

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini diyakini sebagai salah satu aspek pembangun peradaban manusia dari zaman ke zaman menuju ke arah yang lebih maju. Manuel Castells menyatakan lahirnya inovasi teknologi informasi merupakan sebuah revolusi suatu zaman.¹ Setelah sekian lama teknologi informasi yang terlebih dahulu dikembangkan seperti televisi, radio, dan media cetak sempat menetap lama dan digunakan oleh banyak kalangan masyarakat. Kini peradaban manusia mulai beralih di era yang lebih maju di mana munculnya media baru yang sifatnya lebih interaktif dengan melibatkan pengguna sebagai *Produsage*. Istilah *produsage* dikenalkan oleh Axel Bruns dalam bukunya yang berjudul *blogs, wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*.

Produsage berarti konten yang dibuat dan diunggah, seperti pada era revolusi industri 4.0 saat ini, perkembangan teknologi informasi mulai dari *smartphone* hingga media sosial telah mengubah gaya hidup masyarakat hingga pada titik yang paling fundamental. Menurut McLuhan Perubahan sangat terlihat dari generasi modern atau yang biasa disebut dengan era *millennial*.

¹ Berto Tukan, "Perubahan Teknologi". Dalam <https://poryalteater.com/berto-tukan-bicara-perubahan-teknologi/>. 16 Juni 2019

Pada era sekarang ini pengguna situs media sosial sebagai media berinteraksi sosial secara *online* sangat banyak sekali bahkan hampir menyeluruh di Dunia menggunakan interaksi dengan sosial media. Media sosial juga banyak sekali manfaat yang bisa didapatkan dengan bergabung situs jejaring seperti halnya *youtube*, *blogger*, *facebook*, *instagram* dan masih banyak sosial media lainnya. Manfaat yang dapat diperoleh dari pengguna media sosial diantaranya adalah terhubung hingga dapat berinteraksi dengan teman dan keluarga tanpa dibatasi jarak selama lokasi pengguna terjangkau oleh koneksi internet, dan yang sangat populer manfaat media sosial juga tidak kalah penting dengan jual beli langsung secara tatap muka antara dua orang ataupun lebih, tetapi media sosial juga sebagai Bisnis *online* yang menggunakan koneksi internet.²

Dalam kehidupan sehari-hari, salah satu yang sangat berdampak pada manusia saat ini yaitu bisnis yang notabene merupakan salah satu yang sangat berkembang dan bertumbuh cepat pada saat ini, seperti halnya *website* dan aplikasi *android* yang memudahkan untuk belanja secara *online* telah muncul diinternet yang sangat populer sekali sehingga *mall* hampir dikalahkan oleh dunia bisnis *online*. Dengan adanya *website* yang terhubung ke internet maka dapat membeli apapun yang anda inginkan melalui media sosial bahkan tidak harus keluar rumah untuk mendapatkan barang yang anda butuhkan. Anda hanya perlu duduk didepan komputer atau bisa melalui *smartphone* untuk

² Mashadi, *Teknologi Informasi dan Komunikasi Untuk Kelas IX* (Jakarta: Pusat Pembinaan 2010),15.

mencari produk yang anda inginkan, lalu memesan secara *online* melalui media sosial.

Dalam dunia bisnis, internet saat ini telah membuka mata duni yaitu tentang sebuah dunia baru, interaksi baru, *matketplace* baru, dan sebuah jaringan bisnis dunia tanpa batas dan sangat mudah diakses disadari maupun tidak internet telah mempengaruhi pola interaksi bisnis yang sudah mapan sebelumnya dan inilah yang mempengaruhi ekonomi sosial dan budaya yang sudah ada. Internet juga telah memberikan kontribusi yang sangat besar bagi masyarakat, perusahaan maupun pemerintah. Internet telah menunjang efektifitas dan efisiensi operasional perusahaan, terutama dalam hal komunikasi, publikasi serta mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh sebuah lembaga ataupun perusahaan.

Perkembangan pengguna internet yang terus meningkat, hingga mencapai angka peningkatan sebesar 50% untuk pengguna internet di dunia pada tahun 2017. Negara Indonesia merupakan wilayah dengan pertumbuhan pengguna internet nomer satu di dunia yaitu sebesar 51%, dengan penggunaan akses aktif paling diminati ada pada sosial media sebesar 2,907 miliar dari jumlah total pengguna internet sebesar 3,811 miliar orang Menurut Tjiptono & Chandra.³

³ Tjiptono, F., & Chandra, G. *Pemasaran Global Konteks Offline & Online*. (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012). Yang dikutip oleh Gilang Muhammad Dwijay Tentang Analisis Positioning Youtuber Indonesia Berdasarkan Persepsi Penonton Youtube Dengan Menggunakan Metode *Perceptual mapping* (studi pada kategori *entertainment* Dengan konten berbasis *vlog*)

Salah satu model bisnis yang populer saat ini adalah periklanan. Periklanan dapat diartikan sebagai segala aktivitas untuk mengumumkan sesuatu kepada masyarakat yang bertujuan menginformasikan, menganjurkan, atau menawarkan produk, baik berupa barang maupun jasa, agar masyarakat tertarik untuk membeli atau menggunakannya.⁴ Periklanan yang mulanya hanya sabatas media cetak seperti, banner, baliho, dan media elektronik lainnya, kini telah berkembang pada jaringan *online* dan yang sering disebut *online advertising* atau juga bisa dikenal dengan periklanan *online*. *Internet marketing* atau *online marketing*.⁵ Perkembangan periklanan semakin berkembang pesat sekali, bahkan sebagian pemasukan sekarang sudah hampir semua penghasilannya dari periklanan. Saat ini aplikasi android yang berbasis data semuanya dimasuki iklan yang tidak lain hanyalah di buat *bisnis* sehingga dapat penghasilan. Iklan sudah menjadi bagian bagian yang tidak terpisahkan dalam berbagai dunia situs *online*. Seperti iklan yang berada di *website*, *instagram*, *facebook* ,dan *youtube*.

Periklanan juga tidak lepas dengan *google* yang juga melakukan ekspansi dengan kerja sama dengan pemilik *website* untuk dipasang iklan *Google* pada *website* tersebut, dengan kerja sama yang saling menguntungkan. Kerjasama kedua inilah yang melahirkan *google adsense*. *Adsense* adalah cara sederhana yang gratis untuk memperoleh penghasilan dengan menempatkan

⁴ Evelyn Hendriana, *Ekonomi Kreatif RI*, (Jakarta: PT. Republik Solusi 2015), 05

⁵ Wikipedia, "Online Advertising", dalam <https://en.wikipedia.org>, diakses tanggal 28 Oktober 2018

iklan di *website*-nya.⁶ Dengan menerapkan sistem prosentase keuntungan *Cost Per Klik* (CPC).

Youtube bukan lagi situs namun *youtube* adalah masa depan dengan karena itu tidak heran jika era *milenial* sekarang ingin menggapai cita-cita yang tidak pernah ada 10 atau 20 tahun yang lalu, yaitu menjadi *youtuber*. Menjadi seorang *youtuber* memang tidak sulit dan modalnya pun tidak terlalu banyak. Jika memiliki alat perekam seperti *smartphone*, maka dengan dibantu internet berkecepatan tinggi anda sudah bisa menjadi *youtuber*. *Youtube* bukan sekedar untuk mengakses video *online* yang sifatnya hiburan yang gratis tanpa prabayar hanya saja menggunakan koneksi internet. Padahal dengan memiliki akun *Youtube* sendiri dapat membuat video yang kreatif di *channel*-nya dan juga bisa mendapatkan penghasilan tambahan dari video yang diunggah tersebut. Manfaat *Youtube* selain untuk hiburan, lebih dari itu *Youtube* sering digunakan oleh kebanyakan orang ataupun perusahaan untuk melakukan pemasaran produk mereka secara keseluruhan sehingga mampu menjangkau pelanggan yang lebih luas. Hal ini yang dilirik oleh google dalam menarik pemilik *Youtube* untuk mendaftarkan situs mereka dalam periklanan *online* sebagai penghasilan. Model iklan yang ditawarkan seperti halnya gambar, video pendek dan banner.

Berdasarkan pemaparan di atas peneliti tertarik mengkaji hal tersebut dalam kajian dan penelitian yang berjudul “Implementasi *Akad Syirkah* dalam *Bisnis Iklan Dari Youtube Dengan Sistem Cost Per Klik* (CPC)”.

⁶ https://www.google.com/intl/id_id/adsense/start/#/?modal_active=none diakses tanggal 26 November 2018, pukul 15.29 Wib

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana praktek Bisnis iklan pada *Youtube* ?
2. Bagaimana implementasi akad *syirkah* dalam *bisnis* iklan pada *youtube* dengan sistem *cost per click* (CPC).

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dari Penelitian ini adalah

- a. Untuk mengetahui bagaimana praktek bisni iklan pada *Youtube* .
- b. Untuk mengetahui bagaimana implementasi akad *syirkah* dalam *bisnis* iklan pada *youtube* dengan sistem *cost per click* (CPC).

Adapun kegunaan dari penelitian ini sebagai adalah:

- a. Untuk memperkaya ilmu pengetahuan, sekaligus bisa digunakan sebagai bahan kajian untuk generasi selanjutnya.
- b. Diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan yang dapat memberikan informasi mengenai implementasi akad *syirkah* dalam *bisnis* iklan pada *youtube* dengan sistem *cost per click* (CPC) dan penyelesaian masalah yang berkaitan dengan bidang muamalah pada umumnya dan jual beli pada khususnya.

D. Definisi Konseptual

Cost Per Click (CPC) adalah cara *youtube* membayar pihak *youtuber* sebagai penayang iklan yang paling umum. CPC dihitung berdasarkan jumlah klik pengunjung pada iklan. Apabila pengunjung tidak mengklik iklan, maka pihak pengiklan tidak membayar dan *youtuber* juga tidak menerima pembayaran.⁷

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, yang dimaksud dengan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang temuannya tidak di diperoleh dari prosedur perhitungan, prosedur statistik dan bentuk hitungan lainnya.⁸

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh peneliti dalam penyusunan skripsi ini adalah penelitian pustaka (*library research*), yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka. Sedangkan pendekatan yang peneliti gunakan ini adalah pendekatan yuridis normatif, yaitu suatu cara pendekatan terhadap masalah yang diteliti dengan berdasarkan aturan yang terdapat dalam al-Qur'an dan Hadits yang berhubungan dengan permasalahan bisnis iklan pada *youtube* dengan sistem *cost per click*.

⁷ <https://www.klikmania.net/cara-youtube-membayar/> di akses tgl 23 Juni 2019 Pukul 10:12 WIB.

⁸ Anselm Straus dan Juliet Corbin, *Dasar-dasar penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 04.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang akan dilakukan bersifat deskriptif analitis, yaitu data yang diperoleh dari literatur-literatur yaitu buku, jurnal, dan penelitian terdahulu dan dikumpulkan menjadi satu kemudian di analisa dengan menggunakan sudut pandang hukum Islam yang disajikan dalam bentuk uraian dengan pemikiran induktif, yaitu kumpulan fakta yang terjadi dilapangan dikumpulkan, di analisa kemudian ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode penelitian, hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam proses penelitian dan pengumpulan data yang sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan oleh peneliti.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian pada dasarnya merupakan sesuatu yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian serta berupa orang atau sesuatu yang darinya ingin diperoleh keterangan atau dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi mengenai suatu kondisi dari dalam subjek penelitian ini.⁹

4. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah penghasilan bisnis iklan melalui *youtube*.

5. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penulisan ini adalah sumber data primer, sumber data sekunder, dan sumber data tersier.

⁹ Muh. Fitrah & Luthfiyah, *Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Sukabumi: CV Jejak, 2017), 152.

- a. Sumber data primer yaitu data primer merupakan data utama yang didapatkan oleh peneliti dari sumber utama di lokasi penelitian atau objek penelitian dimana sumber data tersebut dihasilkan.¹⁰ Adapun *website* resmi: www.youtube.com dan para *youtuber*.
- b. Sumber data sekunder yaitu data sekunder merupakan data yang bersumber dari pihak lain yang tidak diusahakan sendiri pengumpulannya.¹¹ Sumber data ini dapat diperoleh dengan melakukan riset kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian terdahulu serta berbagai literatur yang terkait dalam penelitian tersebut seperti, jurnal, buku, dan dokumen lainnya. Sumber yang dimaksud meliputi:
1. Jefferly. Helianthusonfri, *Youtube Marketing*. (Jakarta: PT Gramedia, 2016).
 2. Jefferly. Helianthusonfri, *Yuk jadi Youtube*. (Jakarta: PT Gramedia, 2016).
 3. Jubilee Enterprise, *Kitab Youtuber*, (Jakarta: PT Elx Media Komputindo, 2018).
 4. Panji Adam, *Fiqh Muamalah Maliyah*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2017).
 5. Wahbah Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jilid 5, (Damsqi: Darul Fikir, 2006).

¹⁰ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Dan Lainnya*, cet. Ke-4 (Jakarta: Lencana Prenada Media Group, 2005), 122.

¹¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, cet. Ke-8, (Jakarta: Kencana, 2018), 132.

6. Deny Setiawan, “Kerja Sama (*Syirkah*) Dalam Ekonomi Islam”, Jurnal Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Riau, Vol 21, Nomor 3 September, 2013.
 7. Edy Chandra, “Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni”, Youtube Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyimpanan Aspirasi Pribadi, (Jakarta: Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Taruna Negara Jakarta, 2010).
- c. Sumber data tersier yaitu sumber data yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap sumber data sumber primer dan sekunder, seperti kamus, ensiklopedia dan indeks.¹²

6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara:

- a. Riset kepustakaan, yaitu pengumpulan data dari literature-literatur tertulis, meliputi buku tentang *youtube*, *website* resmi www.youtube.com dan Hukum Islam yang berkaitan dengan topik penelitian.
- b. Klasifikasi dari sistematika data. Yaitu data dan Informasi yang telah terkumpul, dikelompokkan kedalam satuan-satuan pembahasan dan diformulasikan sesuai sistematika skripsi.
- c. Wawancara adalah interaksi bahasa antara dua orang atau lebih dimana dalam wawancara akan dibutuhkan informasi mengenai apa

¹² Zainuddin Ali, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 24.

yang ditanyakan oleh pewawancara kepada narasumber.¹³

Wawancara termasuk proses komunikasi yang paling menentukan dalam suatu penelitian karena dari wawancara tersebut data yang akan diperoleh lebih mendalam dan detail.¹⁴ Peneliti menggunakan metode wawancara semi terstruktur dalam penelitian ini, dimana peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang sudah disiapkan untuk *youtuber*. Proses memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya dengan si penjawab dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).¹⁵

- d. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi sendiri bisa berbentuk tulisan, gambar, video, atau karya monumental seseorang. Dokumentasi sendiri dapat menjadi bukti bahwa suatu objek penelitian benar-benar diteliti. Dokumen bisa pula berkenaan dengan peristiwa atau momen atau kegiatan yang telah lalu, yang padanya mungkin dihasilkan sebuah informasi, fakta dan data yang diinginkan.

7. Analisis Data

Analisis data dalam metode kualitatif ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data ini juga merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara,

¹³ Emzir, *Metodologi penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 39.

¹⁴ Danu Eko Agustinova, *Memahami Metodologi Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*, (Jogjakarta: Calpulis, 2015), 33.

¹⁵ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, tahun 2002), hlm.130

atau bahan-bahan lainnya. Dalam hal ini peneliti dalam menganalisis data menggunakan data deskriptif-analisis. Dengan memberikan penjelasan terhadap permasalahan yang terjadi, kemudian dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan.

Tabel 1.1
Informan tentang wawancara dengan para youtuber

NO.	Informan	Keterangan
1.	Ahmad Wildan	<i>Youtuber</i> mahasiswa UMM
2.	Zaka Fahmi	<i>Youtuber</i> mahasiswa UTM
3.	Irja Nailal Ulya	Bekerja Badan Pusat Statistik Republik Indonesia
4.	Andriawan Pratikto	<i>Youtuber</i> , Fotografer, Persewaan BUS Pariwisata
5.	Andre Santoso	<i>Yotuber</i> asal Blitar
6	Muhammad Nasrul	Youtuber Mahasiswa UTM

Sumber : Hasil Wawancara Bersama Para Youtuber

8. Penelitian Terdahulu

Untuk mempermudah dalam melakukan penelitian maka sangat perlu bagi peneliti untuk melakukan penelaahan terhadap buku-buku yang relevan dengan objek kajian yang diteliti dan membaca hasil karya orang lain yang sudah berbentuk skripsi untuk dijadikan pedoman dan acuan dalam melakukan penelitian dan menyusun karya ilmiah tersebut menjadi skripsi, diantaranya :

1. Skripsi dengan judul “Analisis *akad Google Adsense* prespektif Islam”

Oleh Muhammad Bahaur Rijal, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Pada

tahun 2016. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam mekanisme yang terjadi dalam google *adsense* mencerminkan nilai-nilai dasar *akad* yang sesuai dengan aturan *akad*. Pemberlakuan *akad* secara baku bertujuan menghindari moral hazard untuk melindungi pihak yang terkait dalam bisnis *online* demi terwujudnya kemaslahatan dan kesejahteraan bersama. Di samping itu, adanya upaya filterisasi yang berlaku di google *adsense* menunjukkan adanya penerapan nilai-nilai etika yang berimplikasi kepada keabsahan *akad*

.¹⁶

Persamaan yang terdapat di dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang pertama pada objek penelitian, yaitu tentang akad dari suatu penelitian, yaitu tentang akad transaksi dan model bisnis periklanan

Sedangkan perbedaan antara peneliti ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian. Pada penelitian terdahulu yang pertama, objek kajiannya masih sangat umum, karena *adsense* masih banyak macamnya, sedangkan penelitian ini sudah spesifik yaitu tentang sistem bagi hasil dengan menggunakan *Cost Per Click*.

2. Skripsi dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap *Bisnis Adsense Youtube*”. yang ditulis Husain Muhammad Arsyad Pada tahun 2014 Dalam tulisan tersebut diuraikan tentang mekanisme *Bisnis Adsense Youtube* dan secara hukum *Bisnis* tersebut tidak

¹⁶ Muhammad Bahaur Rija, *Analisis Akad Google Adasense Prespektif Hukum Islam*, skripsi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2016.

dianggap melanggar aturan dan prinsip syariah selama *publisher* dapat mengantisipasi hal-hal yang sudah dijelaskan secara menyeluruh mulai dari *akad* yang digunakan sampai pada tahap regulasi hak cipta. Bila terjadi penyimpangan dalam *akad* atau ada unsur manipulasi atau tindakan moral hazard maka bisnis *adsense youtube* dianggap tidak sah karena melanggar aturan main dalam hukum Islam (fikih Muamalat). Dalam penelitian tersebut penulis hanya fokus pada aspek etika dan tidak menyentuh aspek *akad*.¹⁷

Persamaan yang terdapat di dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang pertama pada objek penelitian, yaitu tentang akad dari suatu penelitian, yaitu tentang akad *syirkah abdan*.

Sedangkan perbedaan antara peneliti ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian. Penelitian terdahulu yang pertama, objek kajiannya fokus pada hak cipta sebagai suatu langkah dalam melindungi karya seseorang, sedangkan penelitian ini. Sudah spesifik yaitu tentang sistem bagi hasil dengan menggunakan *cost per click*.

3. Skripsi dengan judul "Analisis kerja sama Antara Publisher dan Google Adsense dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syariah" ,oleh Panji Asoka Rahmad Wiguna, mahasiswa IAIN Salatiga , Fakultas Syari'ah, Jurusan Muamalah, tahun 2017. Hasil penelitian ini menerangkan bahwa *akad* dan mekanisme bisnis google *adsense*

¹⁷ Husain Muhammad Arsyad, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Adsense Youtube*, skripsi, IAIN Salatiga, 2014.

secara garis besar bertentangan dengan prinsip syari'ah karena hukum Islam tidak membolehkan bergabung dalam *google adsense* kecuali memastikan bersihnya berbagai situs yang diiklankan dari hal-hal yang haram, karena tidak lah diperbolehkan mengumumkan, mengiklankan, dan membantu menyebarkan kemungkaran. Maka seyogyanya para *publisher* lebih mendalami saat melakukan transaksi *akad* terhadap pihak *google adsense* atau produk-produk *google* yang lain sehingga jelas dan tidak terjadi keburaman dalam *akad*.¹⁸

Persamaan yang terdapat di dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang pertama pada objek penelitian, yaitu tentang akad dari suatu penelitian, yaitu tentang *akad* transaksi dan model bisnis periklanan.

Sedangkan perbedaan antara peneliti ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian, dimana pada penelitian terdahulu yang pertama, objek kajiannya masih sangat umum, karena *adsense* bisa digunakan di *website*, aplikasi dan *youtube* sedangkan penelitian. Sudah spesifik yaitu tentang sistem bagi hasil dengan menggunakan *cost per click* pada *youtube*.

¹⁸Asoka Rahmad, *Analisis Akad Kerjasama Antara Publisher dan Google Adsense dengan Prespektif Hukum Ekonomi Syariah*, skripsi, IAIN Salatiga, 2017.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian skripsi ini peneliti akan susun atas lima bab, masing - masing bab akan membahas persoalan sendiri-sendiri, namun dalam pembahasan keseluruhan antara bab yang satu dengan yang lainnya saling berkaitan. Secara garis besar sistematika pembahasan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Merupakan pendahuluan yang berisi: Latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, kerangka teoritik dan sistematika pembahasan.

BAB II : Berisi tentang landasan teori, yang mendeskripsikan tentang konsep *akad syirkah*,

BAB III : Berisi tentang landasan teori tentang *youtube* dan *Advertising* (periklanan).

BAB IV : Hasil penelitian dan analisis yang terdiri dari hasil penelitian yang meliputi bagaimana gambaran praktek *Bisnis* iklan pada *Youtube* dengan sistem *Cost Per Click* (CPC) dan analisis *akad syirkah* terhadap praktek tersebut.

BAB V : Penutup, yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran serta kata penutup.