

Tinjauan Hukum Islam Terhadap Implementasi Akad dan Mekanisme *Google Adsense* dalam Bisnis Iklan

***A Hashfi Luthfi, Abdul Rahman Arif Hidayatullah, Nesfi Nurmiyarti
Dewi, Irham Yoga Saputra dan Septiana Has Shinta***

Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: a.luthfi@uin-suka.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji mengenai mekanisme akad google adsens dalam bisnis iklan terhadap tinjauan hukum islam. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap implementasi akad dan mekanisme Google Adsense dalam bisnis iklan. Jenis penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dari beberapa jurnal yang diperoleh selama penelitian dengan mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan penggunaan google adsense dalam bisnis iklan terhadap tinjauan hukum islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme akad google adsense dalam bisnis iklan terhadap tinjauan hukum islam mencerminkan nilai dasar yang sesuai dengan aturan hukum akad.

Kata kunci: *Google Adsense*; Bisnis Iklan; Hukum Islam.

Abstract

This study examines the mechanism of the Google Adsense contract in the advertising business against a review of Islamic law. The purpose of this study is to determine the process of implementing the google adsense mechanism in the advertising business against a review of Islamic law. This type of research uses data collection techniques from several journals obtained during the study by studying matters relating to the use of google adsense in the advertising business against a review of Islamic law. The results of this study indicate that the google adsense contract mechanism in the advertising business against a review of Islamic law reflects the basic values in accordance with the rules of contract law.

keywords: *Google Adsense; Advertising Business; Islamic Law.*

PENDAHULUAN

Google Adsense adalah layanan iklan yang dimiliki oleh *Google*, dimana para pemilik situs bisa memasang iklan tersebut di situs-situs mereka dan mendapatkan penghasilan tambahan. Iklan yang muncul bermacam-macam jenisnya, bisa berupa teks, gambar, bahkan video, Namun yang pasti, semuanya menggunakan sistem kontekstual (*contextual*), dimana iklan tersebut akan relevan atau sesuai dengan isi halaman dimana iklan

tersebut dipasang. Program *Pay Per Click* (PPC) milik perusahaan *search engine* (mesin pencari), *Google Inc* ini boleh dibilang telah menjadi istilah umum untuk menyebut serangkaian program bisnis online yang ada saat ini. Dalam bisnis online, rasanya belum sempurna jika belum menyinggung *Google Adsense*¹. Faktanya, hampir semua pelaku bisnis online, baik yang memanfaatkan format situs ataupun blog, mempergunakan *Google Adsense* sebagai salah satu pilihan tambahan bisnis online mereka (Jurnal et al., 2019).

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 terkadang iklan tersebut berupa iklan yang berkontennegatif atau yang dilarang oleh syariah, seperti pornografi, perjudian, minuman keras, atau hal haram lainnya. Sedangkan 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. Bisnis Islami merupakan aktifitas bisnis ekonomi dengan berbagai bentuk yang tidak ada batasan dalam hal kepemilikan harta baik itu jasa maupun barang namun dibatasi dalam hal cara memperoleh dan pendayagunaan harta lantaran aturan haram dan halal menurut Islam.

Dengan demikian, banyaknya iklan yang biasanya ditampilkan pada website publisher yang bertentangan dengan hukum Islam disebabkan keharamannya misalnya iklan judi, kasino, minuman keras dan pornografi yang sangat jelas bertentangan dengan hukum Islam, maka penulis bermaksud menganalisis implementasi akad mekanisme *Google Adsense* dalam bisnis iklan

¹ Jurnal, K., Syekh, I., & Cirebon, N. (2019). *View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. 4 (2), hlm. 149.

terhadap tinjauan hukum Islam untuk menentukan boleh tidaknya melakukan kerjasama bisnis dengan *AdSense* guna mendapatkan penghasilan tambahan melalui iklan yang ditayangkan. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap implementasi akad dan mekanisme *Google AdSense* dalam bisnis iklan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library reaserch*). Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif-analitis. Penelitian ini dilakukan dengan menyusun data yang telah diperoleh kemudian dijelaskan dan dianalisa berdasarkan teori-teori yang telah ditentukan untuk selanjutnya ditarik kesimpulan. Pendekatan yang dipakai adalah yuridis-normatif.

LANDASAN TEORI

1. Sejarah dan Gambaran Umum

AdSense adalah program kerjasama periklanan melalui media internet yang diselenggarakan oleh *Google*. Program ini didirikan setelah *Google* mengakuisisi *Pyra Labs* pada bulan Februari 2003. Sebulan berikutnya tepatnya pada tanggal 4 Maret 2003, *Chairman Google* dan CEO, Erick Schmidt, mengumumkan layanan iklan konten bertarget yang disebut *AdSense*. Untuk mendukung program *AdSense*, pada tanggal 23 April 2003 atau sebulan kemudia *Google* mengakuisisi *Applied Semantics* yang teknologinya mendukung layanan *AdSense*.

Sejak *AdSense* didirikan, unit *AdSense for Content* hanya mendukung bahasa inggris dan beberapa bahasa negara-negara di Eropa, Timur Tengah dan Asia Timur, serta satu negara Asia Tenggara yaitu bahasa Thailand. Namun akhirnya, pada tanggal

1 Februari 2012 *Google* secara resmi mengumumkan bahwa bahasa Indonesia kini didukung untuk menampilkan unit iklan *AdSense for Content*, setelah sebelumnya bahasa Indonesia hanya didukung unit *AdSense for Search* saja. Kini *AdSense for Content* mendukung 36 bahasa negara di dunia.

Lalu pada tanggal 7 November 2012 *Google* mengumumkan telah memperbarui aplikasi permohonan *AdSense* bagi *publisher* baru yang mendaftar *AdSense* melalui *Youtube*, *Blogger* dan *Hubpages*. Sejak saat itu akun *AdSense* dibedakan menjadi dua macam, yaitu akun *AdSense Hosted* dan akun *AdSense non hosted*. Yang dimaksud *Hosted* adalah penempatan iklan *AdSense* di *website* yang menjadi situs partner resmi *Google*. Untuk menggunakan akun *Hosted* ini, pengguna hanya bisa mendaftar lewat *Youtube* atau *Blogger*. Dan iklannya pun hanya bisa ditampilkan di *Youtube*, *Blogger*, dan *HubPages*. Jadi tidak akan tayang di platform lain. Sedangkan akun *NonHosted* merupakan pemasangan iklan di situs yang bukan partner resmi *Google*. Atau bisa juga disebut dengan *website* yang tidak dihosting oleh *Google* dan partnernya. Untuk iklannya, bisa ditampilkan dimana saja, sehingga semakin banyak orang melihatnya.

Terdapat beberapa istilah umum yang perlu diketahui. Istilah ini terdapat didalam program *AdSense*, yakni sebagai berikut:

1) *Publisher*

Publisher atau penayang iklan adalah orang atau pemilik situs web yang sudah terdaftar atau sudah disetujui oleh pihak pengelola aplikasi periklanan untuk memasang iklan *AdSense* di situs mereka. *Publisher* yang menayangkan iklan *Google* disebut *publisher Google AdSense*.

2) *Ad Units*

Yang dimaksud dengan *Ads Units* adalah iklan *AdSense* itu sendiri. *Ad Units* terdiri dari beberapa jenis bukan satu jenis dan beberapa ukuran bukan satu ukuran.

3) *Link Units*

Link Units hampir sama dengan *Ad Units*, hanya saja formatnya mirip dengan format menu yang biasa ditemui di situs-situs web. Yang membedakan *Link Units* dengan *Ad Units* adalah pada saat pengunjung meng-klik iklan ini, maka ia akan diarahkan pada halaman hasil pencarian di *Search Engine Google*.

4) *AdSense for Content*

AdSense for Content adalah iklan *AdSense* yang dipasang dalam suatu halaman. Iklan-iklan yang muncul adalah iklan-iklan yang berhubungan dengan isi halaman tersebut. atau istilahnya menggunakan konsep kontekstual. *Ad Units* dan *Link Units* adalah yang termasuk dalam *AdSense for Content* ini.

5) *Alternate Ads*

Pada *AdSense for Content*, iklan tidak selalu muncul. Sebabnya antara lain bisa karena memang stok iklan yang berhubungan dengan isi situs sudah habis atau *Google* tidak dapat memperkirakan apa isi situs itu sebenarnya. Jika ini terjadi, secara default, yang ditampilkan adalah iklan layanan masyarakat atau sering dikenal dengan istilah PSA (*Public Service Ads*). Karena bertipe donasi, maka jika di klik iklan ini tidak menghasilkan apa-apa bagi publisher. Untuk mengatasinya, *Google* memperbolehkan pengguna untuk memasang *Alternate Ads* atau iklan alternatif. Dan pada akhirnya nanti, yang muncul adalah iklan alternatif yang telah diatur sebelumnya.

6) *Page Impressions*

Page Impressions adalah jumlah yang menunjukkan berapa kali halaman yang mengandung *Ad Units* dibuka oleh pengunjung. Nilainya tidak terpengaruh oleh kuantitas *Ad Units* yang ada di dalam halaman yang bersangkutan.

7) *Clicks*

Clicks adalah jumlah klik pada *Ad Units* milik *publisher*. Dalam halaman laporan *AdSense*, *Publisher* dapat melihat total klik yang ia dapatkan, maupun berdasarkan *Ad Units* atau Channelnya.

8) CTR (*Click Trough Rate*)

CTR adalah perbandingan dalam persen antara jumlah klik yang diterima suatu *Ads Units* dengan jumlah tampilan *Ads Units* tersebut. misalnya, satu *Ad Units* yang ditampilkan 40 kali dan di klik 10 kali memiliki nilai CTR 25% (10:40)

9) CPC (*Cost Per Click*)

CPC adalah jumlah uang yang akan didapatkan oleh *publisher* apabila *Ads Units* tertentu di klik. Nilai CPC masing-masing *Ads Units* berbeda dan ditentukan oleh banyak faktor, termasuk performa dan kualitas situs milik *publisher*. Namun secara umum nilai maksimal yang mungkin adalah 20% dari nilai tawaran dinamis yang ditawarkan oleh pemasang iklan.

10) E-CPM (*Effective CPM*)

E-CPM atau CPM (*Cost Per Million*) adalah hasil pembagian antara jumlah pendapatan *publisher* dengan jumlah impresi halaman (per 1000) yang didapatkan dari iklan-iklannya. Sebagai contoh, *publisher* yang menghasilkan USD 200 dari 50.000 impresi akan memiliki nilai CPM sebesar USD 4 (USD 200 dibagi 50).

Melalui program periklanan *AdSense*, pemilik konten yang telah mendaftar dan disetujui keanggotaannya dapat menayangkan iklan-iklan dari *Google AdSense* di dalam konten mereka. Untuk unit iklan yang akan dipasang, bentuk dan materinya telah ditentukan oleh *Google*. Iklan yang muncul juga memiliki bermacam-macam jenis, bisa berupa teks, gambar, Flash, Audio Unit, tautan, dan Video.²

Dari pemasangan iklan tersebut, pemilik konten akan mendapatkan pemasukan atau komisi berupa pembagian keuntungan dari *Google* untuk setiap iklan yang diklik dan ditonton oleh penonton (*viewers*). Untuk metode komisi yang digunakan, yang pertama *Google AdSense* menggunakan metode PPC (*Pay Per Click*) bayar per klik atau yang berarti komisi akan dihitung dari setiap iklan yang di klik oleh pengunjung konten.³ Lalu yang kedua, menggunakan metode RPM (*Revenue per Thousand Impressions*) atau pendapatan perseribu impresi yang berarti komisi akan dihitung dari setiap iklan yang tayang tiap 1.000 tontonan. RPM yang diperoleh biasanya diperoleh antara \$0.13 sampai dengan \$0.30, hal ini tergantung dari wilayah, jenis konten iklan, jenis iklan dan jumlah subscriber (CHANDRA, peraturan google adsense, 2007).

Untuk bergabung dalam program *AdSense*, ada beberapa syarat dasar yang harus dimiliki sebuah *channel Youtube* agar disetujui untuk bergabung bersama program adsense. Hal yang harus diperhatikan pertama kali adalah akun channel Youtube harus sudah terverifikasi dengan nomor ponsel dan sudah melakukan pengaturan sesuai standar channel agar bisa mengaktifkan fitur-fitur di dalam channel Youtube tersebut.

² Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. (2013). 13(2), hlm. 116–129.

³ Jurnal, K., Syekh, I., & Cirebon, N. (2019). View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk. 4(2), hlm 149.

Syarat kedua, channel Youtube tersebut sudah mengumpulkan jumlah tayang sebanyak 4.000 jam tonton (*Watchtime*) dari semua total video yang di upload dalam jangka waktu maksimal 12 bulan terakhir. *Watchtime* ini dihitung dari seberapa lama orang menonton video yang diunggah pada semua video yang dibuat. Syarat ketiga, yaitu mengharuskan channel youtube tersebut memiliki 1.000 pengikut (*subscriber*). *Subscriber* yang didapat ini haruslah asli, tidak boleh menggunakan cara yang bersifat curang seperti menggunakan aplikasi pembantu sub for sub untuk memperoleh *subscriber* secara cepat dan instan.

2. Mekanisme dan Akad Pada *Google Adsense*

Mekanisme bisnis yang terjadi dalam *Google Adsense* hampir sama dengan mekanisme bisnis dalam dunia offline. Akan tetapi *Google Adsense* lebih pada melibatkan koneksi internet yang secara tidak langsung berpengaruh pada status hukum kontrak yang dibuat. Sehingga perbedaan objek dan media yang digunakan dalam suatu bisnis akan merubah hukum dari transaksi tersebut, baik hukum akad, hukum transaksi dan aspek lainnya. Maka dalam *Google Adsense*, terdapat dua tindakan hukum. Hubungan yang terjadi antara *advertiser* dengan *Google* maka akad yang terjadi lebih mengarah pada akad *ijarah*. Sedangkan bila relasi itu terjadi antara *Google* dengan *publisher* maka pola akad yang terjadi lebih mengarah pada akad *syirkah*.

1) Aspek Akad

Akad dalam teori hukum Islam mempunyai arti yang sangat signifikan dan merupakan unsur terpenting dalam fikih muamalat, karena dengan menggunakan identifikasi model akad, berbagai problematika mbernama saja, dan tidak membahas secara detail terkait teori akad secara umum (*naẓriyatul „aqdi al“āmmah*). Menurut Abbas Husni

Muhammad, hal ini dipengaruhi oleh kemunduran peradaban umat Islam pada abad ke 4 H, di mana dalam fase tersebut didominasi oleh pendapat yang mengatakan bahwa pintu ijtihad telah ditutup yang berimplikasi terhadap kemunduran ilmu fikih itu sendiri. Para ahli fikih akhirnya menjauhi pintu ijtihad, dan hal ini memberikan dampak yang signifikan terhadap berhentinya perkembangan akad secara umum kala itu. Namun semangat itu tidak lantas padam begitu saja, pada abad pertengahan Ibnu Taimiyyah menulis perdana tentang teori akad. Namun, penulisan yang dilakukan oleh Ibnu Taimiyyah dianggap sebagai permulaan, sehingga masih membutuhkan penyempurnaan. Pembukuan secara sempurna dilakukan oleh para ahli fikih kontemporer, seperti yang dilakukan oleh Abu Zahra, Musthafa Az-Zarqa, As-Sanhuri, dan lain sebagainya. Pembukuan yang dilakukan oleh ahli fikih kontemporer teuamalat terjawab. Melihat arti penting hal ini, para ahli fikih (terlebih ahli fikih klasik) dalam berbagai literatur klasik, selalu menekankan tentang akad. Hal ini terlihat dari pembahasan secara lengkap dan detail tentang akad, namun para ahli fikih klasik hanya membahas akad tersebut hanya merupakan bentuk penyaringan dan pengkategorisasian dari apa yang ada dalam khazanah fikih klasik yang telah ada. Karena pada dasarnya selama beberapa abad, fikih telah mampu membentuk tatanan sosial yang luar biasa, hanya saja belum berbentuk aturan yang sistematis sehingga membutuhkan pengolahan yang teratur dan sistematis seperti yang dilakukan oleh ahli fikih kontemporer⁴(Budiwati et al., n.d.).

⁴ Budiwati, S., Hukum, F., Surakarta, U. M., & Syariah, B. (n.d.). *Akad sebagai bingkai transaksi bisnis syariah*. 7(2), hlm. 152–159.

Bila melihat fenomena *Google AdSense*, eksistensi akad Islam menjadi bagian yang tidak terpisahkan bahkan menjadi suatu keharusan dalam menjawab fenomena tersebut. Secara normatif, akad yang diberlakukan dalam *Google AdSense* bisa dikategorikan sebagai akad yang telah memenuhi unsur-unsur akad, sehingga teori akad mutlak diperlukan.

Dari mekanisme transaksi dan akad yang digunakan dalam *Google AdSense* serta melihat unsur-unsur kontrak yang ada di dalamnya, maka prinsip-prinsip akad syari'ah masih dapat diberlakukan. Kontekstualisasi prinsip-prinsip dan unsur-unsur akad syari'ah secara substansi sudah diinternalisasikan sekalipun tidak disebutkan secara tertulis dalam kontrak. Dengan demikian, akad dalam *Google AdSense* sudah sesuai dengan aturan akad dalam hukum Islam, dan hal itu mengindikasikan bahwa akad syari'ah bisa diaplikasikan dalam kondisi dan situasi bisnis dengan tetap memperhatikan aturan dan tidak melanggar prinsip-prinsip syari'ah.

LITERATURE REVIEW

1. Profil *Google AdSense*

Google AdSense berawal dari peluncuran pertama kali dari *Applied Semantic* pada 18 Juni 2003. *Applied Semantic* sendiri kemudian diakuisisi oleh *Google* karena menurut pihaknya memiliki teknologi pendukung untuk *AdSense* yang tidak lama kemudian disebut menjadi *Google AdSense*.

Google AdSense adalah program layanan iklan penayang milik *Google* yang bekerjasama dengan para mitranya untuk menjalankan usaha di bidang *advertising* yang bertujuan untuk

mendapatkan perolehan keuntungan dari hasil kerjasama tersebut.

Awalnya, *adsense* sendiri hanya mendukung beberapa bahasa saja seperti bahasa Inggris dan satu-satunya negara di Asia Tenggara yang mendapat kesempatan pertama kali merasakan program periklanan ini adalah negara Thailand. Setelah beberapa tahun kemudian, program ini mengalami perkembangan yang pesat dan mulai merambah ke tanah air Indonesia dan secara resmi mendapatkan dukungan untuk unit iklan *Adsense for Content*, karena sebelumnya hanya *Adsense for Search*.

Ada beberapa media yang bisa digunakan untuk bermitra dengan *Google* sebagai mitra *Google Adsense* antara lain, *website*, *blog*, *youtube*, dan *mobile application*. Dari beberapa media tersebut, tentunya pihak-pihak yang terlibat secara umum adalah yang pertama *Google* sendiri yaitu selaku pendiri utama dari *Google Adsense*. Kedua pengiklan, adalah orang atau perusahaan yang ingin mengiklankan produk mereka melalui media-media yang telah tersedia dalam bisnis *Google Adsense*. Ketiga *publisher*, adalah selaku pemilik dari media yang digunakan untuk menampilkan iklan dari pengiklan yang ingin menawarkan produknya.

2. Perkembangan *Google Adsense* di Indonesia

Di Indonesia, perkembangan *Google Adsense* belum diminati atau dikenal oleh banyak orang, namun seiring dengan perkembangan teknologi masa kini ditambah lagi masyarakat tanah air semakin mudah mengakses layanan internet, maka ini bisa menjadi pemicu perkembangan *Google Adsense* ke depannya. Apalagi saat ini banyak bermunculan perusahaan Startup yang mau tidak mau harus melakukan promosi melalui *Google Adword* dimana hal inilah yang bisa mendongkrak

pertumbuhan *Google Adsense* itu sendiri, termasuk para publishernya. Sebelumnya, pihak *Google* pernah mengatakan bahwa hingga saat ini, jumlah *publisher* mereka di seluruh dunia mencapai 2 juta.⁵ Namun, setelah beberapa tahun terakhir jumlah ini bisa dikatakan tidak akan mengalami perkembangan yang signifikan karena selain menerima *publisher* baru, pihak *Google* juga melakukan pembersihan terhadap situs penayangan iklan atau aksi *banned* setiap tahunnya. Walaupun demikian, ada juga *publisher* asal Indonesia yang sampai saat ini masih bertahan karena menaati peraturan *Google Adsense* dan terus bersabar. Hasilnya, mereka juga memperoleh pendapat yang tidak kalah dari *Publisher Adsense*.

PEMBAHASAN

1. *Google Adsense*

1) Pengertian *Google Adsense*

Adsense merupakan program kerjasama periklanan berbasis CPC (*Cost Per Click*) melalui media internet yang dirancang atau dibuat oleh *Google*. *Google adsense* diluncurkan pada tahun 2003 oleh pihak *Google*⁶. Program ini adalah salah satu cara untuk memonetisasi lalu lintas situs web yang berkaitan dengan periklanan. *Google adsense* ini merupakan corak bbisnis yang sedang berkembang pesat saat ini, dengan adanya *google adsense* sangat membantu ekonomi perusahaan dalam mempromosika dan memperluas jaringan pasar produk dan juga dapat membantu para konsumen yang ingin mencari kebutuhan dari dunia maya. Program yang diluncurkan oleh *google* ini sangat membantu

⁵ https://www.google.com/intl/id_id/adsense/start/

⁶ Karomah, A., & Suhaimi, A. (2019). *Islamic Business Law Review Vol 1, No.1 Tahun 2019*. 1(1), hlm. 100.

pengusaha untuk mengembangkan bisnis dalam dunia maya atau di internet (Karomah & Suhaimi, 2019).

Google adsense tidak hanya memudahkan para pengusaha saja tetapi juga memudahkan konsumen dalam membantu memenuhi kebutuhan dengan melakukan searching lewat online komoditi atau jasa yang dibutuhkan, hal ini karena adsense mampu bekerja sama dengan jutaan situs di belahan dunia.

Keberadaan program *google adsense* membawa dampak yang positif bagi pengusaha maupun konsumen. *Google adsense* memiliki keunggulan dalam penggunaannya. Keunggulan tersebut sebagai berikut:

- a. Tingkat keamanan, keselamatan, dan transparansi yang tinggi untuk pengiklan dan penerbit, karena pengiklanan bersifat transparan dan jelas untuk semua orang dan semua metric dapat dilacak dalam akun *google analytics*.
- b. Format iklan adapat bervariasi berupa teks, gambar, iklan HTML, iklan video, dll.

Disamping keunggulan *google adsense*, program ini juga memiliki potensi problem yang besar mulai legal standing, regulasi, mekanisme, terlebih ditarik ke ranah hukum islam. Dipandang dari segi hukum bisnis online diatur dalam Undang-Undang Nomor. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-undang ini memberikan kebenaran hukum terhadap produk atau jasa online yang sesuai dengan pasal 9 Undang-Undang ITE yang menyatakan bahwa:

“Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan

benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.⁷

Google adsense merupakan program online dibidang periklanan yang bekerjasama dengan pihak *advertiser*, pihak *google* dan *publisher*. Program ini memiliki mekanisme sebagai berikut:

a. Menyediakan ruang iklan

Peletakan iklan biasanya berada pada header, artikel, footer dan sidebar. Dengan cara menempelkan kode iklan yang berupa script pada bagian tersebut.

b. Iklan yang paling mahal akan muncul di website

Maksudnya jika para pengusaha melakukan iklan dan melakukan penawaran harga yang lebih tinggi dari yang lain maka iklan tersebut bisa tampil pada website para pengiklan.

c. Orang yang melakukan pengiklanan mendapatkan bayaran

Bayaran ini ditentukan dari iklan yang sudah diklik/dibuka oleh pengunjung website. Untuk besaran per klik tergantung dari jenis produk dan persaingan bid antar pengiklan.

Program *google adsense* ini merupakan sebuah kajian kontemporer yang harus dikaji menggunakan hukum Islam. Oleh karena itu *google adsense* perlu dan wajib dikaitkan dengan kaidah umum fikih muamalah (*al-Qawa'id al-'ammah*). Hal yang paling disoroti ketika dipandang dari hukum Islam yaitu tentang akad syariah, maka dari itu peninjauan yang dilakukan oleh penulis mengenai mekanisme akad dalam *google adsense*. (Arafat & Muzakkir, 2017)

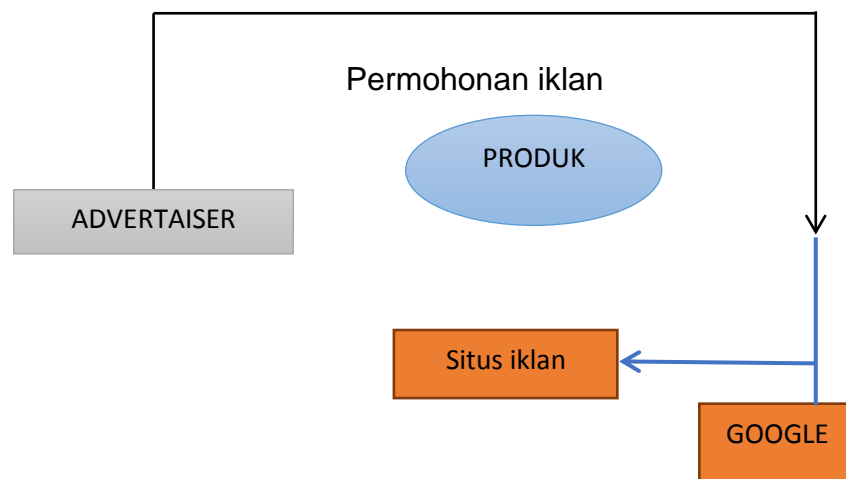
2) Akad dalam *Google Adsense*

⁷ Arafat, M., & Muzakkir, M. S. (2017). *Akad Pada Google Adsense Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*. *Tafaqquh: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Ahwal as Syahsiyah*, Vol. 2, hlm. 58.

Akad merupakan suatu media untuk berinteraksi manusia dengan manusia lainnya yang terjadi saat manusia melakukan transaksi ekonomi. Menurut aljashah akad merupakan ikatan yang terjadi antara dua orang atau lebih yang sedang melakukan transaksi. Pada pembahasan ini bahwasannya didalam *Google Adsense* ini terjadi transaksi antara *advertiser* dan *google* juga terjadi antara *google publisher*. Focus kali ini pada pembahasan pandangan hukum islam terhadap akad yang terjadi baik antara *advertiser* dan *google* juga terjadi antara *google publisher*.

a. Akad antara *advertiser* dan *google*

Mekanisme akad yang terjadi dalam hal ini bahwasannya secara teori akad yang dilakukan antara *advertiser* dengan *google* mengarah kepada jenis akad *ijarah*. Karena transaksi yang terjadi yaitu pihak *advertiser* meminta jasa kepada pihak *Google* untuk mengiklankan barang atau jasa yang kemudian *Google* akan melibatkan para pemilik situs untuk menampilkan iklan tersebut. Dapat digambarkan skema yang terjadi di kasus ini:



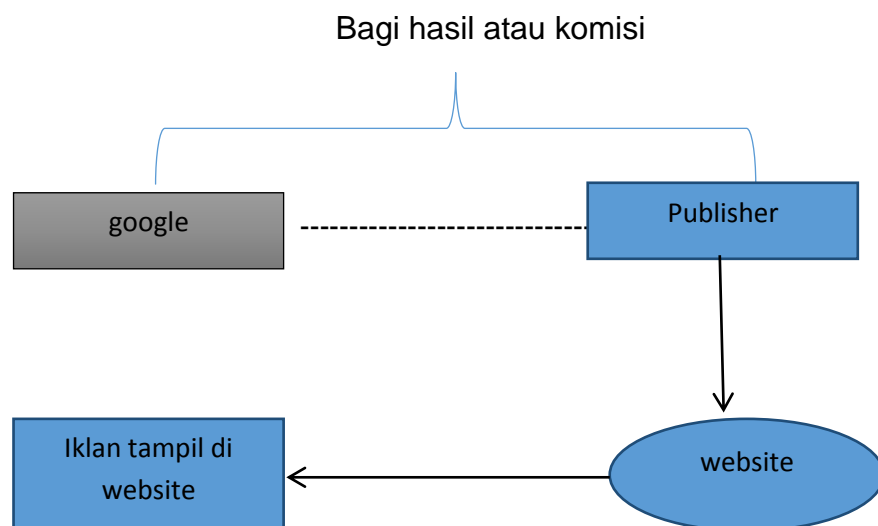
Dari gambar skema diatas dapat kita lihat bahwasanya akad yang terjadi antara advertiser dan

google sesuai dengan hukum skema akad ijarah karena adanya jasa yang diberikan dari google kepada advertiser.

b. Akad antara *google* dan *publisher*

Jika kita melihat mekanisme akad yang terjadi antara *google* dan *publisher*, jika dipandang dari fikih muamalah bahwasannya akad sesuai dengan jenis akad *syirkah al-'amal*. Karena kedua pihak sudah ada kontrak dan sama-sama setuju bahwasannya kontrak tersebut berisi pembagian hasil yaitu 63% untuk *publisher* dan 37% untuk *google* hal ini sesuai dengan pola *syirkah al-'amal* yang dimana kontrak dibuat harus sesuai syarat dan rukun *syirkah*.⁸

Agar lebih jelas kita lihat gambar skema akad antara *google* dan *publisher* dibawah ini:



Dapat kita lihat bahwasannya skema diatas menggambarkan mekanisme akad antara *google* dan *publisher* menggunakan system bagi hasil dan ini sesuai

⁸ Arafat, M., & Muzakkir, M. S. (2017). Akad Pada Goggle Adsense Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *TAFATQUH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Ahwal as Syahsiyah*, Vol. 2, hlm. 61.

dengan akad syirkah dimana ada kontrak dan presentase bagi hasil yang diterima baik google dan publisher.

2. Tinjauan Hukum Islam terhadap Bisnis Iklan pada Google Adsense

1) Mekanisme Iklan *Google Adsense*

Dalam hal bisnis teknologi digital, tentu ada mekanisme menjalankan bisnis. Karena bisnis digital saat ini juga sudah mulai banyak dioperasikan oleh para penggiat bisnis milenial. Terdapat beberapa platform digital yang tersedia untuk bisnis yang berbasis situs web. Salah satunya adalah *Google Adsense* yang merupakan platform periklanan.

Bisnis *Google Adsense* memiliki akad dan penerapan mekanisme. Akad dan mekanisme tersebut merupakan bagian dari rukun Syirkah yang termasuk dalam hukum Islam. Akad terjadi di *Google Adsense* dilakukan dalam sebuah situs web, dimana pihak secara langsung menandatangani kontrak kerja tatap muka.

Google memberikan suatu kebijakan kepada publisher bahwa tidak boleh menempatkan kode *Adsense* pada konten yang melanggar pedoman kebijakan *Google Adsense*. Adapun kebijakan tersebut antara lain:

- a. Konten mengandung pornografi
- b. Konten yang membuat ancaman atau memprovokasi untuk menyakiti orang lain maupun diri sendiri
- c. Konten pelecehan, mengintimidasi, atau menindas individual atau kelompok
- d. Konten bersifat ajakan kebencian, mendukung diskriminasi, dan mengandung unsur SARA
- e. Bahasa tidak sopan dan berlebuhan
- f. Software lainnya yang melanggar kebijakan software yang tidak diinginkan

g. Konten makanan atau minuman haram

h. Pengiklanan penjualan senjata tajam atau amunisi⁹

Google telah menetapkan kebijakan dengan sedemikian rupa, namun pada kenyataannya masih banyak iklan yang ditayangkan oleh publisher, sehingga bertentangan dengan hukum Islam. Hal ini dikarenakan keharamannya misalnya iklan judi, kasino, minuman keras, pornografi, yang sangat jelas bertentangan dengan hukum Islam. (Musthafa et al., n.d.)

2) Tinjauan Hukum Islam Terhadap Iklan *Google Adsense*

Google merupakan perusahaan umum yang dimana tidak menutup kemungkinan, terdapat beberapa iklan yang ditayangkan oleh *google* merupakan hal yang makruh atau bahkan haram dalam hukum Islam. adanya unsur perserikatan, dalam hal yang di haramkan oleh syariat, serta membantu menyebarkan suatu kebencian yang terkandung dalam iklan tersebut. *Google Adsense* memiliki banyak kemashlahatan, akan tetapi yang seharusnya diutamakan adalah meninggalkan kemafsadatan, yang sesuai dengan kaidah fikih yang menyatakan:

دَرْءُ الْمَفَاسِدِ مُقَدَّمٌ عَلَى جَلْبِ الْمَصَالِحِ

Maksud dari kaedah tersebut adalah mencegah kerusakan lebih utama dari pada menarik kemanfaatan. Kaidah ini menegaskan bahwa apabila pada waktu yang sama dihadapkan kepada pilihan menolak kemafsadatan atau meraih kemaslahatan maka yang harus didahulukan adalah

⁹ Musthafa, A., Fauziah, E., & Hidayat, Y. R. (n.d.). *Tinjauan Hukum Islam terhadap Penayangan Iklan Google dalam Blog*. hlm. 96.

menolak kemafsadatan, karena dengan menolak *kemafsadatan* berarti juga meraih *kemaslahatan*.¹⁰

Sehingga dengan ini, menurut hukum Islam tidak memperbolehkan bergabung dalam *Google Adsense* kecuali setelah memastikan bahwa semua situs yang diiklankan terhindar dari hal-hal yang diharamkan. Karena tidak diperbolehkan menayangkan dan menyebarkan suatu kebencian. Serta, akad antara *publisher* dengan *Google Adsense* atas penayangan iklan pada suatu konten seperti *blog*, *youtube*, dan lain-lain tidak sah menurut tinjauan hukum Islam, karena tidak memenuhi beberapa syarat akad *syirkah* yaitu berserikat dalam hal yang memungkinkan tidak terhindarnya hal yang diharamkan, dan dari sisi objek akadnya pun tidak dapat diketahui bahwa iklan yang akan ditayangkan nantinya bertentangan atau tidak dengan hukum Islam, dan hal ini jelas mengandung unsur gharar (spekulatif), yang akan mengakibatkan cedernya prinsip '*an taradhin* (saling ridho/suka sama suka) antara penjual dan pembeli. (Zakiyah et al., 2019)

KESIMPULAN

Bisnis *Google Adsense* memiliki akad dan mekanisme dalam penerapannya di lapangan. Kontrak akad yang terjadi dalam bisnis *Google Adsense* ini dilakukan dalam sebuah website, di mana para pihak tidak secara langsung bertatap muka untuk melakukan kontrak kerja. Dalam implementasi penayangan iklan dari *Google Adsense* memungkinkan menayangkan iklan yang bertentangan dengan hukum Islam seperti iklan judi, kasino, minuman keras dan pornografi. Karena dalam melakukan kontrak yang disepakati peraturan dibuat secara pihak oleh *Google* sehingga *publisher* tidak

¹⁰ Musthafa, A., Fauziah, E., & Hidayat, Y. R. (n.d.). *Tinjauan Hukum Islam terhadap Penayangan Iklan Google dalam Blog*. hlm. 96.

memiliki hak kebebasan berkontrak atau dengan kata lain akad penayangan iklan yang dibuat merupakan kontrak baku dari pihak *Google*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arafat, M., & Muzakkir, M. S. (2017). Akad Pada Goggle Adsense Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *TAFATTAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Ahwal as Syahsiyah*, Vol. 2, 47–68.
- Budiwati, S., Hukum, F., Surakarta, U. M., & Syariah, B. (n.d.). *Akad sebagai bingkai transaksi bisnis syariah*. 7(2), 152–159.
- Jurnal, K., Syekh, I., & Cirebon, N. (2019). *View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. 4(2), 147–159.
- Karomah, A., & Suhaimi, A. (2019). *Islamic Business Law Review Vol 1, No.1 Tahun 2019*. 1(1), 96–108.
- Musthafa, A., Fauziah, E., & Hidayat, Y. R. (n.d.). *Tinjauan Hukum Islam terhadap Penayangan Iklan Google dalam Blog*. 94–97.
- Tyas, A., & Aryani, D. (2017). Efektivitas Iklan Digital Google Adsense. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 1–10. <https://jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi/article/view/689>
- Zakiah, R., Islam, U., Sunan, N., Hukum, P., & Syariah, E. (2019). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kerjasama Bisnis*.
- Chandra, A. (2007, april 16). *peraturan google adsense*. Retrieved december 6, 2021, from ads-online-adsense: <http://ads-online-adsense.blogspot.com/2007/04/peraturan-google-adsense.html>