

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat cepat telah merubah cara pandang masyarakat salah satunya yaitu internet. Dengan adanya fasilitas internet, kaum *Millenial* akan lebih mudah mengakses sebuah informasi sesuai kebutuhan seseorang. Informasi yang didapat akan lebih luas seperti ilmu pengetahuan, wawasan sosial, keagamaan, perkembangan teknologi terbaru, bahkan video yang bersifat menghibur. Salah satu hal yang menarik dalam mengakses internet ialah tidak ada batasan keanggotaan internet mengenai ras, kelas ekonomi, ideologi, bahkan batasan geografis antar negara.

Internet dapat diartikan sebagai komunitas dunia yang bersifat terbuka serta memiliki kode etik yang dihormati semua anggotanya. Manfaat internet dapat diperoleh melalui kerjasama antara pribadi atau kelompok tanpa mengenal batas dan waktu. Teknologi informasi telah mengubah cara bertransaksi dan membuka peluang-peluang baru dalam melakukan transaksi bisnis pada era modern.

Bisnis merupakan bentuk kegiatan ekonomi yang berhubungan dengan usaha perdagangan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang guna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.¹ Bisnis pada era modern ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat mulai dari

¹ Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: Andi, 2005), 46

media yang digunakan dalam berbisnis maupun sesuatu yang diperdagangkan.

Disadari atau tidak, internet telah mengubah pola interaksi bisnis yang sudah ada sebelumnya dan inilah yang mempengaruhi ekonomi, sosial, dan budaya yang telah ada. Dahulu, bisnis hanya dilakukan secara tatap muka. Namun sekarang sudah mulai muncul bisnis dengan menggunakan media maya yang disebut bisnis internet (*online*). Bisnis ini sangat diminati oleh masyarakat dan kerap menjadi buah bibir di masyarakat. Hal ini terjadi karena praktisnya menggunakan internet. Hanya dengan mengakses internet melalui *Personal Computer (PC)* atau menggunakan sebuah *Gadget*, seseorang dapat memperoleh banyak informasi di dalam dunia internet.²

Banyak cara agar dapat menghasilkan uang dengan serba cepat dan mudah lewat internet, contohnya seperti menjadi seorang *Creator Video*. *Creator Video* akan menuangkan ide-ide kreatifnya dengan cara membuat video pribadi atau kelompok yang bersifat untuk menghibur masyarakat. Sang kreator akan bekerjasama dengan perusahaan aplikasi yang menyediakan konten-konten untuk hiburan masyarakat seperti aplikasi *Youtube* dan masih banyak lagi. Di dalam program ini *Creator* akan mendapatkan penghasilan *dollar* sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh aplikasi tersebut.

² Edi Suthanta, *Pengantar Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 537

Seorang *Creator* video akan menjual jasanya kepada masyarakat dan ini diperbolehkan dalam Islam yang akan menggunakan akad bisnis jasa *ijarah* (sewa-menyewa). *Ijarah* merupakan salah satu bentuk aktivitas yang dibutuhkan oleh manusia karena ada manusia yang tidak mampu memenuhi kebutuhan hidupnya kecuali melalui sewa-menyewa atau upah-mengupah terlebih dahulu. Pada transaksi bisnis ini berguna agar meringankan kesulitan yang dihadapi semua orang yang termasuk salah satu bentuk kegiatan tolong-menolong yang dianjurkan oleh agama. *Ijarah* merupakan bentuk muamalah yang dibutuhkan manusia. Karena itu, syariat Islam membolehkan keberadaannya.³

Awalnya *Creator* harus mendaftarkan diri menggunakan *account Google* ke *account Google AdSense* untuk mendapatkan iklan di dalam situs yang diunggahnya. Lalu *Google* akan menyeleksi dan menempelkan iklan ke dalam situs yang yang berkualitas saja. *Creator* yang terpilih akan dikontrak dan secara otomatis mendapatkan iklan, lalu *Creator* akan mendapatkan uang dari banyaknya klik pengunjung pada iklan tersebut. Namun kontrak yang terjadi antara perusahaan dan *Creator* masih dipertanyakan-karena perusahaan yang terkadang telat untuk menggaji *Creator*.⁴

Creator akan selalu dituntut oleh perusahaan untuk membuat video dan menguploadnya seminggu tiga kali guna menarik *follower*

³ Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syari'ah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017), 131

⁴ Hasil wawancara bersama perwakilan Kediri *Creator Community* (KCC) Alvath di Markas KCC, Ruko MITOS, Jl. Penanggungan Nomor.01, Lirboyo, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur. Pada Tanggal 02 Februari 2019 Pada Pukul 10.00

(pengikut) agar mendapatkan banyak *endors* (iklan). *Endors* (iklan) memiliki peran sangat penting dalam memperkenalkan suatu produk. Periklanan dipandang sebagai media yang paling lazim digunakan oleh suatu perusahaan (khususnya produk konsumsi) untuk mengarahkan komunikasi yang persuasif pada konsumen. Iklan ditujukan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap, dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merk.

Tujuan periklanan yaitu untuk mempengaruhi perilaku konsumen, supaya mereka tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen. Meskipun tidak secara langsung berdampak pada pembelian, iklan menjadi sarana untuk membantu pemasaran yang efektif dalam menjalin komunikasi antara perusahaan dan konsumen, dan sebagai upaya perusahaan menghadapi pesaing. Kemampuan ini muncul karena adanya suatu produk yang dihasilkan suatu perusahaan. Bagaimanapun bagusny suatu produk yang dihasilkan dari konsumen maka tidak akan ada gunanya. Konsumen yang tidak mengetahui keberadaan suatu produk, maka tidak menghargai produk tersebut.⁵ Didukung oleh aplikasi tersebut perusahaan dapat menarik konsumen melewati *Creator Video* untuk dijadikan promosi perusahaan.

Perusahaan-perusahaan dan instansi yang butuh beriklan banyak melirik aplikasi tersebut sebagai salah satu peluang untuk dijadikan promosi perusahaan. Belum lagi untuk mengakses aplikasi tersebut tidak

⁵ Mahmud Machfoedz, *Pengantar...*, 46

hanya dapat melewati *Personal Computer (PC)*, *Gadget* pun mampu menampilkan video-video yang ada pada aplikasi tersebut dimana saja berada tanpa mengenal batasan jarak dan waktu.

Ada beberapa kelebihan dan kekurangan untuk menjadi seorang Kreator Video, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

No	Kelebihan	Kekurangan
1.	Akan menambah pendapatan sesuai dengan hobi,	Akan sering mendapat komentar-komentar negatif dari <i>Netijen</i> ,
2.	Membentuk kepercayaan diri dalam bermasyarakat,	Kebosanan karena awalnya yang menjadi hobby akan menjadi tuntutan,
3.	Berbagi visi agar dapat dimanfaatkan oleh masyarakat,	Sempat depresi saat banyak masyarakat yang menghujat karya tersebut.
4.	Menjadi terkenal.	Tidak bisa diandalkan sebagai mata pencaharian tetap. ⁶

Perkembangan tersebut bukan tanpa masalah, terlebih saat diterapkan pada *Google Adsense* baik dari sistem, regulasi yang mengikat, etika dalam transaksi, bahkan mekanisme saat melakukan transaksi yang ditinjau dari prespektif hukum Islam, khususnya jika dikaitkan

⁶ Hasil wawancara bersama perwakilan Kediri *Creator Community (KCC)* Mas Alvath di Markas KCC , Ruko MITOS, Jl. Penanggungan Nomor.01, Lirboyo, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur. Pada Tanggal 02 Februari 2019 Pada Pukul 10.00

menggunakan teori akad. Transaksi pada dunia nyata akan lebih mudah dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi pada kedua belah pihak, karena akses informasi dan regulasi kedua pihak nyata yang dapat mempermudah menyelesaikan permasalahan tersebut, karena aturan transaksi pada dunia maya masih kurang jelas. Selain itu karena kurang amannya sistem dalam pengaturan internet, pencurian data komputer serta perusakan sistem data oleh para *hacker* selalu menghantui “hubungan sosial” di dunia maya.

Pada bisnis *online* yang saat ini terjadi hanya menggunakan regulasi atau Undang-Undang tentang Informasi dan Teknologi tanpa ada pertemuan nyata pada kedua belah pihak. Terdapat pula beberapa *Creator* yang memiliki konten bersifat negatif dan melenceng dari pesan edukasi. Karena mudahnya dalam mengakses internet hal tersebut dapat dilihat oleh anak di bawah umur yang secara otomatis akan diingat dan ditirukan dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Kondisi seperti itu yang akan memunculkan konflik perdata baik dari kontrak maupun aspek-aspek lain. Oleh sebab itu bagaimana pandangan hukum Islam melihat fenomena tersebut hingga memunculkan solusi alternatif terutama bagi umat Islam sebagai pengguna untuk melakukan bisnis tersebut.

Berdasarkan pemikiran tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan kajian yang lebih lanjut dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Kontrak Bisnis Jasa *Creator* Video dengan *Google Adsense*”.

B. Fokus Penelitian

Dengan latar belakang diatas maka penulis menguraikan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan kontrak dalam Bisnis Jasa *Creator* Video dengan *Google Adsense*?
2. Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap Pelaksanaan kontrak dalam bisnis jasa pada *Creator* video dengan *Google Adsense*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan kontrak yang dalam Bisnis Jasa *Creator* Video dengan *Google Adsense*.
2. Untuk mengetahui bagaimana pandangan hukum Islam terhadap pelaksanaan kontrak pada bisnis jasa *Creator* video dengan *Google Adsense*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan pada penelitian ini dapat memberikan keilmuan baru di bidang bisnis jasa, sehingga dapat membandingkan antara teori dengan kondisi yang berada dilapangan. Serta dapat menambah wawasan terutama dalam tinjauan hukum islam terhadap pelaksanaan kontrak pada bisnis jasa *creator* video dengan *Google Adsense* di era millennial.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan pada penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan *creator* agar dapat memanfaatkan internet dengan sebaik-baiknya sehingga tidak merugikan masyarakat terutama bagi anak usia dini.

E. Telaah Pustaka

Telaah Pustakan atau yang biasa disebut dengan penelitian terdahulu dicantumkan untuk mengetahui perbandingan penelitian yang telah dilakukan dan untuk mempermudah fokus apa yang akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain:

1. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Menjadikan *Youtube* Sebagai Sumber Penghasilan”. Skripsi ini ditulis oleh Ulfa Dwi Sholikhah (2018).

Penelitian ini secara umum membahas tentang apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menjadikan *Youtube* sebagai sumber penghasilan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penghargaan finansial dan lingkungan kerja tidak berpengaruh positif terhadap minat pengguna menjadikan *Youtube* sebagai sumber penghasilan, sedangkan popularitas berpengaruh positif terhadap minat pengguna menjadikan *Youtube* sebagai sumber penghasilan.⁷

⁷ Ulfa Dwi Sholikhah, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Menjadikan *Youtube* Sebagai Sumber Penghasilan” (Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, tahun 2018)

2. “Bisnis Periklanan *Online* Dalam Tinjauan Etika Bisnis (*Study Kasus BM Community* di Kota Malang)”. Tesis ini ditulis oleh Dliyaul Haq (2011).

Penelitian ini secara umum membahas tentang tinjauan periklanan *Online* dan etika bisnis pada produsen yang menggunakan *Google Adsense Youtube* sebagai daya tarik konsumen yang menontonnya. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa tinjauan etika bisnis terhadap *Google Adsense* menjadi suatu keharusan dan standar dalam memandang mekanisme periklanan *online*. Karena perkembangan *Google Adsense* yang sangat signifikan dibutuhkan standar etika bisnis sebagai salah satu variabel yang secara otomatis akan berdampak pada etika transaksi bisnis yang lain.⁸

3. “Bisnis *Online PTC (Paid To Click) Study* Perbandingan Antara Hukum Islam dan Hukum Positif (KUHPerdato)”. Skripsi ini ditulis oleh Rodli Jauhar Fauzi (2013).

Penelitian ini secara umum membahas tentang bisnis online PTC yang berada di dalam *Google Adsense Youtube*, yang akan dibandingkan antara hukum Islam dan hukum positif dan memakai KUHPerdato sebagai landasan teori. Hasil penelitian ini menjelaskan tentang akad yang digunakan pada *Google Adsense* yang serupa dengan bisnis *Adsense Youtube* dan dibandingkan antara madzab

⁸ Dliyaul Haq, “Bisnis Periklanan Online Dalam Tinjauan Etika Bisnis (Studi Kasus BM Community di Kota Malang)” (Tesis Pascasarjana Ekonomi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, tahun 2011)

dalam hukum Islam dengan hukum yang berlaku di Indonesia.⁹ Persamaannya dengan ketiga penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang *Google Adsense Youtube*. Pada penelitian pertama berfokus pada alasan masyarakat menjadikan *Google Adsense Youtube* sebagai sumber penghasilan, sedangkan perbedaannya dengan penelitian pertama yaitu pada penelitian ini membahas tentang pelaksanaan kontrak *Google Adsense Youtube* yang di tinjau dari hukum Islam. Lalu pada penelitian kedua perbedaannya terdapat pada fokus penelitian, jika pada penelitian kedua lebih fokus pada produsen yang menggunakan *Google Adsense youtube* sebagai iklan *online*, maka penelitian ini lebih fokus ke dalam hukum Islam terlebih pada pelaksanaan kontrak yang digunakan *Google Adsense Youtube*. Pada penelitian ketiga peneliti berfokus pada bisnis PTC yang terdapat di dalam *Google Adsense Youtube* dan peneliti akan membandingkannya antara hukum Islam dengan hukum positif yang berlandaskan pada KUHPerdara, berbeda dengan penelitian ini yang akan membahas pelaksanaan kontrak kerjasama yang digunakan *Creator* bersama *Google Adsense* pada aplikasi *Youtube*.

⁹ Rodli Jauhar Fauzi, "Bisnis Online PTC (Paid To Click) Study Perbandingan Antara Hukum Islam dan Hukum Positif (KUHPerdara)" (Skripsi Jurusan Perbandingan Madzab dan Hukum Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, tahun 2013)