

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam adalah agama yang universal. Segala sesuatunya telah di tentukan oleh Allah swt, baik dalam ibadah maupun muamalah¹. Hukum Muamalah juga mengatur hubungan manusia dengan manusia lain, benda, dan alam semesta mencakup bidang keluarga, sipil, dan perdata, pemerintahan, dan internasional. Muamalah ialah segala aturan agama yang mengatur hubungan antar sesama manusia baik seagama maupun tidak seagama yang dapat ditemukan dalam hukum Islam tentang perkawinan, perwalian, warisan, wasiat, hibah, perdagangan, perburuhan, sewa, pinjam meminjam, hukum antar bangsa, antar golongan, dan sebagainya.² Salah satu contoh muamalah adalah jual beli yang mengalami perkembangan baik dari segi konsep maupun objek yang diperjualbelikan. Pada pembahasan masalah muamalah dan jual beli, hukum asalnya adalah boleh dan halal. Tidak ada larangan dan tidak berstatus haram, sampai didapatkan dalil dari syariat yang menetapkannya, Allah berfirman

¹ Ahmad Muhammad Al-assal dkk, *Sistem Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam*, alih bahasa Imam Saefuddin, cet-1 (Bandung: Pustaka Setia. 1999), hlm. 153.

² Mardani, *Fiqih ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), hlm. 101.

QS. al-Baqarah/2: 275:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



“Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli, tetapi mengharamkan riba. Siapa pun yang mendapat peringatan Tuhannya, lalu ia berhenti melakukan riba, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusan diserahkan kepada Allah. Orang yang mengulangi perbuatan riba akan menjadi penghuni neraka. Mereka kekal di dalam.”³

Setelah menetapkan tentang hukum dalam jual beli, Al-Quran juga menyebutkan bahwa praktek jual beli hendaklah didasari adanya keridhaan antara pelaku jual beli itu sendiri. Allah berfirman QS. an-Nisa/4: 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta kamu di antara kamu dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan perniagaan yang berdasarkan kerelaan di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh diri kamu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.”⁴

Teknologi yang semakin maju, menjadikan perniagaan tidak lagi harus menggunakan cara tradisonal, mengumpulkan dagangan di pasar atau menawarkan kepada setiap orang yang ditemui. Akan tetapi, sekarang perniagaan

³ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemah* (Jakarta: CV Karindo, 2002), hlm.58

⁴ *Ibit*, hlm. 107

dapat dilakukan lebih mudah melalui internet. Pemanfaatan dunia *online* untuk menjalankan bisnis atau lebih dikenal *e-commerce* sudah cukup terkenal dikalangan pengusaha seiring meningkatnya pengguna internet di tanah air. Belanja secara *online* telah menjadi kebiasaan dan gaya hidup. Oleh karena itu media sosial atau yang sering disebut jejaring sosial merupakan salah satu hal yang paling dinamis dunia saat ini, tidak lagi hanya menjadi jembatan komunikasi antara manusia di dunia maya, akan tetapi sosial media sudah berubah dengan berbagai fungsi. Banyak orang memanfaatkan media sosial untuk memenuhi beragam kebutuhan, mulai dari media mengekspresikan diri, mengejar ketenaran, menggalang dukungan, hingga mencari penghasilan⁵.

Faktanya menunjukkan bahwa pengguna *instagram* untuk keperluan bisnis sudah banyak, dari kalangan usaha kecil menengah hingga perusahaan besar. *Instagram* dijadikan sarana promosi maupun penjualan dari produk yang dipasarkan. Tanpa harus mengeluarkan banyak biaya pemasaran dan dirasa efektif yang menjadikan alasan utama dikalangan pembisnis untuk menjadikan *instagram* sebagai sarana berpromosi.

Fenomena tersebut menjadi peluang para pelaku bisnis untuk mendapatkan sejumlah keuntungan, yaitu dengan cara menjual *followers* di media sosial. *Followers* adalah akun atau pemilik atau orang yang mengikuti sosial media seseorang, berbagai macam *followers* ditawarkan oleh para pelaku bisnis tersebut dari harga yang rendah sampai harga yang tinggi, semakin tinggi harga semakin banyak pula *followers* yang didapatkan. Dalam transaksi tersebut ditawarkan dua

⁵ Muhammad Rizki Romdhon, *Jual Beli Online Menurut Mazhab Asy-syafi'I*. (Jawa Barat: Pustaka Cipasung, 2015), hlm. 8

macam *followers*, yaitu *followers aktif* atau *real human followers* dan *followers pasif* atau *bot followers*. Perbedaan dari *followers aktif* dan *pasif* adalah jika *followers aktif*, *followers* tersebut adalah akun yang dikendalikan atau dimiliki oleh seseorang keunggulannya bisa *comment* dan *like* (selayaknya real akun) kelemahannya bisa *unfollow* jika tidak tertarik. Akun tersebut sangat cocok untuk sebuah olshop untuk mendapatkan pelanggan dengan cepat. Sedangkan *followers pasif* tidak bisa *like* atau *comment*. Selain itu, dari kedua macam *followers* tersebut, konsumen dapat memilih kewarganegaraan mana yang akan diterapkan pada *followersnya* misalnya *followers* asli Indonesia, Arab, China, atau bisa juga acak. Untuk menarik konsumen para penyedia jasa *followers* biasanya menawarkan promo-promo menarik dengan potongan harga yang tinggi, sebagai contoh untuk harga normal 1000 *followers* dengan harga Rp.150.000 dengan adanya promo *followers* bisa didapat dengan harga Rp.100.000 dan 300 *like* dengan harga Rp.15.000 dengan adanya promo tersebut bisa di dapat dengan harga Rp.10.000.⁶ Untuk proses pembelian *followers* tersebut pembeli dapat mentransfer uang melalui Bank ke nomor rekening yang sudah ditentukan sebelumnya oleh penjual, bisa juga melalui rekening bersama dan bisa pula via pulsa.

Dalam transaksinya penjual *followers* tersebut tidak memberi adanya keterbukaan atau kejujuran terhadap konsumen sehingga dapat menimbulkan unsur spekulasi. Berdasarkan observasi awal ketika konsumen membeli *followers* aktif atau *Real Human* maka otomatis akun orang-orang yang masuk database

⁶ http://www.instagram.com/penjualan_followers.ig/ diakses 1 Agustus 2018. Pukul 20:30 wita

penyedia jasa *followers* tersebut akan *follow* akun pembeli secara paksa, akun yang masuk di dalam database adalah akun yang pernah memakai layanan *followers* versi gratis jadi secara otomatis akun itu akan terhubung ke API dan masuk ke database si penyedia layanan *followers*, dan untuk pembelian *followers* pasif atau *bot followers* jika pihak dari *instagram* mengetahui adanya *Bot follower* tersebut pihak *instagram* sewaktu-waktu dapat melakukan razia untuk akun tersebut. Razia tersebut tidak dapat diprediksi waktunya, hal tersebut disebabkan karena pihak *instagram* tidak menghendaki adanya *Bot follower* tersebut, kemudian pada *follower* jenis *Real Human* bisa *unfollow* jika akun yang tiba-tiba diikutinya tersebut tidak menarik atau tidak disukainya.

Selain itu, terdapat pula penjual *followers* yang melakukan kecurangan terhadap pembeli *followers*, salah satunya adalah ketika seseorang membeli *followers* dan hanya menginginkan *followers aktif* saja, tetapi setelah dilakukan transaksi ternyata penjual mencampurkan antara *bot followers* dan yang *real human followers*, sehingga pihak pembeli merasa dirugikan. Objek akad bermacam-macam sesuai dengan bentuknya. Objek akad dalam jual beli adalah barang yang diperjual belikan dan harganya. Agar sesuatu akad dapat dipandang sah, objeknya memerlukan syarat-syarat tertentu yaitu :

1. Barang itu harus ada. Maka tidak sah menjual barang yang tidak ada atau belum ada. Hal ini telah dijelaskan dalam hadis Nabi yaitu:

لَا تَبِيعُ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ (رواه البخارى)

“jangan menjual sesuatu yang tidak ada padamu.” (HR. Bukhari)⁷

2. Benda yang diperjualbelikan itu harus miliknya sendiri atau milik orang lain yang diwakilinya. Jika benda yang diperjualbelikan tersebut bukan miliknya sendiri, menurut mazhab Syafi'i, Maliki, dan Hambali, jual beli tersebut boleh dan sah dengan syarat harus mendapat izin pemiliknya. Akan tetapi, jika tidak mendapat izin dari pemiliknya, maka jual beli tersebut tidak sah. Sebagaimana Hadis Rasulullah yaitu:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ دِينَارٍ قَالَ سَمِعْتُ ابْنَ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا يَقُولُ :
 قَالَ لَتَيْ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ ابْتِئَاعِ طَعَامٍ فَلَا يَبِعُهُ حَتَّى تَقْبُضَهُ
 (رواه البخارى)

“Dari Abdullah ibn Dinar, katanya: Aku mendengar Ibn Umar r.a. berkata: Rasulullah saw bersabda, “Barangsiapa membeli makanan, maka janganlah ia membeli (membayar)-nya kecuali setelah ia menerima atau memegangnya.” (HR. al-Bukhari)⁸

3. Barang tersebut dapat diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang telah disepakati bersama, ketika transaksi berlangsung, kemampuan untuk menyerahkan barang disyaratkan tidak ada kesulitan. Dan jual beli yang mengandung unsur penipuan dilarang dalam Islam. Ketentuan ini berdasarkan Hadis:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْخِصَاةِ
 وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ (رواه مسلم)

⁷ *Ibid.*, hlm. 173

⁸ *Ibid.*, hlm. 173

“Dari Abu Hurayrah r.a Berkata Rasulullah saw melarang jual beli dengan lemparan batu (kerikil) dan jual beli gharar.” (HR. Muslim)⁹

4. Barang tersebut bisa diketahui oleh penjual dan pembeli. Mengetahui di sini adakalanya waktu akad atau sebelum akad dengan syarat benda tersebut tidak berubah saat akad berlangsung. Menurut mazhab Hanafi, untuk mengetahui benda yang diperjualbelikan bisa dengan jalan isyarah atau menyebutkan sifat dan ciri-ciri benda itu sendiri. Ketentuan ini terdapat dalam hadis:

عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسَلِفُونَ بِالثَّمَرِ السَّنَتَيْنِ وَالثَّلَاثِ فَقَالَ مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزَنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ (رواه مسلم)¹⁰

“Diriwayatkan dari ibn Abbas r.a., ia berkata: Nabi saw datang ke Madinah di mana masyarakat malakukan transaksi salam (memesan) kurma selama dua tahun dan tiga tahun. Kemudian Nabi bersabda, Barangsiapa yang melakukan akad salam terhadap sesuatu hendaklah dilakukan dalam takaran yang jelas, timbangan yang jelas, dan sampai batas waktu yang jelas.” (HR. Muslim)¹¹

5. Barang tersebut harus ada manfaatnya dan harus suci, maka tidak sah memperjualbelikan barang yang tidak ada manfaatnya dan barang najis¹².

Dalam Q.S: al-A'raf ayat/7: 157:

⁹ *Ibid.*, hlm. 174

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 174

¹¹ *Ibid.*, hlm. 174

¹² *Ibid.*, hlm. 174

...وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ...

“Dan yang menghalalkan segala yang baik bagi mereka dan mengharamkan segala yang buruk bagi mereka”¹³

Oleh karena itu, persoalan yang kemudian muncul adalah terdapat pada objeknya karena ketika barang yang diperjual belikan berupa *follower* maka akan menimbulkan pertanyaan apakah *followers* dapat diperjualbelikan sebagai objek yang tidak terlihat? Selain itu, untuk jenis akun aktif atau *Real Human Follower* penjual tidak memiliki kuasa secara penuh terhadap objek tersebut karena akun tersebut pada dasarnya tidak dimiliki oleh penjual. Melihat dari persoalan tersebut, maka penulis merasa tertarik dan bertujuan untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul **Praktik Jual Beli Followers di media Sosial Instagram di Banjarmasin.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dirumuskan permasalahan penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana gambaran praktik jual beli *followers* di media sosial *instagram* di Banjarmasin ?
2. Apakah alasan dan dampak munculnya praktik jual beli *followers* di media sosial *instagram* di Banjarmasin ?

¹³ Departemen Agama RI, *Op. cit.* hlm. 228

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran praktik jual beli *followers* di media sosial *instagram* di Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui alasan dan dampaknya praktik jual beli *followers* di media sosial *instagram* di Banjarmasin.

D. Definisi Operasional

Untuk menghindari penafsiran yang luas dan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menginterpretasi judul serta permasalahan yang akan di teliti, maka diperlukan adanya batasan-batasan istilah sebagai berikut:

1. Praktik jual beli adalah perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara'dan di sepakati.¹⁴ Praktik Jual beli yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jual *followers* yang diperjualbelikan di media sosial *instagram*.
2. *Followers*, adalah pengikut¹⁵ atau akun seseorang yang mengikuti kegiatan postingan pada suatu akun dalam media sosial. Dalam penelitian ini *followers* dijadikan objek jual beli.
3. Media Sosial adalah sebuah saluran atau sarana untuk pergaulan sosial yang dilakukan secara *online* melalui jaringan internet.¹⁶

¹⁴ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2002), hlm. 68

¹⁵ Isa Anshori, *Kamus lengkap 10 miliar*, hlm. 66

Dalam penelitian ini media sosial menjadi sarana melakukan transaksi jual beli.

4. *Instagram* adalah sebuah aplikasi yang di gunakan untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri.¹⁷ Dalam penelitian ini aplikasi *instagram* menjadi tempat penjual untuk mempromosikan jasa jual beli *followers* mereka.

E. Signifikansi Penelitian

Adapun signifikansi dan hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat:

1. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan suatu pengetahuan baru.
2. Untuk menambah dan memperluas wawasan ilmu pengetahuan tentang hukum ekonomi syariah.
3. Dapat dijadikan khazanah kepustakaan bagi UIN Antasari Banjarmasin, khususnya Fakultas Syariah Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah).
4. Bahan informasi bagi mereka yang mengadakan penelitian yang lebih mendalam berkenaan dengan permasalahan ini dari sudut pandang yang berbeda

¹⁶ <http://rocketmanajemen.com> diakses 2 Agustus 2018 pukul 21.00 wita.

¹⁷ Triyas Aprilya, "Strategi Komunikasi Pemasaran Nady fashop melalui instagram dalam meningkatkan kepercayaan costumer di samarinda", <http://e-journal.ilkom.fisip-unmul.ac.id>. diakses 2 Agustus 2018 pukul 21:00 wita.

F. Kajian Pustaka

Dari hasil kajian yang penulis lakukan pada beberapa hasil penelitian yang ada, penulis menelaah karya tulis yang berupa skripsi yang telah di tulis Mufida Herdani membahas tentang “*Praktik Jual Beli Followers Sosial Media Twitter dalam Perspektif Hukum Islam*”¹⁸ dimana dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa objek yang di jual belikan berupa *followers* di media sosial twitter, peneliti meneliti korelasi dengan hukum Islam, jenis akad seperti apa yang sesuai dengan model jual beli tersebut.

Penulis melihat terdapat kesamaan dengan penelitian tersebut yaitu pada objek jual beli berupa *followers*, peneliti Mufida Herdani menekankan terhadap jenis akad transaksi jual beli *followers*, sedangkan penulis menekankan pada sah tidaknya jual beli yang objeknya berupa *followers*.

Penulis juga menelaah karya tulis yang berupa skripsi yang telah di tulis oleh Ina Rahmawati tentang “*Bisnis Jual Beli Melalui Handphone Blackberry di Kota Banjarmasin (Ditinjau Menurut Ekonomi Islam)*”¹⁹, dimana skripsi karya Ina Rahmawati membahas tentang bisni jual beli melalui handphone tersebut dilakukan melalui sebuah alat yaitu handphone, atau lebih sering di sebut *telemarketing*. Cara berbelanja seperti itu mengandung kerawanan, hal tersebut disebutkan karena kedua belah pihak tidak berada dalam satu tempat dan hanya dihubungkan oleh sebuah alat yaitu

¹⁸ Mufida Herdin, Nim 10380036, “*Jual Beli Followers Sosial Media Twitter*”, Skripsi (Yogyakarta: Universitas Negeri Sunan Kalijaga, 2014).

¹⁹ Ina Rahmawati, Nim 0901150096, “*Bisnis Jual Beli Melalui Handphone Blackberry di Kota Banjarmasin (Ditinjau Menurut Ekonomi Islam)*”, Skripsi, Fakultas Syariah UIN Antasari Banjarmasin, 2013.

handphone. Ketidakmampuan salah satu pihak untuk melihat lawannya mengandung kemungkinan adanya unsur penipuan. Penulis melihat kesamaan pada penelitian tersebut yaitu pada proses transaksi jual beli dimana akad dilakukan secara tidak langsung tetapi menggunakan alat komunikasi, pada penelitian tersebut menekankan bagaimana bisnis jual beli melalui handphone ditinjau menurut Ekonomi Islam, sedangkan dalam penelitian penulis lebih menekankan kepada objek jual beli yaitu *followers*.

Karya selanjutnya adalah skripsi yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli *Chip Virtual Poker Online* dalam *Facebook*”²⁰ oleh Ahmad Syarifudin. Peneliti ini menjelaskan mengenai jual beli chip yang ada di permainan poker *online*, yang pada dasarnya chip tersebut adalah uang fiktif, akan tetapi dapat diperjualbelikan ketika orang tersebut dapat mengumpulkan banyak yang akhirnya akan dipasarkan. Perbedaannya dalam penelitian ini menitik beratkan pada tinjauan hukum Islam terhadap materi dan praktik jual beli chip virtual poker tersebut, yang didapatkan ketika memenangkan sebuah permainan kartu.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I yaitu pendahuluan yang merupakan gambaran umum tentang permasalahan yang menjadi tulisan dari isi skripsi meliputi : latar belakang

²⁰ Ahmad Syarifudin, “*Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Chip Virtual Poker online dalam facebook*”, Skripsi, Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.

masalah, alasan-alasan yang mendasari penulis melakukan penelitian. Dilanjutkan dengan rumusan masalah, berisi tentang pertanyaan-pertanyaan penulis yang ingin penulis temukan pada hasil akhir penelitian nanti. Selanjutnya adalah tujuan penelitian yaitu maksud dan tujuan penulis melakukan penelitian ini. Kemudian dilanjutkan dengan signifikasi penelitian, definisi operasional didalamnya yang mendefinisikan secara rinci istilah yang digunakan dalam judul skripsi ini. Berikutnya kajian pustaka yang didalamnya menjelaskan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, dan terakhir adalah sistematika penulisan yang merupakan aturan penulisan dalam penelitian ini.

Bab II yaitu teori yang berfungsi untuk memperjelas teori hukum Islam tentang ketentuan jual beli dalam Islam, yang selanjutnya akan menjadi bahan acuan untuk bahan analisis pada Bab empat, yang memuat: ketentuan jual beli.

Bab III yaitu metode penelitian yang berfungsi sebagai alat instrumen penggalan data dalam melaksanakan penelitian yang memuat, jenis penelitian, lokasi penelitian, data penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, serta tahapan-tahapan penelitian.

Bab IV yaitu laporan hasil penelitian yang diperoleh sesuai dengan sistematika penulisan, kemudian dikonsultasikan kembali untuk kesempurnaannya kepada dosen pembimbing sekaligus memohon

perrsetujuannya, apabila sudah disetujui dan dianggap karya ilmiah yang baik dan layak dalam bentuk skripsi, sehingga siap dimunaqasahkan penguji skripsi.

Bab V yaitu penutup yang berfungsi untuk menarik suatu simpulan umum dari analisis penelitian dan untuk menunjukkan kesesuaian dengan masalah yang diteliti, yang nantinya berguna untuk membantu para pembaca, mengetahui hasil penelitian secara cepat. Selain memuat kesimpulan.