menurut siapa? Yang terlihat dengan jelas adalah bahwa suatu iklan yang kontennya

²²Husein Umar, *Business An Introduction*, (Jakarta: Pt.Gramedia Pustaka Utama, 2000), h.299.

melanggar undang-undang dapat disebut sebagai iklan yang mengganggu (*intrusive*). Sebagai contoh dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (“UU ITE”) telah diatur adanya konten-konten yang dilarang untuk di distribusikan, di transmisikan, atau dibuat dapat diakses, Misalnya: Pasal 27 UU ITE

1. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan atau mentransmisikan dan atau membuat dapat diaksesnya informasi-informasi elektronik dan atau dokumen elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.
2. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan atau mentransmisikan dan atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan atau dokumen elektronik yang memiliki muatan perjudian.

Contoh lain adalah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (UU Penyiaran) Dalam Pasal 46 ayat (3) UU Penyiaran diatur bahwa siaran niaga dilarang melakukan:

1. Promosi yang dihubungkan dengan ajaran suatu agama, ideologi, pribadi dan atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan atau merendahkan martabat agama lain, ideologi lain, pribadi lain, atau kelompok lain.
2. Promosi minuman keras sejenisnya dan bahan atau zat adiktif.
3. Promosi rokok yang memperagakan wujud rokok.
4. Hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama.
5. Eksploitasi anak di bawah umur 18 (delapan belas) tahun.²³

Publisher adalah orang atau pemilik situs yang sudah bergabung dan memasang iklan *AdSense* di situs mereka, Sedangkan *Google AdSense* adalah program kerjasama periklanan melalui media internet yang diselenggarakan oleh *Google*. Pemilik situs atau *web* yang sudah mendaftar dan disetujui keanggotaannya di perbolehkan memasang unit iklan yang bentuk dan materinya ditentukan oleh pihak *Google* di halaman *web* mereka, pemilik situs atau *blog* akan mendapatkan pemasukan berupa pembagian

²³<https://www.idea.or.id/pojok-hukum/artikel/perlindungan-konsumen-terkait-intrusive-advertising>. diakses pada tanggal 01-04-2018

keuntungan dari *Google* untuk setiap iklan yang diklik oleh pengunjung situs, yang di kenal sebagai sistem *pay per click* (ppc) atau bayar perc click,

H. Metode Penelitian

1. Jeniss Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian pustaka (*Library Research*) , yaitu penelitian yang menggunakan kepustakaan, yang berupa buku, jurnal, majalah, artikel, internet, dan sumber-sumber yang ilmiah lainnya yang relevan dengan pokok bahasan ini

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif yang dimana penelitian ini tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis, seperti bagaimana pandangan hukum islam dan hukum positif terhadap akad kerjasama dalam bisnis google adsense, dari berbagai sumber, kemudian penulis membandingkan kedua sistem hukum tersebut.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini menggunakan data primer dan sekunder yang dimana kedua data ini saling mendukung

satu sama lain, data primer ialah data yang melihat secara langsung fenomena-fenomena yang sedang terjadi dalam pokok pembahasan, sedangkan data sekunder ialah data yang mencakup atau mendukung data primer berupa buku-buku yang relevan dengan pokok pembahasan, seperti al-quran, hadist, ijtihad. hukum positif, atau sumber buku yang mendukung penulisan ini.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis ini menggunakan metode kualitatif, yang dimana mengumpulkan data-data yang umum ke khusus, data-data ini di ambil dari buku-buku yang relevan, al-quran, hadist, dan buku hukum positif yang bersangkutan tentang permasalahan ini. Kemudian data tersebut dianalisis sehingga menuju ke sebuah kesimpulan yang khusus.

I. Sistematika Pembahasan

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

Bab I: Pendahuluan, meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian,

penelitian terdahulu, rangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II: Gambaran umum tentang *Google Adsense* yang meliputi tentang *google adsense*, Produk Google, macam-macam *adsense*, cara daftar *Google adsense* dan cara sukses dalam *Google adsense*,

Bab III: Memuat tentang konsep *syirkah* dalam hukum Islam dan perikatan dalam hukum positif, yang meliputi Pengertian dan syarat-syarat rukun *syirkah*, dasar hukum *syirkah*, batalnya perjanjian *syirkah*, macam-macam *syirkah* dan pengertian perikatan dalam hukum positif, perikatan yang lahir karena perjanjian, asas-asas hukum perjanjian dalam hukum positif, syarat sah perjanjian, batalnya perjanjian.

Bab VI: Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif terhadap akad kerjasama publisher dan google adsense yang meliputi tentang pelaksanaan kerja sama *Google adsense* dan publisher, akad yang terjadi dalam kerja sama *Google adsense* dan publisher, perspektif kerja sama antara *Google adsense* dan publisher dalam hukum positif dan analisi perbandingan.

Bab V: Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.