

Aplikasi Maqashid Ekonomi Syariah Ibnu Asyur Pada Sistem Penggunaan Iklan *Payper Click* Melalui *Facebook Adsense*

Nurul Huda
UNUGIRI
nurulhuda@unugiri.ac.id

Eko Arif Cahyono
UNUGIRI
pakeko@unugiri.ac.id

Radya Nur Gandis
UNUGIRI

Abstract. The Pay Per Click (PPC) advertising mechanism indicates that there is an element of *gharar* because in the transaction there is a *ju'alah* pillar that is not fulfilled, namely the unclear amount of wages (*ju'lu*) that the advertiser (*ja'il*) must give to Facebook Ads (*maj'ul-lahu*), where the ambiguity is because the PPC system advertising fee is determined based on the number of audiences who click on the ad links, even though any party cannot know how many audiences have been reached before the advertising period ends. Meanwhile, *Gharar* is one of the elements that can cancel economic transactions. This research method uses descriptive-qualitative data collection using observation, interviews, and documentation. After conducting research, the *gharar* that occurs in PPC transactions is not significant and tolerance must be given so that *maqashid sharia* in the economic field in the form of *rawaj al-mal* is realized so that economic growth becomes high, income distribution in the community and poverty reduction

Keywords: *PPC, Gharar and Rawaj al-Mal*

Abstrak:

Mekanisme iklan *Pay Per Click* (PPC) terindikasi adanya unsur *gharar* karena dalam transaksinya terdapat rukun *ju'alah* yang tidak terpenuhi, yaitu tidak jelasnya jumlah upah (*ju'lu*) yang harus diberikan *advertiser* (*ja'il*) kepada *facebook Ads* (*maj'ul-lahu*), di mana ketidakjelasan tersebut lantaran upah iklan sistem PPC ditentukan berdasarkan jumlah *audience* yang mengklik tautan iklan, padahal pihak manapun tidak dapat mengetahui berapa jumlah *audience* yang dicapai sebelum masa iklan berakhir. Sedangkan *Gharar* merupakan salah satu unsur yang dapat membatalkan transaksi ekonomi. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif-kualitatif yang pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah dilakukan penelitian, *gharar* yang terjadi dalam transaksi PPC tidak signifikan dan harus diberikan toleransi agar *maqashid syariah* dalam bidang ekonomi berupa *rawaj al-mal* terealisasi sehingga pertumbuhan ekonomi menjadi tinggi, pemerataan pendapatan masyarakat dan pengurangan kemiskinan.

Kata Kunci: *PPC, Gharar dan Rawaj al-Mal*

Pendahuluan

Berners-Lee menciptakan internet dengan fitur-fitur yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai jenis interaksi tanpa terbatas ruang dan waktu.¹ Selain digunakan berkomunikasi internet juga dapat digunakan untuk melakukan berbagai aktifitas lainnya seperti jual beli *online*. Segala bentuk jual beli pasti tidak dapat dipisahkan dari

¹ Mahlil Nur Muhammad, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Bentuk Kerjasama Bisnis Periklanan Antara Publisher Dan Google AdSense," *Jurnal Muamalah* 7, no. 1 (2021): 273.

periklanan. Adanya iklan sangatlah dibutuhkan oleh pelaku usaha untuk memperkenalkan produk dan jasa mereka sehingga nantinya produk dan jasa tersebut akan dikenal dan menarik peminat yang semakin banyak.²

Berdasarkan penuturan Kotler iklan merupakan suatu bentuk penyajian serta promosi tentang ide, barang dan atau jasa oleh sponsor dengan bayaran tertentu dari pemasang iklan (*advertiser*).³ Salah satu *platform* media sosial yang dimanfaatkan untuk beriklan adalah *facebook* yang kini telah berubah nama menjadi META.⁴ *Facebook* sendiri telah memiliki pengguna sekitar 2,7 milyar orang setiap bulannya yang tersebar di seluruh dunia.⁵ *Facebook* yang digunakan untuk beriklan disebut dengan *facebook Adsense* atau *facebook Ads*.

Sistem iklan di *facebook Ads* dapat digolongkan sebagai jual beli jasa, di mana keuntungan yang didapat oleh *facebook* berupa dana yang telah dikeluarkan pihak *publisher* untuk beriklan.⁶ Ketika para *advertiser* memasang iklan di *facebook Ads* mereka dapat mengatur siapa saja konsumen yang ingin dicapai, dengan demikian mereka dapat menjangkau lebih banyak orang yang sekiranya tertarik pada produk mereka.⁷ Selain itu para *advertiser* juga dapat mengontrol jumlah *budget* yang ingin mereka gunakan untuk beriklan.⁸

Salah satu fitur yang ada di dalam *facebook Ads* adalah layanan iklan sistem *Pay Per Click (PPC)*, di mana pada sistem iklan ini pembayarannya akan ditagih untuk setiap kali klik pada tautan iklan yang dibagikan.⁹ Pembayaran iklan di *facebook Ads* sendiri tergantung pada negara dan mata uang yang diberlakukan. Adapun metode pembayaran yang bisa digunakan di Indonesia adalah *PayPal*, transfer bank, dan kartu debit.¹⁰ Saat beriklan para *advertiser* juga harus mematuhi aturan-aturan yang ditentukan oleh

² Addina Zulfa Fa'izah, "5 Fungsi Iklan Secara Umum, Ketahui Ciri-Ciri Beserta Syarat Membuatnya," merdeka.com, 2022.

³ I.G.A.D.A Dewi, "Makna Kiasan Visual Dalam Iklan Kaleng Beralkohol Suntory (Strong Zero)," *JPBJ* 6, no. 3 (2020): 294.

⁴ Hartono, *Metaverse, Neuralink, Dan Matinya Negara* (Jakarta Pusat: Lembaga Pembangunan Masyarakat Indonesia, 2022).

⁵ Aplikasi (Apk) Pengelola Iklan, "Meta For Bussines--Pusat Bantuan--Marketing Di Facebook," 2022.

⁶ Aplikasi (Apk) Pengelola Iklan, "Meta For Bussines--Pusat Bantuan--Meta Blue Print-- Sistem Pembayaran Iklan Facebook," 2022.

⁷ Marika (Praktisi Facebook Ads), "Pengelola Iklan--Pusat Bantuan--Facebook Blueprint, Lihat Vidio Panduan Singkat Untuk Iklan Halaman Facebook," Facebook, 2022.

⁸ Marika (Praktisi Facebook Ads), "Pengelola Iklan--Pusat Bantuan--Facebook Blueprint

⁹ Aplikasi (Apk) Pengelola Iklan, "Meta For Bussines--Pusat Bantuan--Meta Blue Print-- Sistem Pembayaran Iklan Facebook."

¹⁰ Aplikasi (Apk) Pengelola Iklan..

facebook seperti dilarang menggunakan konten yang kasar, mengandung unsur pornografi dan isu SARA.¹¹

Setelah konten iklan diterima oleh *facebook Ads advertiser* akan diarahkan ke halaman pilihan estimasi harga, adapun jumlah harga pasti yang harus dibayarkan ditentukan berdasarkan banyaknya *audience* yang mengklik tautan iklan, jumlah biaya untuk sekali klik sendiri akan diketahui setelah ada *audience* yang mengklik tautan iklan.¹² Sebagai contoh, *advertiser A* memilih estimasi biaya Rp. 500.000,- sampai dengan Rp. 1.000.000,- dengan jangkauan *audience* sebanyak 800-1000 dalam waktu 3 hari, namun hanya 500 *audience* yang mengklik tautan iklan, jadi biaya iklan yang harus dibayarkan oleh *advertiser A* hanya sejumlah 500 klik saja. Dan apabila harga setiap kali klik adalah Rp. 1.000,- maka yang harus dibayar *advertiser* berjumlah Rp. 500.000,-.¹³

Dari contoh iklan sistem *PPC* di atas peneliti mengasumsikan akad yang digunakan adalah *ju'alah*. Namun, peneliti juga mengindikasikan adanya unsur *gharar* pada sistem iklan ini karena dalam transaksinya terdapat rukun *ju'alah* yang tidak terpenuhi, yaitu tidak jelasnya jumlah upah (*ju'lu*) yang harus diberikan *advertiser (ja'il)* kepada *facebook Ads (maj'ul-lahu)*, di mana ketidakjelasan tersebut lantaran upah iklan sistem *PPC* ditentukan berdasarkan jumlah *audience* yang mengklik tautan iklan, padahal pihak manapun tidak dapat mengetahui berapa jumlah *audience* yang dicapai sebelum masa iklan berakhir.¹⁴

Jika pilihan hukum mengarah pada pembatalan transaksi karena adanya *gharar* berupa tidak adanya transparansi upah, maka tidak sejalan dengan salah satu teori maqoshid syariah dalam ekonomi yaitu *rawaj al-amwal* (ekonomi inklusif) yang bermakna harta berputar tidak boleh hanya pada orang-orang khusus namun secara luas dan umum dan berputar di antara banyak orang dengan cara yang benar. Sedangkan strategi yang ditempuh untuk terciptanya ekonomi inklusif dengan perluasan kesempatan dan memberi akses yang luas pada seluruh lapisan masyarakat adalah pembuatan peraturan ekonomi yang bertujuan untuk memindah hak-hak harta baik secara komersial (*mu'awadhoh*) maupun secara non komersial (*tabarru'*) yang menjamin kepastian transaksi ekonomi yang

¹¹ Icut Sugiarto, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads, Mediyunan (2022).

¹² Nur Cholis, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads, Whatsapp (2022).

¹³ Cholis.

¹⁴ Nur Cholis, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads, Whatsapp, EJSK Bakorwil Bojonegoro (2022).
Cholis.

dilakukan masyarakat yang memenuhi syarat dan rukunnya. Adapun strategi untuk mempermudah pembangunan ekonomi inklusif adanya toleransi transaksi ekonomi yang mengandung sedikit resiko/penipuan (*al-gharar*) seperti akad *muzaro'ah* dan *mudharabah* yang mengandalkan kejujuran dan profesionalitas, serta akad pesan (*salm*) yang barangnya tidak bisa dihadirkan pada waktu akad, mengunggulkan aspek kemaslahatan walaupun disertai sedikit kerusakan, dan pembebasan mode transaksi ekonomi yang sesuai kesepakatan, Manfaat ekonomi inklusif adalah pertumbuhan ekonomi menjadi tinggi, pemerataan pendapatan dan pengurangan kemiskinan, dan perluasan akses dan kesempatan.¹⁵

Pembahasan

Untuk menakar bagaimana aplikasi teori maqashid ekonomi syariah pada penggunaan iklan, perlu peneliti mengkaji terlebih dahulu dengan teori *ju'alah*, apakah penggunaan iklan sistem Pay Per Click (PPC) di facebook Ads sesuai syarat dan rukun yang ditetapkan oleh pakar ekonomi syariah sebagaimana berikut:

1. *Aqidain* (Pihak yang Berakad)

Aqidain atau pihak-pihak yang melaksanakan akad dalam iklan sistem *Pay Per Click (PPC)* di *facebook Ads* terdiri dari pebisnis *online* yang hendak mempromosikan produknya melalui *facebook Ads* atau disebut dengan *advertiser* yang dalam akad *ju'alah* disebut sebagai pihak pemberi upah (*ja'il*) dan pihak *facebook Ads* sebagai *maj'ul-lahu* karena pihak *facebook Ads* akan menyebar luaskan iklan produk atau jasa milik *advertiser*, serta *facebook Ads* merupakan pihak yang menerima upah (*ju'ul*).¹⁶

Kedua belah pihak tersebut telah memenuhi syarat sebagai *aqidain* dalam akad *ju'alah* yakni harus berakal sehat, baligh, merdeka, dapat membedakan antara yang baik dan buruk, tidak ada unsur paksaan, dan cakap hukum.¹⁷ Terpenuhinya syarat-syarat *aqidain* dalam akad *ju'alah* tersebut dalam iklan sistem *Pay Per Click (PPC)* dapat kita buktikan dari syarat orang yang hendak membuat kartu debit di suatu bank yang nantinya digunakan untuk membayar tagihan iklan harus melampirkan identitas asli berupa KTP, di mana KTP tersebut menjadi bukti bahwa telah diangap dewasanya

¹⁵ Muhammad Tahir Ibn Asyur, *Maqashid Al-Syari'ah Al-Islamiyah* (Damaskus: Dar al-Qalam, 2016).

¹⁶ Abdur Rohma, "Analisis Penerapan Akad *Ju'alah* Dalam Multi Level Marketing (MLM): Studi Atas Marketing Plan WWW.Jamaher.Network," *Al-Adalah* XIII, no. 2 (2016): 187.

¹⁷ Rohma.

seseorang secara nasional atau yang dalam hal ini dapat disebut sebagai baligh.¹⁸ Untuk pihak *facebook Ads* sendiri dapat kita simpulkan juga telah memenuhi syarat sebagai *aqidain* karena proses ulasan materi iklan apakah mengandung unsur-unsur yang dilarang atau tidak untuk kedua kalinya akan dilakukan oleh seorang manusia dan bukan robot. Manusia yang dipekerjakan oleh *facebook* tersebut pasti telah mampu membedakan antara yang baik dan buruk karena mereka dapat membedakan antara iklan mana yang melanggar aturan dan yang tidak melanggar aturan.

Ketentuan-ketentuan beriklan di *facebook Ads* dapat kita lihat di dalam aplikasi pengelola iklan "*Meta For Bussiness*" bahkan ketentuan-ketentuan tersebut juga akan ditampilkan saat *advertiser* hendak memulai beriklan.¹⁹ Dari ketentuan-ketentuan beriklan tersebut dalam hal ini dapat dikategorikan sebagai *sihat* akad tertulis karena apabila pihak *advertiser (ja'il)* menyetujui aturan-aturan yang ditetapkan pihak *facebook Ads* maka ia dapat melanjutkan transaksi beriklan dengan *facebook Ads*, begitupun sebaliknya.

2. 'Amal (Objek Pekerjaan)

Adapun syarat objek pekerjaan dalam akad jual ah adalah sebagai berikut:

- a. Jasa yang disediakan adalah jasa yang manfaatnya bersifat *mubah* atau boleh dan apabila jenis jasanya haram misalnya jasa sihir dengan tujuan apapun baik digunakan untuk kebaikan ataupun keburukan hukumnya tetap dilarang. Hal tersebut berdasarkan hadis nabi riwayat oleh Bukhari dan Muslim yang berbunyi: Artinya: "Sesungguhnya Rasulullah SAW melarang menerima uang hasil penjualan anjing, upah pelacur, dan upah dukun."
- b. Tidak ada unsur tolong menolong dalam maksiat artinya apabila jenis pekerjaan adalah perkara *mubah* atau boleh namun digunakan untuk tujuan maksiat maka upah yang diterima hukumnya haram, misalnya jasa pembuatan pisau yang digunakan untuk membunuh manusia.²⁰ Hal tersebut berdasarkan firman Allah SWT dalam Qs.al-Mai'dah [5]:2.

Artinya: "...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan)kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan

¹⁸ Cholis, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads. EJSC Bakorwil Bojonegoro

¹⁹ Cholis.

²⁰ Jaih Mubarak, *Ekonomi Syariah Bagi Perguruan Tinggi Hukum Strata 1* (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia, 2021).

bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”

Berkenaan dengan syarat-syaat ijab kabul di atas dalam *facebook Ads* sendiri sebenarnya telah memberikan aturan-aturan bahwa iklan yang dibublikasikan tidak boleh mengandung ujaran kebencian, gambar-gambar yang fulgar, iklan terhadap barang illegal, obat-obatan terlarang, iklan senjata, amunisi, ataupun barang peledak.²¹ Dari aturan-aturan tersebut apabila pihak *facebook Ads (ma'ul-lahu)* menemukan adanya pelanggaran dari pihak *advertiser (ja'il)* maka secara otomatis iklan yang hendak dipublikasikan oleh *advertiser/ja'il* akan langsung ditolak.²²

Tidak hanya sampai di situ, bentuk penolakan *facebook Ads* terhadap materi iklan yang melanggar aturan dapat dikatakan sangat tegas, hal tersebut terbukti dari segala jenis akun milik *advertiser* bisa sampai diblokir oleh pihak *facebook* baik itu akun *facebook* pribadi maupun akun *facebook* bisnis mereka dan akun-akun lain merupakan aplikasi-palikasi milik META serta dihubungkan dengan akun *facebook* bisnis yang digunakan untuk beriklan seperti *messenger, instagram, dan whatsapp*.²³ Dari uraian di atas dapat kita simpulkan jika objek pekerjaan dalam *facebook Ads* yang berupa jasa periklanan telah memenuhi syarat dari objek pekerjaan akad *ju'alah ('amal)* karena jenis produk dan jasa yang diiklankan oleh pihak *advertiser* tidak mengandung unsur kemaksiatan.

3. Upah (Ju'lu)

Di dalam akad *ju'alah* ketentuan atau syarat dari upah (*ju'lu*) harus bersifat *ma'lum* atau diketahui secara jelas sejak awal dilakukan transaksi sehingga apabila upahnya bersifat *majhul* atau tidak jelas maka akad *ju'alah* menjadi *fasid*.²⁴ Apabila para pihak yang melaksanakan akad *ju'alah (maj'ul-lahu)* terdiri dari banyak orang maka upah (*ju'lu*) harus dibagi sama rata.²⁵ Dalam iklan sistem *Pay Per Click (PPC)* pada *facebook Ads* jumlah pembayarannya akan dihitung berdasarkan setiap klik tautan yang didapat oleh *advertiser* bukan dari waktu ditayangkannya iklan.²⁶ Sebagai contoh apabila setiap kali klik tautan iklan oleh *facebook Ads* dihargai Rp 1.000,- dan jumlah

²¹ Iklan, “Meta For Bussines-Pusat Bantuan-Marketing Di Facebook.”

²² Sugiarto, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads.

²³ Sugiarto.

²⁴ Afriani dan Ahmad Saepudin, “Implementasi Akad Ju'alah Dalam Lembaga Keuangan Syaariah,” *Eksisbank* 1, no. 2 (2018): 60.

²⁵ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer* (Jakarta Timur: Kencana, 2019).

²⁶ Febri Yusuf Wibisono, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads, Whatsap, 28 Mei (2022).

audience yang mengklik tautan iklan sebanyak 10 orang maka pihak *advertiser* harus membayar sejumlah Rp 10.000,- kepada *facebook Ads*.²⁷

Dalam praktiknya *facebook Ads* juga menerapkan adanya sistem estimasi, misalnya *advertiser A* memilih estimasi *budget* maksimal Rp. 500.000,- yang estimasi *audiencenya* adalah 50-100 orang dalam waktu 2 hari, dan untuk harga pasti per klik tautan iklan hanya dapat diketahui setelah ada *audience* yang mengklik tautan iklan tersebut.²⁸ Dari pembayaran sistem estimasi pada iklan *Pay Per Click (PPC)* dapatpeneliti simpulkan jika tidak memenuhi syarat pemberian upah (*ju'lu*) akad *ju'alah* karena di dalam akad *ju'a>lah* jumlah nominal upah (*ju'lu*) yang diberikan harus sudah jelas sejak awal dilakukannya akad atau transaksi.²⁹

Berdasarkan rukun dan syarat akad *ju'alah* di atas peneliti dapat menyimpulkan jika iklan sistem *Pay Per Click (PPC)* telah memenuhi rukun dan syarat pihak-pihak yang berakad dalam akad *ju'alah ('aqidain)* yang terdiri dari *advertiser* sebagai *ja'il* dan *facebook Ads* sebagai *maj'ul-lahu mu'ayyan* atau *maj'ul-lahu* yang telah ditentukan oleh *ja'il*. Iklan sistem *Pay Per Click (PPC)* telah memenuhi rukun dan syarat dari *sighat* akad, yakni antara ijab dan kabul dipenuhi atau dilakukan semua. Selain itu iklan sistem *Pay Per Click (PPC)* juga telah memenuhi rukun dan syarat dari *'amal* (objek pekerjaan akad *ju'>alah*), yakni tidak boleh ada unsur kemaksiatan serta volume kerja akad *ju'alah* yang berdasarkan pada target bukan waktu yang dalam iklan sistem *Pay Per Click (PPC)* pada *facebook Ads* volume kerjanya juga menggunakan acuan target, yakni berdasarkan jumlah klik yang dapat dicapai dan bukan dari durasi ditayangkannya iklan tersebut.³⁰

Lalu apabila kita lihat dari segi pembatalan transaksinya iklan sistem *Pay Per Click (PPC)* pada *faceook Ads* juga telah memenuhi kriteria dari akad *ju'alah*, di mana baik pihak *facebook Ads* maupun pihak *advertiser* selama pekerjaan belum dilaksanakan dapat membatalkan transaksi meskipun salah satu pihak tidak menyetujuinya, atau yang dalam akad *ju'a>lah* disebut dengan akad *jaiiz*.³¹ Hal ini sejalan dengan teori *ju'alah* yang menjelaskan jika akad *ju'alah* merupakan akad *ja'iz* dari kedua belah pihak, artinya semua pihak dapat membatalkan akad tanpa persetujuan dari pihak lainnya selama

²⁷ Wibisono.

²⁸ Cholis, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads.

²⁹ Saepudin, "Implementasi Akad Ju'alah Dalam Lembaga Keuangan Syaariah."

³⁰ Cholis, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads, EJSC Bakorwil Bojonegoro, 14 Juni 2022.

³¹ Wibisono, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads.

Selain itu pembatalan iklan juga dapat dilakukan ketika iklan telah dipublikasikan, di mana salah satu pihak baik pihak *facebook Ads* maupun pihak *advertiser* dapat membatalkan penayangan iklan tersebut tanpa adanya persetujuan salah satu pihak.³² Pembatalan penayangan iklan yang dilakukan oleh salah satu pihak ketika iklan sudah dijalankan seperti keterangan di atas dalam akad *ju'alah* hukumnya adalah boleh, karena sebenarnya *facebook* telah menetapkan kebijakan iklan yang harus dipatuhi oleh *advertiser*, atau dalam akad *ju'alah* dapat digolongkan ke dalam kategori syarat lafadz ijab kabul berupa "harus ada batasan tertentu dalam melakukan sayembara".

Dari penjelasan terkait pemenuhan rukun-rukun dan syarat-syarat akad *ju'alah* terhadap iklan sistem *Pay Per Click (PPC)* pada *facebook Ads* di atas, seperti yang telah peneliti jelaskan sebelumnya jika syarat upah (*ju'ul*) *ju'alah* tidak terpenuhi karena jumlah upah (*ju'lu*) yang diberikan oleh *advertiser* (*ja' il*) kepada *facebook Ads* (*maj'ul-lahu*) tidak dapat diketahui secara jelas oleh *advertiser* sebelum ada *audience* yang mengklik tautan iklan.³³ Sedangkan dalam akad *ju'alah* jumlah *ju'ul* harus diketahui sejak awal dilakukannya transaksi.³⁴ Lantaran tidak terpenuhinya syarat *ju'ul* tersebut maka transaksi iklan sistem *Pay Per Click (PPC)* pada *facebook Ads* dapat dikatakan mengandung unsur *gharar*.

Pada dasarnya tidak semua *gharar* hukumnya dilarang, hal tersebut dikarenakan terdapat *gharar* yang dapat dihindari dan terdapat *gharar* yang tidak dapat dihindari. Ibnu Rusd menyebutkan bahwa ulama' telah sepakat jika *gharar* terbagi menjadi dua, yaitu:³⁵

- a) *Gharar Muasir* (*gharar* yang berpengaruh terhadap akad) atau *gharar* dalam *shighat* akad. *Gharar* ini dapat digolongkan sebagai *gharar* berat.³⁶
- b) *Gharar Ghair Muasir* (*Gharar* yang tidak berpengaruh terhadap akad) atau *gharar* dalam objek transaksi atau *gharar* ringan, di mana jenis *gharar* ini tidak mungkin

³² Cholis, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads.

³³ Sugiarto, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads.

³⁴ Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*.

³⁵ Ammi Nur Baits, *Halal Haram Bisnis Online*, III (Jogjakarta: Pustaka Muamalah Jogja, 2018).

³⁶ Baits.

untuk dihindari dalam kehidupan sehari-hari sehingga diperbolehkan.³⁷ Dari penjelasan jenis *gharar* yang dilarang dan *gharar* yang diperbolehkan di atas transaksi iklan dengan sistem *Pay Per Click (PPC)* di *facebook Ads* dapat dikatakan mengandung unsur *gharar ghair muasir* atau *gharar* ringan yang hukumnya diperbolehkan karena sebenarnya *facebook Ads* telah memberikan estimasi harga minimal dan maksimal dari iklan agar dapat dijadikan acuan pembayaran bagi *advertiser*.³⁸ Ditambah lagi *gharar* tersebut tidak bisa dihindari lantaran baik pihak *advertiser* maupun *facebook Ads* tidak dapat mengetahui berapa jumlah *audience* yang akan mengklik tautan iklan, bisa jadi semua targetnya atau hanya sebagian dari targetnya saja atau bahkan tidak ada satupun dari target yang mengklik tautan iklan.³⁹ Diperbolehkannya *gharar ghair muasir* juga sejalan dengan pendapat Imam ad-Dardir yang menyatakan: *Gharar* ringan itu diperbolehkan menurut sepakat ulama karena adanya *hajjah*⁴⁰

Selain itu transaksi iklan dengan sistem *Pay Per Click (PPC)* di *facebook Ads* peneliti simpulkan mengandung unsur *gharar ghair muasir* atau *gharar* ringan adalah karena ketidakjelasan harga untuk setiap kali klik tidak menjadi masalah besar bagi *advertiser* dan *facebook Ads*.⁴¹ Hal tersebut dikarenakan *advertiser* sama sekali tidak merasa dirugikan dengan berapapun jumlah harga yang akan mereka dapat pada setiap kali kliknya selama iklan yang mereka pasang tidak mengalami boncos atau kegagalan yang signifikan.⁴²

Advertiser juga mengungkapkan apabila mereka mendapat harga iklan untuk setiap kliknya tinggi maka hal itu telah menjadi risiko mereka saat melakukan bisnis, mereka juga merasa harga yang mereka keluarkan sebanding dengan progres yang mereka dapat seperti produk mereka yang semakin dikenal oleh banyak orang, akan lebih mendapatkan banyak interaksi dari *audience* baik berupa *like*, *comment*, bahkan akan lebih banyak mendapatkan pembeli dibandingkan saat menggunakan sistem iklan yang lain. Lalu ketika *advertiser* merasa mendapat harga yang relative tinggi pada

³⁷ Aksamawanti, "Gharar: Hakikat Dan Pengaruhnya Terhadap Akad," *Syariat: Jurnal Studi Qur'an Dan Hukum* V, no. 1 (2019): 49.

³⁸ Yoso Lukito (Founder dan Owner Sekolah Digital Bisnis Islam), *Bedah Buku Halal Haram Bissnis Online #40 –Facebook Ads Dalam Syariah*, 2022, <https://youtube/nnRIdy8i53w>, diakses pada 13 Mei 2022/.

³⁹ Cholis, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads.

⁴⁰ Aksamawanti, "Gharar: Hakikat Dan Pengaruhnya Terhadap Akad."

⁴¹ Sugiarto, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads.

⁴² Wibisono, Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads.

setiap kali klik tautan maka mereka dapat langsung menonaktifkan penayangan iklan tersebut, harga iklan per klik dapat dikatakan tinggi apabila melebihi Rp. 3.000,-.

Dari hasil analisis tersebut menurut pandangan Hukum Ekonomi Syariah tentang penggunaan iklan dengan sistem *Pay Per Click (PPC)* pada *facebook Ads* apabila dilihat dari semua komponen atau rukun serta syarat akad *ju'alah* telah memenuhi semua komponennya, meskipun terdapat sedikit ketidakjelasan dalam sistem pengupahannya atau yang dapat disebut dengan *ghara'r*. Namun *ghara'r* di sini dikategorikan sebagai *ghara'r* ringan atau *ghara'r ghair muasir* yang hukumnya diperbolehkan sebab adanya ketidakjelasan harga iklan tidak menjadi masalah bagi *advertiser* dan *facebook Ads* karena iklan dengan sistem *Pay Per Click*.

(*PPC*) lebih banyak menimbulkan manfaat dari pada kerugian untuk kedua belah pihak, yaitu bagi pihak *facebook Ads* akan mendapat keuntungan berupa upah dari pihak *advertiser* setelah ada *audience* yang mengklik tautan iklan, sedangkan bagi pihak *advertiser* akan mendapat keuntungan berupa progres iklan yang cukup memuaskan seperti mendapat *like*, *comment*, serta pembeli yang lebih banyak dibanding saat menggunakan sistem iklan yang lain. Dengan demikian penggunaan iklan sistem *Pay Per Click (PPC)* pada *facebook Ads* menurut peneliti hukumnya diperbolehkan. Hal ini juga sesuai dengan salah satu teori maqashid ekonomi syariah dalam ekonomi yang diungkapkan oleh Tahir Ibn Asyur yang menekankan pada aspek *rawaj al-amwal* (ekonomi inklusif) yang berarti harta jangan sampai berputar hanya pada orang-orang khusus namun harus bisa dimanfaatkan oleh orang banyak atau akses dan kesempatan diperluas kepada semua orang dengan cara memberi toleransi transaksi ekonomi yang mengandung sedikit resiko/penipuan (*al-gharar*). Ini semua dilakukan supaya pertumbuhan ekonomi menjadi tinggi, dan terjadi pemerataan pendapatan dan pengurangan kemiskinan.

Penutup

1. Mekanisme iklan PPC dimulai dari para *advertiser* harus memiliki akun bisnis *facebook Ads*, akun iklan *facebook Ads*, dan halaman bisnis *facebook Ads* terlebih dahulu yang dapat dibuat melalui alamat *website* <https://business.facebook.com>. Adapun cara menetapkan sistem *Pay Per Click (PPC)* adalah dengan memilih kategori iklan "ajak lebih banyak pengunjung situs *web*". Sedangkan yang dimaksud iklan sistem *Pay Per Click (PPC)* yaitu pembayaran iklan berdasarkan jumlah klik yang didapat oleh

advertiser misalnya, *advertiser* A memilih estimasi biaya Rp. 500.000,- sampai dengan Rp. 1.000.000,- dengan jangkauan *audience* sebanyak 800-1000 dalam jangka waktu 3 hari, namun hanya ada 500 *audience* yang mengklik tautan iklan, jadi biaya iklan yang harus dibayarkan oleh *advertiser* A hanya sejumlah 500 klik saja dan bukan 800 atau 1000 klik. Dan apabila ternyata harga setiap kali klik adalah Rp. 1.000,- maka yang harus dibayar oleh *advertiser* berjumlah Rp. 500.000,-.

2. Menurut Hukum Ekonomi Syariah iklan sistem *Pay Per Click (PPC)* pada *facebook Ads* telah memenuhi rukun dan syarat akad *ju'alah* yang terdiri dari *'a>qidain*, *sighat* akad, *'amal*, dan *ju'lu*, sehingga iklan *Pay Per Click (PPC)* hukumnya diperbolehkan meskipun terdapat sedikit unsur ketidakjelasan (*gharar*) dalam sistem pengupahannya (*ju'lu*) karena baik *advertiser* maupun *facebook Ads* tidak bisa mengetahui berapa harga pasti yang harus dibayarkan oleh *advertiser* sebelum iklan berakhir, dan pihak-pihak tersebut juga tidak dapat mengetahui harga iklan per kliknya sebelum ada *audience* yang mengklik tautan iklan. Hal ini juga sesuai dengan salah satu teori maqashid ekonomi syariah dalam ekonomi yang diungkapkan oleh Tahir Ibn Asyur yang menekankan pada aspek *rawaj al-amwal* (ekonomi inklusif) yang berarti harta jangan sampai berputar hanya pada orang-orang khusus namun harus bisa dimanfaatkan oleh orang banyak atau akses dan kesempatan diperluas kepada semua orang dengan cara memberi toleransi transaksi ekonomi yang mengandung sedikit resiko/penipuan (*al-gharar*). Ini semua dilakukan supaya pertumbuhan ekonomi menjadi tinggi, dan terjadi pemerataan pendapatan dan pengurangan kemiskinan.

Daftar Pustaka

- Aksamawanti. "Gharar: Hakikat Dan Pengaruhnya Terhadap Akad." *Syariati: Jurnal Studi Qur'an Dan Hukum* V, no. 1 (2019): 49.
- Asyur, Muhammad Tahir Ibn. *Maqashid Al-Syari'ah Al-Islamiyah*. Damaskus: Dar al-Qalam, 2016.
- Baits, Ammi Nur. *Halal Haram Bisnis Online*. III. Jogjakarta: Pustaka Muamalah Jogja, 2018.
- Cholis, Nur. Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads (2022).
- Dewi, I.G.A.D.A. "Makna Kiasan Visual Dalam Iklan Kaleng Beralkohol Suntory (Strong Zero)." *JPBJ* 6, no. 3 (2020): 294.
- Fa'izah, Addina Zulfa. "5 Fungsi Iklan Secara Umum, Ketahui Ciri-Ciri Beserta Syarat Membuatnya." merdeka.com, 2022.
- Hartono. *Metaverse, Neuralink, Dan Matinya Negara*. Jakarta Pusat: Lembaga Pembangunan Masyarakat Indonesia, 2022.

- Iklan, Aplikasi (Apk) Pengelola. "Meta For Bussines--Pusat Bantuan--Meta Blue Print--Sistem Pembayaran Iklan Facebook," 2022.
- . "Meta For Bussines-Pusat Bantuan-Marketing Di Facebook," 2022.
- Islam), Yoso Lukito (Founder dan Owner Sekolah Digital Bisnis. *Bedah Buku Halal Haram Bissnis Online #40 -Facebook Ads Dalam Syariah*, 2022. <https://youtube/nnRldy8i53w>, diakses pada 13 Mei 2022/.
- Mahlil Nur Muhammad. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Bentuk Kerjasama Bisnis Periklanan Antara Publisher Dan Google AdSense." *Jurnal Muamalah* 7, no. 1 (2021): 273.
- Marika (Praktisi Facebook Ads). "Pengelola Iklan--Pusat Bantuan--Facebook Blueprint, Lihat Vidio Panduan Singkat Untuk Iklan Halaman Facebook." Facebook, 2022.
- Mubarok, Jaih. *Ekonomi Syariah Bagi Perguruan Tinggi Hukum Strata 1*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia, 2021.
- Rohma, Abdur. "Analisis Penerapan Akad Ju'alah Dalam Multi Level Marketing (MLM): Studi Atas Marketing Plan WWW.Jamaher.Network." *Al-'Adalah* XIII, no. 2 (2016): 187.
- Saepudin, Afriani dan Ahmad. "Implementasi Akad Ju'alah Dalam Lembaga Keuangan Syaariah." *Eksisbank* 1, no. 2 (2018): 60.
- Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*. Jakarta Timur: Kencana, 2019.
- Sugiarto, Icut. Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads (2022).
- Wibisono, Febri Yusuf. Wawancara Pengguna Iklan Facebook Ads (2022).