

## BAB II

### PERSPEKTIF DAN KAJIAN TEORITIS

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Dengan dilakukannya penelitian ini maka tercipta kajian teoritis yang mendukung teori yang akan diajukan, juga dapat menjadi acuan literatur penelitian. Oleh karena itu, penulis berharap dapat mengembangkan teori yang telah diajukan sebelumnya untuk melaksanakan penelitiannya.

##### 2.1.1 Amandafanny Silviana Putri (2021)

Penelitian dari Putri (2021), membahas tentang bagaimana strategi dan *treatment* kitabisa.com sebagai *social enterprise* yang bergerak di bidang *crowdfunding*. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus dan bersifat deskriptif. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa terdapat strategi khusus KitaBisa yang menyesuaikan performa dan karakteristik masing-masing *platform*.

Persamaan dengan penelitian ini sama-sama melakukan dengan menggunakan platform digital yaitu *Youtube Ads* sebagai variabel penelitian, sedangkan perbedaan dengan penelitian ini lingkup variabel yang digunakan adalah *platform* digital berbasis dalil *Al Quran* dan *Al Hadits* sedangkan penelitian terdahulu strategi dalam konteks komunikasi di media sosial.

### 2.1.2 Niya Amalia Insan, Wahyudi (2021)

Penelitian Insan *et.al.* (2021) membahas tentang pengelolaan zakat, infaq dan sedekah di *startup* KitaBisa dengan metode penggalangan dana dan infak dalam beberapa kategori sejalan dengan konsep zakat, infaq dan sedekah dalam perspektif hukum Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu metode yang digunakan peneliti untuk menggambarkan keadaan objek penelitian saat ini, berdasarkan fakta yang ada. Dalam hal ini peneliti ingin mendapatkan perspektif hukum Islam terhadap pengelolaan zakat *online* di *Startup* KitaBisa.com.

Persamaan dengan penelitian ini sama-sama memiliki tujuan penelitian bagaimana *platform* digital dapat memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam memberikan donasi, sedangkan perbedaan dengan penelitian ini pada *platform* yang diteliti oleh peneliti adalah berfokus pada donasi *online* berbasis dalil *Al quran* dan *Al Hadits* dalam *platform Youtube Ads* sedangkan penelitian terdahulu menggunakan *crowdfunding* KitaBisa yang tujuannya untuk memberikan kontribusi mengatasi masalah sosial baik dalam aspek pendidikan, kesehatan, lingkungan, dan lainnya di Indonesia.

### 2.1.3 Yoki Firmansyah, Reza Maulana, Afif Arman (2020)

Penelitian Firmansyah *et.al.* (2020) memiliki tujuan untuk menghilangkan kekhawatiran donatur palsu, dan donatur dapat dengan mudah mencari informasi penggalangan dana di *website* dan mencari penggalangan dana yang di lokasi terdekat menggunakan *platform* berbasis komunikasi atau teknologi. Dalam

penelitian tersebut menggunakan dua metode penelitian yaitu metode pengumpulan data dan metode pengembangan perangkat lunak.

Persamaan dengan penelitian ini sama-sama meneliti bagaimana donasi online menggunakan *platform* digital. Dengan adanya *platform* donasi *online* dapat meringankan para donatur mencari penggalangan dana yang membutuhkan donasi tanpa datang langsung ke lokasi, sedangkan perbedaan dengan penelitian ini penelitian terdahulu menggunakan metode pengembangan perangkat lunak sebagai metode pengumpulan data. Menurut (Taufiq et al., 2016) dalam pembuatan sistem informasi donasi ini digunakan *SLDC waterfall* sebagai langkah pembuatan perangkat lunak yang digunakan untuk menyusun, merencanakan, dan mengendalikan proses pengembangan sistem informasi.

#### **2.1.4 Arina Muntazah, Rosiana Andhikasari (2022)**

Penelitian dari Muntazah *et.al.* (2022) menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dimaksudkan untuk menggambarkan atau menjelaskan situasi atau masalah yang diteliti. Dalam hal ini, peneliti berusaha menjelaskan peran media sosial dalam strategi komunikasi yang dilaksanakan oleh Lembaga Filantropi Islam di Indonesia. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa media digital mempunyai kewajiban cukup penting dan peranan yang cukup luas dalam menjalankan implementasi strategi pemasaran.

Persamaan dengan penelitian ini penelitian keduanya mengetahui dan mendeskripsikan peran komunikasi digital dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran menggunakan media digital berupa *website*, *email*, aplikasi *mobile* dan jejaring sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp* dan *YouTube*, lalu

perbedaan dengan penelitian ini penelitian terdahulu bermaksud meneliti pada peran media digital secara keseluruhan dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran pada Lembaga Filantropi Islam di Indonesia berdasarkan hasil penelitian kegiatan DMIC atau *Digital Integrated Marketing Communication*, sedangkan penelitian ini berfokus pada bagaimana peran *platform* donasi *online Youtube Ads* berbasis dalil *Al Quran* dan *Al Hadits* dengan perspektif *Maqashid al Shariah*.

#### **2.1.5 Rd. Siti Sofro Sidiq, Ashaluddin Jalil, R. Wilya Achmad (2021)**

Penelitian yang dilakukan oleh Sidiq *et.al.* (2021) memiliki tujuan untuk mengkaji bagaimana solidaritas sosial terbentuk di dunia maya secara virtual melalui *platform crowdfunding* Kitabisa.com. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mana dilakukan melalui dua tahap yaitu menganalisis konten web dan setelah itu dilakukan tahap fenomenologis untuk menganalisis untuk mengetahui bagaimana solidaritas sosial penyandang dana terbentuk dalam *crowdfunding* Kitabisa.com.

Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa perkembangan gerakan *crowdfunding* di Indonesia sudah bergerak ke arah yang tepat dan selaras dengan nilai-nilai solidaritas sosial yang menjadi tempat partisipasi masyarakat dengan gerakan gotong royong dalam bentuk partisipasi sosial berbasis inovasi dan teknologi informasi.

Persamaan dengan penelitian ini sama – sama menggambarkan dan menjelaskan maksud bahwa kegiatan sumbangan ini merupakan upaya untuk menggerakkan peran atau kontribusi masyarakat luas, sedangkan perbedaan dengan penelitian ini penelitian terdahulu menggunakan *platform crowdfunding*

Kitabisa.com dalam mencari informasi, sedangkan penelitian ini berfokus pada Netnografi khususnya pada *platform Youtube Ads*.

#### **2.1.6 H.P. Pramana, S. Hastjarjo, Sudarmo (2020)**

Penelitian yang dilakukan oleh Pramana *et.al.* (2020) memiliki tujuan mengkaji secara empiris bagaimana kolaborasi *platform crowdfunding* dengan media lain dapat menciptakan “media baru” dan bagaimana format baru ini dapat memberikan, sekedar hiburan, atau menambah nilai, serta berperan dalam keterlibatan untuk kesadaran masyarakat. Penelitian tersebut menggunakan metode studi kasus kualitatif dengan paradigma interpretatif. Hasil penelitian tersebut bahwa motivasi intrinsik lebih berpengaruh daripada motivasi ekstrinsik dan menemukan bahwa bentuk *crowdfunding* dapat memenuhi kebutuhan hiburan dan gerakan sosial di masyarakat.

Persamaan dengan penelitian ini sama – sama menggunakan objek penelitian menggunakan *platform* media sosial *Youtube*. Penelitian terdahulu menggunakan objek penelitian adalah interaksi terjalin *platform Youtube* dalam acara #SobatAmbyarPeduli dalam konser Didi Kempot, sedangkan perbedaan dengan penelitian ini penelitian terdahulu menjelaskan secara lengkap dan detail bahwa gerakan sosial dengan menjelaskan bagaimana konsep, ide, individu, peristiwa, dan organisasi saling terkait bersama-sama untuk melakukan tindakan untuk melakukan donasi tersebut.

### 2.1.7 Aris Puji Purwatiningsih, Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra, Aries Setiawan (2023)

Penelitian yang dilakukan oleh Puji Purwatiningsih *et.al.* (2023) menjelaskan bagaimana masyarakat Indonesia dan Malaysia berperilaku keuangan melalui *crowdfunding*, untuk berkontribusi sosial. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti praktik hukum Islam terkait donasi berdasarkan *crowdfunding* di kedua negara tersebut. Artikel tersebut berdasarkan penelusuran literatur dengan menggunakan kriteria dan kata kunci *crowdfunding*, Islam, *crowdfunding*, donasi, media sosial, Malaysia, Indonesia, dan *Islamic Country*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan donasi bergantung pada *crowdfunding* yang juga didukung oleh penggunaan media sosial saat ini.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama – sama memberikan informasi penting untuk memberi tahu pembaca dan publik bahwa melakukan penggalangan dana berbasis *crowdfunding* media sosial dapat menstimulasi aksi komunitas dan mendorong partisipasi komunitas. sedangkan perbedaan dengan penelitian ini objek pengambilan data yang diambil dari penelitian terdahulu diambil dari persentase penggunaan media sosial di negara Indonesia dan Malaysia. Penelitian terdahulu juga menjelaskan secara rinci persamaan dan perbedaan secara sistematis dan visual di mana *platform crowdfunding* Kitabisa.com dan Kitafund yang merupakan *platform* sukses di negara Indonesia dan Malaysia.

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

Nama (Tahun)	Topik Penelitian	Informan Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Analisis
Amandafanny Silviana (2021)	Literasi Digital: Strategi Social Enterprice Sebagai Crowdfunding Dalam Memberdayakan Masyarakat Berdonasi Secara Online	PT. Kita Bisa Bersama Yayasan Kita Bisa	Analisis Deskriptif	Strategi dan perlakuan khusus KitaBisa yang menyesuaikan kinerja dan karakteristik masing-masing platform, dengan company branding yang Kitabisa bangun melalui fungsionalitas aplikasi dan situs web serta konten media sosial yang jelas dan komprehensif.
Arina Muntazah, Rosiana Andhikasari (2022)	Peran Media Digital Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Lembaga Filantropi Islam Di Indonesia	Kajian literatur	Analisis Deskriptif	Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media digital mempunyai peranan yang cukup luas dalam penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Lembaga Filantropi di Indonesia.
Yoki Firmansyah , Reza Maulana, Afif Arman (2020)	Sistem Informasi “Yukdonasi” Sebagai Media Penggalangan Donasi Online Berbasis Website	Tiga lembaga yang berkedudukan di Pontianak.	Metode pengembangan perangkat lunak	Penulis menarik kesimpulan untuk pembuatan aplikasi website mengelola donasi untuk para donatur bahwa masyarakat atau donatur mencari penggalang dana dan yang belum terekspos di media sosial.
Niya Amalia Insan, Wahyudi (2021)	Fikih Muamalah Dalam Konteks Pengelolaan Zakat, Infak Dan Sedekah Berbasis Star -Upkitabisa.Com	Situs Kitabisa.com dan wawancara peneliti	Analisis Deskriptif	Pengelolaan zakat, infak dan sedekah pada platform Kitabisa.com dengan metode penggalangan dana dan donasi dalam beberapa kategori telah sesuai dengan perspektif hukum Islam dan fikih muamalah
Rd. Siti Sofro Sidiq, Ashaluddin Jalil, R. Wilya Achmad (2021)	Virtual World Solidarity: How Social Solidarity is Built on the Crowdfunding Platform Kitabisa.com	Platform crowdfunding Kitabisa.com	Metode kualitatif	Disimpulkan bahwa perkembangan gerakan crowdfunding di Indonesia telah berada pada jalur yang baik sesuai dengan nilai-nilai solidaritas sosial yang melibatkan masyarakat untuk saling membantu dalam bentuk partisipasi sosial berbasis pada inovasi teknologi informasi
H.P. Pramana, S. Hastjarjo, Sudarmo (2020)	Crowdfunding Donations through Charity Concert as New Media: Alternative to Entertainment Needs or Social Movements?	Objek penelitiannya adalah interaksi yang terjalin di platform media sosial Youtube	Metode kualitatif	Konser amal dari rumah bertajuk #SobatAmbyarPeduli mengangkat konsep crowdfunding melalui website kitabisa.com yang bekerja sama dengan saluran televisi, youtube untuk mempengaruhi intrinsik dibandingkan ekstrins.
Aris Puji Purwatiningsih, Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra, Aries Setiawan (2023)	Islamic Crowdfunding in Indonesia and Malaysia: Exploring the Role of Social Media in Mobilizing Funds for Social Impact	Crowdfunding negara Indonesia dan Malaysia yaitu Kitabisa.com dan Kitafund	Penelusuran literatur	Keberhasilan program crowdfunding di Indonesia dan Malaysia masih didominasi oleh kegiatan yang berkaitan dengan nasehat agama Islam, seperti zakat, sedekah, infaq. Hal ini menjadi bukti bahwa amalan Kitabisa dan Kitafundi sesuai dengan syariat Islam.

Sumber: Amandafanny (2021), Arina Muntazah, Rosiana Andhikasari (2022), Yoki Firmansyah, Reza Maulana, Afif Arman (2020), Syahrul Hidayanto, Ishadi Kartosapoetro (2020), Niya Amalia Insan, Wahyudi (2021), Rd. Siti Sofro Sidiq, Ashaluddin Jalil, R. Wilya Achmad (2021), H.P. Pramana, S. Hastjarjo, Sudarmo (2020), Aris Puji Purwatiningsih, Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra, Aries Setiawan (2023)

## 2.2. **Kajian Teoritis**

Dasar dalam penelitian yang berjudul “Analisis *Platform* Donasi *Online* Berbasis Dalil *Al Quran* dan *Al hadits* Perspektif *Maqashid al Shariah*.” Berikut akan dijelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

### 2.2.1 **Platform Donasi**

Sistem informasi berbasis *website* sangat diperlukan oleh berbagai lembaga dan perusahaan yang termasuk dalam lembaga sosial dan pendidikan, sistem informasi berbasis *website* bisa membantu untuk menyebarkan informasi sehingga dapat menambah jumlah donatur melalui *platform* sumbangan (Amalia et al., 2017). Jadi bisa dikatakan prinsipnya sama seperti pembiayaan tradisional, platform sumbangan terbuka untuk semua pihak individu maupun pelaku ekonomi atau kelompok orang yang memberikan pembiayaan kecil ataupun besar. Pada dasarnya *platform* sumbangan tetap menentukan dan mengarah pada pembiayaan dalam satu proyek atau kampanye tetapi dengan melibatkan proses dari media digital itu sendiri yaitu internet. Mekanisme ini diperlukan untuk memperlancar dalam hal efisiensi untuk aliran informasi pembiayaan sehingga dapat menjangkau luas masyarakat.

*Platform* pengumpulan dana *online* lainnya di Indonesia yang mencatat transaksi terbesar dan selalu aktif dalam penggalangan dana adalah Kitabisa.com, yang artinya elemen *brand* Kitabisa.com dibuat untuk mudah diingat dan dikenal oleh masyarakat lebih luas (Hidayanto et al., 2020). *Platform* tersebut digunakan untuk mengumpulkan sumbangan dan menggalang dana secara *online* dalam artian mulai dari siapa pun dimulai dari individu, kelompok, lembaga amal hingga organisasi dapat memulai kampanye yang dapat mencakup berbagai kategori



seperti bantuan korban bencana, bantuan korban perang, bantuan kesehatan, pendidikan, pembangunan tempat ibadah, dan lain sebagainya. Pada tahun 2013, mulai muncul beberapa *platform* di Indonesia seperti Wujudkan.com, Patungan.com hingga Kitabisa.com. *Platform* pengumpulan dana *online* juga lebih banyak dalam bentuk berbasis donasi di mana penggalang dana akan mendapatkan balasan atau imbalan dalam bentuk layanan dan barang dari sumbangan yang mereka lakukan. Jadi penghargaan yang diberikan dapat berupa barang seperti *merchandise* atau mendapatkan keistimewaan khusus seperti diundang dalam acara makan malam, bertemu dan bersalaman, konser khusus, dan lain-lain.

*Platform* donasi merupakan representasi atau bentuk implementasi terbaik dari pemanfaatan media digital *humanities* (Putri, 2021), yaitu dengan mengimplementasikan proyek sosial menggunakan pendekatan *humaniora*. Maknanya adalah pendekatan ilmu dalam hal mempelajari manusia sehingga mencapai kemanusiaanya, dengan memanfaatkan keterampilan berbasis digital sehingga kegiatan *humaniora* tersebut dapat dilakukan secara lebih luas. *Platform* donasi juga bisa dapat didefinisikan sebagai panggilan terbuka untuk pengumpulan dana melalui internet dalam bentuk uang, sumbangan, materi, hadiah, waktu atau penghargaan untuk mendukung inisiatif yang memiliki tujuan sosial (Tomczak & Brem, 2013).

### **2.2.2 Donasi Online**

Berkembangnya era teknologi pada saat ini yaitu teknologi informasi membuat segalanya menjadi lebih mudah, banyak pekerjaan yang dahulu tidak mudah yang berubah sekarang dilakukan menjadi mudah salah satunya berkaitan

dengan donasi (Firmansyah et al., 2020). Kemajuan teknologi saat ini telah muncul tren atau gaya yang terbaru yaitu donasi secara *online* atau digital, di mana setiap masyarakat di seluruh tempat atau dunia bisa melakukan kegiatan kedermawanan dengan memanfaatkan internet (Hidayat, 2019).

*Charity* atau sumbangan adalah tindakan memberikan uang, materi, hadiah atau waktu kepada yang membutuhkan, baik secara langsung atau melalui perantara (Kharima et al., 2021). Donasi *online* bertujuan dalam hal mengumpulkan dana yang berbentuk pemberian untuk mendukung suatu tujuan. Faktor penting keberhasilan konsep amal *online* adalah digitalisasi masyarakat dengan berkembangnya kehadiran internet. Donasi *online* menurut Wade, dalam (Aziz et al., 2019) yaitu sebagai suatu proses pengumpulan dana yang biasanya dilakukan melalui media digital bertujuan memenuhi keperluan pendanaan suatu program usaha dengan metode pengumpulan uang berjumlah kecil dari banyaknya peserta donatur dana yang umumnya memiliki ideologi dan tujuan yang sama.

*Crowdfunding* menurut Wade, dalam (Aziz et al., 2019) pembiayaan proyek yang merujuk dan mengarah pada proyek bisnis dan juga proyek kegiatan kemanusiaan. Dalam hal ini pembiayaan kegiatan sosial dan *platform* donasi *online* biasanya dioperasikan oleh suatu perusahaan sosial "*social enterprise*" dengan memanfaatkan *platform* internet melalui situs media sosial atau situs web. Dalam jurnal (Hidayanto et al., 2020) dijelaskan beberapa upaya sosial seperti yang memiliki tujuan kemanusiaan cenderung mengikuti model patronase, yaitu dengan memposisikan donatur dalam peran dermawan, yang tidak mengharapkan imbalan atau balasan atas kontribusi mereka lakukan. Model patronase dipraktikkan untuk

kegiatan donasi terwujud ketika pemberi dana tidak menerima imbalan atas pembiayaan mereka selain *altruisme*, kedermawanan, promosi pribadi dan perusahaan. Oleh karena itu, praktik donasi secara *online* dianggap berpotensi untuk diimplementasikan dalam organisasi amal dan lembaga masyarakat dalam melaksanakan kegiatan sosial dan pemberdayaan masyarakat.

Teknologi sebagai wujud sosial yang bergantung pada berbagai faktor sosial (Nurhadi & Irwansyah, 2018). Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan, jadi dapatlah diartikan bahwa donasi merupakan wujud inovasi yang memberikan kemudahan dan keleluasaan dalam mengumpulkan dana dari para pemberi sumbangan melalui *platform* atau situs yang dikelola oleh institusi dengan memanfaatkan dalam mendayagunakan kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi melalui jaringan internet.

### **2.2.3 Donasi Berbasis Dalil Al Quran dan Al Hadis**

Pengumpulan dana atau sumbangan yang dilakukan melalui internet, ketika diniatkan untuk ibadah (zakat, infak, sedekah dan wakaf) merupakan suatu *amal* di bidang sosial (tanpa keuntungan), yang bertujuan untuk saling membantu dan tolong-menolong sesama. Telah disebutkan dalam *Al Quran* yang menganjurkan dan mengajarkan untuk bersedekah dan berinfaq. Seperti yang tertera dalam Surat *An-Nisa (4:114)*

*“Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat ma’ruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia. Dan barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keridhaan Allah, maka kelak Kami memberi kepadanya pahala yang besar.”*

Ayat ini merupakan salah satu landasan bagi umat Islam untuk saling membantu. Berpartisipasi dalam penyaluran donasi melalui *platform* donasi *online* merupakan salah satu bentuk membantu sesama. Donasi mempengaruhi kehidupan manusia baik di dunia maupun di akhirat, karena itulah Islam mengajarkan manusia untuk rajin membantu sesama. Dengan berdonasi, seseorang dapat meningkatkan pahala dan kepercayaannya. Dalam *hadits* dikatakan bahwa jika seseorang memiliki harapan untuk mencapai tujuan tersebut maka ia diperintahkan untuk memulai dengan memberikan sedekah sebagaimana disebutkan dalam *hadits* sebagai berikut.

*“Barangsiapa ingin doanya terkabul dan dibebaskan dari kesulitannya hendaklah dia mengatasi (menyelesaikan) kesulitan orang lain.” (HR. Ahmad)*

Hadis di atas menjelaskan, bahwa manusia yang membantu kesulitan orang lain, akan dikabulkan doanya oleh Allah SWT. Dalam ayat lainnya dijelaskan, dalam QS. Baqarah: 261, yaitu:

*“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartabnya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir; pada setiap bulir serratus biji. Allah melipatgandakan (ganjaran) bagi siapa yang dia kehendaki.”*

Ayat di atas menjelaskan bahwa ketika seseorang mewakafkan hartanya di jalan Allah atau berdonasi akan diberi pahala 700 kali lipat, dari apa yang ia berikan kepada orang lain. Hal ini membuktikan bahwa memberi tidak hanya bermanfaat bagi penerima tetapi juga dapat bermanfaat bagi pemberi.

#### **2.2.4 Donasi di Youtube Ads**

Dengan meningkatnya pengguna internet, semakin banyaknya juga pengguna *smartphone*, meningkatnya juga pengguna layanan sosial media, hal

tersebut menjadi tersedianya aplikasi pembayaran *online* maka memicu juga perubahan perilaku seseorang dalam berdonasi (Saputri & Putri, 2019). Hal tersebut sejalan dengan *platform Youtube Ads* yang bisa dikatakan fitur yang digunakan untuk menempatkan iklan di *platform* video untuk menjangkau lebih banyak pengguna *YouTube*.

Iklan *Youtube* menargetkan iklan kepada pengguna berdasarkan hasil riwayat pencarian yang pernah mereka cari di *Google*. Konten video yang diproduksi oleh *Youtube Ads* bersifat mendidik dan menghibur, dibagi menjadi eksperimen sosial, penggalangan dana kesehatan, obrolan jarak dekat, profil tokoh inspiratif, dan lainnya. Berikut contoh iklan berdasarkan ajaran Islam yang berhasil di *screenshot* peneliti dari *Youtube Ads*:



**Gambar 2.1 Iklan Donasi Youtube Wakaf**  
Sumber: *Youtube*

Gambar 2.1 di atas ditampilkan oleh akun *Youtube* Al-Bahjah Cianjur yang berada di Jl. Raya Puncak Desa Cijedil, Kec. Cugenang, Kab. Cianjur, Provinsi Jawa Barat. Dalam video tersebut yang di mana ulama Buya Yahya yang juga menjadi Pengasuh LPD Al-Bahjah mengajak semua orang untuk ikut berpartisipasi yang dengan membantu berdonasi dalam pembangunan Pondok Pesantren.

### 2.2.5 Maqashid Al Shariah

Dalam bidang pengembangan hukum Islam, pada masa lalu Islam hanya menyorankan satu disiplin ilmu dalam Syariat Islam dalam bentuk kajian yang disebut *ushul fiqh* (Nizar et al., 2019). Kini, dalam pemikiran syariah kontemporer, *Maqashid al-Shariah* muncul sebagai warna baru dalam studi Islam tentang syariah. Secara etimologi, *Maqashid* berarti sengaja atau tujuan, jadi artinya *Maqashid* berarti hal-hal yang diinginkan dan dimaksudkan. Sementara itu, *syariah* mengacu pada beberapa hukum amaliyah yang diberikan oleh agama Islam, yang keduanya terkait dengan rancangan akidah dan hukumnya. Perpaduan kedua kata tersebut menjadi *maqashid al-shariah*, yang secara garis besar berarti tujuan syariah Islam. *Maqashid al-shariah* merupakan gaya baru dalam kajian Ushul Fiqh yang berkembang di zaman modern ini (Nizar et al., 2019). Meski demikian, benih *maqashid syariah* justru muncul secara tersirat dalam sejumlah karya Ulama klasik seperti *Al-Mustashfa* karya Al-Ghazali dan *Qawa`adul Ahkam* karya Al-Izz Bin Abd. Salam.

Saat ini keberadaan kajian *maqashid al-shariah* semakin banyak diteliti dan dikaji oleh para pakar hukum Islam di beberapa belahan dunia, sehingga muncul literatur baru yang berfokus untuk membahas tentang *maqashid al-shariah*.

Perkembangan hukum Islam era kontemporer sepertinya lebih menjanjikan ketika menggunakan metode-metode yang ada dalam *maqashid al-shariah*. Menurut (Nizar et al., 2019). *Maqashid* bisa dikatakan sebagai disiplin yang artinya bidang ilmu perkembangan dari ushul fiqih, *maqashid syariah* yang kini banyak digemari oleh para pakar dan ilmuwan dalam bidang hukum Islam untuk diteliti lebih mendalam. Oleh karena itulah diperlukan informasi memadai tentang literatur kajian yang membahas tentang *maqashid al-shariah* sejak masa klasik hingga kontemporer.

Kajian *Maqashid al-Shariah* sebenarnya sudah ada sejak periode klasik dan di zaman modern ini *maqashid al-shariah* telah menjadi objek kajian yang menarik, sehingga banyak bermunculan karya-karya ilmiah yang mengkaji *maqashid al-shariah* secara mendalam.

#### **2.2.6 Implementasi Donasi Online melalui Pendekatan Maqashid Al Shariah**

Donasi *online* harus disesuaikan dengan tujuan-tujuan dan landasan *maqashid al-shariah* agar praktiknya tidak menyimpang dari ajaran agama Islam. *Maqashid al-shariah* yang membahas tujuan diberlakukannya syariah, mempunyai beberapa penjagaan, yaitu syariat diberlakukan untuk menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga keturunan dan menjaga harta benda.

Kaitannya dengan donasi online yang dilakukan oleh pemasang iklan pada *Youtube Ads*, akan dilihat dan dianalisis keberadaan donasi tersebut dalam penjagaan kelima hal di atas. Berikut adalah uraian penjagaan kelima hal dalam *maqashid al-shariah* yang dikaitkan dengan donasi *online*:

1. Menjaga Agama (*Hifz al-Din*)

Menjaga agama adalah salah satu tujuan dari ditetapkannya syariah (*maqashid al-shariah*), yaitu untuk menegakkan perintah Allah dan menjauhi larangannya. Banyak hal yang bisa dilakukan dalam bentuk penjagaan agama, misalnya ketika menjalankan ibadah, maka penjagaan agama bisa berkaitan dengan syahadat, shalat lima waktu, puasa, zakat, haji.

Dalam hal ini, donasi *online* dibuat dengan tujuan untuk memudahkan transaksi demi kenikmatan untuk berbuat kebaikan dalam mendapatkan ridho dari Allah SWT. Dilihat dari kategorinya, terdapat fitur yang memungkinkan masyarakat membayar infak, sedekah, dan zakat.

## 2. Menjaga Jiwa (*Hifz al-Nafs*)

*Maqashid al-shariah* yang kedua adalah berkaitan dengan menjaga jiwa manusia, dengan cara menjaga kesehatan jasmani dan rohani seseorang agar tidak menyebabkan penyakit, baik fisik maupun psikologis. Dengan menjaga jiwa yang baik, maka seseorang yang bisa hidup dalam keadaan yang sejahtera. Maka, bagaimana donasi online bisa ikut serta menjaga jiwa seseorang, agaknya memerlukan kajian yang lebih panjang lagi di bab empat nantinya.

## 3. Menjaga Akal (*Hifz al-Aql*)

*Maqashid al-shariah* yang ketiga berkaitan dengan penjagaan akal, yang menyangkut pengetahuan manusia. Orang tanpa pengetahuan tidak akan bisa hidup dengan baik, maka sarana mencari pengetahuan akan menjadi satu yang penting untuk diadakan. Maka, bagaimana donasi *online* melalui *Youtube Ads*, bisa berkontribusi pada penjagaan akal manusia, maka memerlukan analisis yang lebih lanjut yang akan ditampilkan pada bab empat pada penelitian ini.



#### 4. Menjaga Keturunan (*Hifz al-Nasl*)

*Maqashid al-shariah* yang keempat berkaitan dengan penjagaan keturunan, agar umat manusia bisa hidup dan menjaga keturunannya dari permasalahan yang berkaitan dengan kemiskinan, kehormatan dan kesejahteraan. Maka, bagaimana peran donasi *online* di *Youtube Ads* bisa berkaitan dengan penjagaan terhadap keturunan akan dibahas di bab empat nantinya.

#### 5. Menjaga Harta (*Hifz al-Mal*)

*Maqashid al-shariah* yang kelima berkaitan dengan penjagaan kekayaan, di mana kekayaan merupakan satu sarana untuk mewujudkan kemaslahatan (*maslahah*) manusia, selain penjagaan agama, jiwa, akal dan keturunan. Adapun donasi di *Youtube Ads*, apakah berkaitan dengan penjagaan terhadap harta, maka akan dibahas di bab empat nantinya.

### 2.2.7 Netnografi

Netnografi adalah cara melakukan penelitian antropologi, yang artinya mempelajari studi tentang manusia dan budaya di internet, menggunakan informasi yang tersedia untuk umum yang dapat dibagikan secara bebas oleh siapa pun melalui jejaring sosial (Bakry, 2017). Netnografi melibatkan berbagai disiplin secara ilmu: seperti analisis konten, pembuatan cerita melalui “dari mulut ke mulut”, etnografi, dan penelitian observasi (Dhiraj, 2015) dalam (Bakry, 2017). Dibandingkan dengan etnografi yang cenderung tradisional, netnografi berupaya menarik elemen manusia kembali ke pengalaman yang sangat terdelokalisasi yang artinya bebas dari lokalisme dan tidak berwujud. Menurut Baym (1995), dalam (Bakry, 2017) metode netnografi menggunakan dan menggabungkan metode yang

berbeda ke dalam satu pendekatan, dengan fokus mempelajari komunitas dan budaya dunia Internet.

Penelitian *online* kualitatif seperti netnografi sangat penting dalam membentuk pemahaman tentang Internet. Metode netnografi tidak hanya mencakup berbagai prinsip penelitian kualitatif tetapi juga tidak terbatas pada mendeskripsikan, menceritakan kembali, tindakan seseorang di komunitas Internet. Dalam menganalisis data kualitatif, netnografi menggunakan cara induktif. Induktif merupakan suatu bentuk penalaran logis di mana pengamatan terhadap individu didasarkan pada pernyataan yang lebih umum tentang suatu fenomena. Dalam netnografi, observasi dan interaksi *online* dinilai sebagai refleksi budaya yang menghasilkan pemahaman manusia yang mendalam. Orang terkenal yang diakui sebagai penemu metode netnografi yaitu Kozinets. Dalam buku *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, Kozinets (2010) dalam (Bakry, 2017).

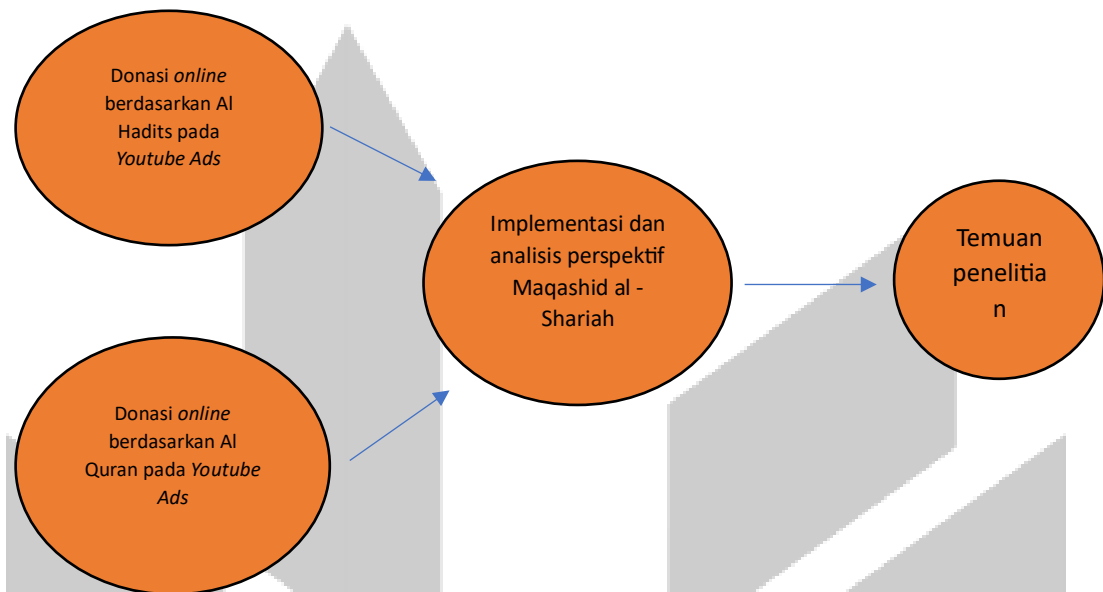
Menurut Hayes (2015), dalam (Bakry, 2017) metode netnografi didasarkan pada beberapa landasan; *pertama, naturalistic* (alami), artinya pendekatan ini mencari dan mengacu pada suatu kebudayaan di mana kebudayaan itu hidup dan bernafas; *kedua, immersive* (mendalam), artinya metode ini berusaha mempelajari budaya dengan perilaku positif dan menjabarkan keterlibatan peneliti dengan ikut serta dalam objek yang diamati; *ketiga, descriptive* (deskriptif) artinya metode ini berusaha menemukan deskripsi yang kaya, teliti, menarik, dengan bahasa yang jelas yang mencerminkan realitas subjektif yang artinya berkaitan dengan pengalaman dan kebenaran emosional suatu budaya; *keempat, multi-method*, di mana netnografi secara terus menerus menggunakan metode lain seperti wawancara, rekaman suara,

fotografi dan video untuk menyempurnakan dalam mengumpulkan informasi dan keterangan yang dibutuhkan; *kelima*, adanya *adaptable*, yaitu metode etnografi terbukti dapat diterapkan dalam berbagai penelitian. Metode ini pernah dipakai untuk penelitian non manusia, seperti gorilla yang sebagai halnya pernah dilakukan oleh Weaver (2010), dalam (Bakry, 2017).

Sebuah netnografi juga harus membangun interpretasi *hermeneutic* (Bakry, 2017), yang artinya harus memberikan penafsiran yang runtut dan tidak bertentangan. Penafsiran tersebut haruslah dapat dimengerti oleh masyarakat khususnya pembaca, dengan didukung dengan contoh-contoh yang relevan. Netnografi yang menggunakan interpretasi *hermeneutik* juga ditulis dengan gaya prosa yang persuasif yang artinya mengajak, memikat, menarik, merangsang, dan mengundang (Arnold dan Fischer 1994), dalam (Bakry, 2017). Interpretasi *hermeneutik* yang baik juga harus mengeksplorasi konteks sosial dan historis data serta menghadirkan interpretasi budaya yang halus, spesifik, dan bernuansa.

### **2.3. Kerangka Pemikiran**

Menurut Robert V Kozinets dalam bukunya yang berjudul *Netnography: Melakukan Penelitian Etnografi Secara Online*. Netnografi merupakan studi yang berfokus untuk memahami ruang yang di dalamnya terdapat individu yang saling berinteraksi dan dapat membentuk budaya dan sistem masyarakat yang unik. Oleh karena itu, metode penelitiannya didasarkan pada observasi, di mana peneliti tidak hanya bergabung dengan komunitas virtual tetapi juga secara aktif berpartisipasi (Muntu et al., 2021) .



**Gambar 2. 2**  
**Kerangka Pemikiran**

Gambar 2.2 di atas yang merupakan kerangka pemikiran menjelaskan tentang pemikiran yang akan digunakan sebagai landasan penelitian yang berjudul “Analisis Platform Donasi Online Berbasis Dalil Al-Qur'an dan Al-Hadits pada Youtube Ads Perspektif Maqashid Al-Shariah”. Peneliti menganalisis bagaimana donasi online berdasarkan ayat Al-Qur'an dan Al-Hadits yang dilakukan observasi melalui platform Youtube Ads, kemudian dilakukan penelitian lewat studi kasus dan wawancara untuk mengetahui bagaimana donasi online melalui platform Youtube Ads menurut kaidah dan perspektif Maqashid al-Shariah. Hasil tersebut akan dijadikan peneliti menjadi temuan penelitian.