

JUAL BELI *FOLLOWERS, LIKES, VIEWERS* DI INSTAGRAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH

Elsava Choiru Bhariatta, Ica Nur Rufaidah, Maziyyah Richa Adnina

UIN Sunan Ampel Surabaya

mrichaadnina@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang jual beli online yang saat ini sudah banyak dikenal oleh masyarakat. Banyak fenomena yang terjadi pada salah satu media sosial berupa Instagram yaitu tempat yang paling populer untuk penjualan secara *online* dan untuk mempopulerkan akun. Dalam jual beli *online* di Instagram ini para *seller* (pedagang) banyak yang memanfaatkan jasa jual beli *followers, likes, dan viewers* di Instagram agar *online shop* mereka dikenal banyak orang dan lebih dipercaya. Selain itu, tidak sedikit fenomena yang menyalahgunakan jual beli *followers, likes, dan viewers* ini untuk sarana penipuan *online*.

Dalam penelitian ini kami menggunakan metode kualitatif yang berlandaskan kajian literasi dan obeservasi penulis. Dalam artikel ini, penulis ingin menganalisis tentang hukum praktik jualbeli followers, likes dan viewers di Instagram agar dapat digunakan oleh praktisi yang memiliki online shop agar tidak menyalahgunakan hal ini dan juga tambahan khazanah literasi. Menurut beberapa sumber naş-naş al-Qur'an dan Hadis dan logika kaidah fikih, bahwa hukum jual beli followers, likes, dan viewers di Instagram adalah mubah selama tidak disalahgunakan untuk sarana penipuan.

Kata Kunci: Jualbeli, *Followers, Likes, Viewers, Instagram, Online shop*

PENDAHULUAN

Transaksi jualbeli dapat diartikan sebagai aktivitas ekonomi yang memiliki aspek penting dalam kehidupan manusia dari masa ke masa dan begitu cepat. Dengan berkembangnya alat, peragkat informasi dan informasi yang begitu cepat dan *up to date*. Hal ini menyebabkan kegiatan ekonomi yang semakin bervariasi dan semakin kuat dilakukan. Kreativitas pengembangan model transaksi dan produk juga ikut berkembang pesat¹

Di era sekarang, teknologi semakin canggih dan banyak masyarakat yang melakukan jual-beli secara *online* (tidak bertemu secara fisik). Sebagian masyarakat sering melakukan jual-beli secara online dikarenakan mudahnya dalam proses transaksi yang tidak harus bertatap muka secara langsung antara para penjual dengan pembeli dan tidak terbatas oleh waktu dan tempat, baik dilakukan malam hari, siang hari, maupun sore hari. Dikarenakan zaman semakin berkembang, saat ini jual-beli online tidak hanya terbatas oleh barang keperluan sehari-hari, namun ada pula yang melakukan transaksi yang memperjual-belikan jasa yang berupa penambahan *followers, likes dan viewers* di media sosial Instagram²

Pada awalnya pembeli menggunakan *followers, likes, dan viewers* untuk kepentingan bisnis mereka yang memiliki online shop, dikarenakan semakin bertambahnya *followers, likes, dan viewers*. Maka banyak orang yang mengenal online shop tersebut. Tetapi banyak juga dari mereka yang menggunakan jasa *followers, like, dan viewer* untuk mempopulerkan dirinya sendiri³

Followes adalah akun yang mengikuti sosial media seseorang, berbagai harga ditawarkan oleh para pelaku bisnis *followers* mulai dari harga yang murah sampai harga yang mahal. Semakin tinggi harga tersebut maka semakin banyak pula *followers* yang didapatkan. Dalam hal ini para pelaku bisnis menawarkan dua macam *followers*, yaitu *followers* atau *real human followers* dan *followers* pasif atau *bot followers*. Perbedaan dari keduanya adalah jika *followers* aktif merupakan kumpulan akun-akun orang asli Indonesia, keunggulan dari *followers* aktif yaitu dapat comment dan like selayaknya *real* akun namun, kelemahan dari *followers* aktif adalah dapat diunfollow jika tidak tertarik. Akun tersebut sangat cocok untuk sebuah *online shop* agar mendapatkan pelanggan yang cepat. Sedangkan *followers* pasif apabila tidak tertarik maka akun tersebut dapat dijadikan suatu *online shop* untuk dapat memperoleh pelanggan dengan cepat.

1 Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), 7-8.

2 Nur Anisa, Skripsi: "*Hukum Islam Praktik Jual Beli Followers, Likes, Viewers Diinstagram*". (Lampung: UIN Raden Intan), 5.

3 Ibid, 5.

Lain halnya dengan followers pasif yang tidak dapat melakukan *like* maupun *comment*. *Customer* dapat memilih dari mana *followers* yang mereka beli. *Followers* aktif maupun pasif dapat berasal dari Indonesia, Arab, Cina maupun *random*.⁴

Prosedur yang digunakan dalam jualbeli *follower*, *likes* dan *viewer* tidak jauh berbeda dengan jualbeli *online* lainnya yakni dengan melakukan transaksi terlebih dahulu setelah itu penjual baru akan memproses apa yang pembeli inginkan baik itu *follower*, *likes* maupun *viewer*. Proses yang dilakukan oleh penjual pada umumnya memerlukan waktu satu hari untuk memproses penambahan *follower*, *likes* maupun *viewer* yang dipesan oleh para pembeli yang kemudian akan ditambahkan jumlahnya pada akun Instagram yang diinginkan.

Ketentuan-ketentuan perekonomian maupun transaksi jual-beli menurut ajaran Islam adalah untuk memperhatikan hak-hak individu yang harus terpenuhi, sekaligus untuk menciptakan rasa solidaritas yang tinggi dalam masyarakat. karena hal tersebut persoalan yang kemudian muncul adalah terdapat pada objeknya. Sebab ketika barang yang diperjual belikan berupa *follower*, *likes* dan *viewers* maka akan menimbulkan pertanyaan apakah hal ini dapat menjadi objek yang dapat

diperjualbelikan atau tidak. Maka penulis ingin menganalisis hukum dari jualbeli *follower*, *likes* dan *viewers* ini yang telah diteliti sebelumnya. Dan penulis ingin meneliti lebih dalam berdasarkan literasi dan sudut pandang baru dari penelitian sebelumnya.

PENGERTIAN JUAL-BELI

Jual beli memiliki banyak pengertian, secara etimologi; jual beli berarti menukar suatu barang dengan barang.⁵ Sedangkan pengertian jual beli menurut terminologi, beberapa ulama mendefinisikan pengertian dari jual beli. Menurut ulama Hanafiyah, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan). Cara khusus yang dimaksud ulama mahzab Hanafi adalah melalui ijab dan kabul, atau juga bisa melalui saling memberikan barang dan harga antara penjual dan pembeli⁶

Di samping itu, harta atau benda yang diperjual-belikan harus yang bisa mendatangkan manfaat bagi setiap manusia sehingga minum-minuman keras, bangkai, dan darah bukan termasuk objek yang dapat diperjual-belikan, dikarenakan benda tersebut tidak memiliki manfaat bagi setiap orang muslim. Dan apabila jenis barang

4 Mustiqoh Septiani, Skripsi: "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram" (Purwokerto: IAIN Purwokerto), 7-8.

5 Shalah Ash-Shawi, Abdullah Al-Muslih, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, terjemah Abu Umar Basyir (Jakarta: Darul Haq, 2008) Hlm. 87.

6 H. A. Khumaidi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia* (Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan IAIN Raden Intan Lampung).

tersebut masih diperjual-belikan maka menurut imam hanafi jual-beli itu hukumnya haram.⁷

PENGERTIAN INSTAGRAM

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Media sosial Instagram adalah suatu alat penyampaian pesan (aplikasi) untuk bisa berkomunikasi dengan khalayak secara luas dengan saling berbagi foto atau video, yang di dalamnya juga terdapat fitur-fitur lain seperti DM (*direct message*), *comment*, *likes*, *viewers*. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari media sosial *facebook* yang memungkinkan teman *facebook* kita mem-*follow* akun Instagram kita. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis *online* turut mempromosikan produk-produknya lewat Instagram.⁸

Instagram terbilang media sosial terpopuler untuk saat ini, yang layanannya seperti foto dan video. Bahkan, Instagram memiliki keunggulan tertentu seperti *snapgram* yang bisa melakukan siaran langsung seperti televisi. Selain itu, *instagram* juga memiliki berbagai kegunaan seperti

mengirim pesan, memberikan *like*, maupun berinteraksi melalui kolom komentar yang tersedia. Menurut data MAU (*monthly active user*) yang dilansir dalam *daily social*, pengguna *instagram* di indonesia telah mencapai 22 juta pengguna. Berdasarkan riset, saat *instagram* menduduki peringkat kedua sebagai pengguna pengguna media sosial terbanyak setelah Facebook. Tidak heran jika pengguna *instagram* mengalami peningkatan yang pesat dalam hal jual-beli dikarenakan prospek promosi yang dilakukan di Instagram sangat menjanjikan.⁹

Media sosial adalah situs komunitas terbesar di dunia, dimana pengguna media sosial dapat berinteraksi dengan teman seadaerahnya atau luar daerahnya bahkan sampai ke negara lain. Berbagai macam peluang bisnis, informasi bisnis, strategi marketing, produk bisnis, bisa kita temukan di media sosial khususnya remaja. Walaupun banyak media sosial yang lain sering digunakan oleh kalangan remaja, namun kepopuleran Instagram sendiri tidak kalah. Karena Instagram memiliki kekhususan sebagai media sosial pertama yang bergerak dalam bidang foto, video dan siaran langsung penggunaannya. Dibanding dengan media sosial lainnya, Instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau foto.

7 Abdul Azis Dahlan (ed). *Ensiklopedi Hukum Islam*, Cet. 1, (Jakarta : Ichtiar van Hoeve, 1996), 627.

8 M. Nisrina, *Bisnis Online: Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang* (Yogyakarta: Kobis, 2015) 137.

9 Muhamad Fadhool Tamimy, *Sharing-mu Personal Branding-mu*, (Jakarta: Visimedia, 2017), hlm 172.

Ketika bahasa visual mendominasi dunia internet, dari situlah para pelaku bisnis bisa memanfaatkan peluang yang terhampar di depan mata.¹⁰

Jual Beli Followers, Likes, Viewers Di Instagram

Banyak orang yang ingin mempopulerkan akun mereka. Tujuannya adalah memperoleh jumlah follower sebanyak-banyaknya. Begitu pula dengan dunia Instagram yang melahirkan sejumlah selebgram dengan ribuan bahkan jutaan follower. Ketika seseorang sudah punya banyak follower, secara otomatis ia punya reputasi sehingga menarik minat dari sejumlah vendor untuk memasang iklan di akun instagram mereka. Itulah yang disebut sebagai *buzzer* yang mampu mendulang banyak manfaat yang berawal dari hobi postingan di instagram atau media sosial lainnya.¹¹

Sebagian banyak orang mendiskripsikan tingkat kepopuleran dilihat dari jumlah follower, like, viewer bagi generasi masa kini. Mereka menginginkan jumlah followers lebih tinggi dari pada banyaknya following. Oleh karena itu, banyak pengguna media sosial yang mencari cara agar mendapatkan jumlah follower lebih

besar dengan cara yang instan.¹² Salah satu cara instan yang banyak digunakan adalah dengan membeli follower. Bahkan saat ini tidak hanya follower saja yang di perjualbelikan, tetapi ada juga like foto serta viewer video instagram.

Tapi sebelum itu, perlu penulis sampaikan apa itu follower, like dan viewer untuk menyamakan persepsi dan menghindari *misunderstanding*. Followers berasal dari bahasa inggris yang artinya ialah pengikut, maksud followers dalam penelitian ini yakni seseorang mengikuti suatu akun di media sosial yang bernama Instagram.¹³ Likes berasal dari bahasa inggris yang berarti suka, maksud likes dipenelitian ini ialah menyukai suatu potingan akun pribadi atau akun seorang yang diikuti dalam media sosial Instagram.¹⁴ Viewer juga berasal dari bahasa inggris yakni penonton, maksud viewers disini ialah seseorang yang menonton story atau cerita disnapgram dalam media sosial Instagram.¹⁵

Kegiatan pembelian followers, likes, viewers di Instagram bukan suatu hal yang terlarang, namun dalam jual-beli ini bisa menjadi hal yang tidak baik karena bila pembeli memiliki niat yang tidak baik seperti seseorang mempunyai online shop tersebut terlihat memiliki banyak followers, likes, viewers di

10 Nur Anisa, 49.

11 Imam Mustofa, "Transaksi Elektronik (E-commerce) dalam perspektif Fikih", Jurnal Hukum Islam, (Pekalongan: STAIN Pekalongan, Volume 10, No.2, Desember 2012), 159-160.

12 Nur Anisa, 56.

13 John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), 251.

14 Ibid, 358.

15 Ibid, 630.

Instagram, namun pada kenyataannya *followers, likes, dan viewers* tersebut hasil dari pembelian bukan karena toko tersebut terkenal. Dan demikian toko tersebut melakukan penipuan.¹⁶

Mekanisme Jualbeli *Followers, Likes, Viewers* di Instagram

Keberadaan penjualan *follower, likes* dan *viewer* di Instagram kini sangat mudah ditemukan, hal ini dikarenakan banyaknya peminat serta orang yang membutuhkannya, baik untuk sarana promosi toko *online* dan *offlinenya* ataupun hanya sekedar untuk mempopulerkan dirinya sendiri di kalangan pengguna Instagram lainnya.¹⁷

Transaksi yang dilakukan dalam jual beli *follower* ini sebenarnya sama dengan transaksi pada umumnya yaitu adanya penjual, pembeli, objek yang diperjual belikan. Dalam hal jualbeli *follower*, ada dua macam yang ditawarkan yaitu *follower* aktif dan *follower* pasif. *Follower* aktif adalah akun yang masih aktif digunakan untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang ada di dalam Instagram, seperti meng-*follow*, meng-*unfollow*, *comment*, *like*, atau yang lainnya. Sedangkan *follower* pasif adalah akun yang sudah atau tidak digunakan lagi oleh pemiliknya, biasanya *follower* pasif tersebut adalah akun milik orang-orang luar negeri. Setiap penjual menawarkan berbagai macam varian

harga, berikut ini adalah harga *follower, likes* dan *viewer* di Instagram yang penulis dapatkan, yaitu sebagai berikut.¹⁸

No.	Nama Produk yang Ditawarkan	Harga
1.	100 <i>follower</i> aktif	Rp 20.000,00
2.	100 <i>follower</i> pasif	Rp 10.000,00
3.	100 <i>like</i> aktif	Rp 10.000,00
5.	100 <i>viewer</i>	Rp 5.000,00

Tabel 1. Daftar Harga penjualan *follower*

Dalam pembelian *follower, likes* dan *viewer* ini pembayarannya biasanya dilakukan dengan dua metode, yaitu dengan sistem transfer ke rekening yang sudah ditentukan penjual atau bisa juga membayar dengan cara menggunakan pulsa operator.¹⁹ Ada beberapa cara yang digunakan penjual untuk mendapatkan *followers, likes, dan viewers* salah satu caranya dengan meminta *username* serta *password* akun pembeli yang akan ditambah *followernya*. Kemudian penjual men-*follow* akun-akun yang sebanyak mungkin di instagram dengan menggunakan akun instagram milik pembeli. Dari akun-akun yang sudah di-*follow* tersebut, penjual berharap mereka akan melakukan *followb back*. Hal inilah yang menjadi perhitungan

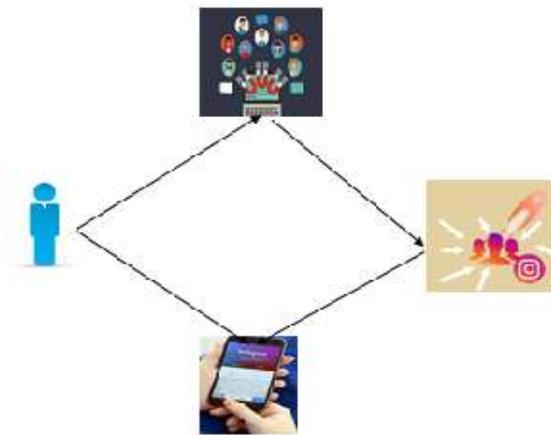
16 Nur Anisa, 58.

17 Ibid, 62.

18 Di akses dari akun Instagram yang menjual *follower, likes* dan *viewer* yaitu pada akun @Sosmedlampung pada tanggal 27 september 2019.

19 Ibid.

hasil dari jasa mereka. Setelah selesai proses penambahan *followers*, hasilnya ialah bertambahnya *followers* pada akun pembeli berkisar 500 *followers*. Kemudian si penjual *followers* atau penyedia jasa penambah *followers* tersebut menawarkan untuk meng-unfollow semua akun yang tadi sudah *follow*. Jasa penambah *followers* tersebut bisa mendapatkan uang karena berhasil melihat peluang yang didapatkan dari perilaku orang Indonesia yang selalu bersangkutan dengan sosial media. Penjual *followers* berpegang prinsip diatas sehingga bisa mendapatkan keuntungan. Lebih jelasnya dapat penulis sampaikan sebagai berikut²⁰



Tabel 2. Mekanisme Penjualan Follower dan Cara Mendapatkannya

1. Penjual akan meminta *username* dan *password* pembeli, lalu

mengambil alih instagram pembeli untuk diproses.

2. Penjual kemudian memasukkan password dan username pembeli kedalam aplikasi Bot, secara otomatis aplikasi Bot akan menghack pengguna instagram secara acak.
3. Pengguna instagram aktif secara otomatis memfollow si pembeli. Dan setelah itu instagram si pembeli pengikutnya akan bertambah sesuai pesannya.

Penjual memperoleh *followers* tersebut dari akun yang berlangganan di aplikasi hublagram dan juga penjual memasukkan akun bot didalam aplikasi, kemudian aplikasi tersebut secara otomatis meretas akun pengguna instagram lain. Dan biasanya para penjual *followers* sendiri yang berlangganan pada aplikasi tersebut. Disitu juga ada yang berlangganan dan juga ada yang gratis. Seorang penjual yang berlangganan dengan membayar keuntungannya ialah mendapatkan 1000 *followers* dalam satu kali pemakaian aplikasi. Namun, penjual yang berlangganan dengan cara gratis hanya mendapatkan 100 *followers* dalam satu kali pemakaian²¹

Demikian, dapat kita ketahui objek yang diperjual-belikan dalam di sini ialah penambahan *followers*, *likes*,

20 Nur Anisa, 63.

21 Riky Fadillah Anwar, Skripsi: "Jual Beli Followers Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam", (Bengkulu: IAIN Bengkulu), 42.

viewers pada akun pembeli. Dimana akun Instagram seseorang akan dijual sebagai *followers*, dan akun tersebut bukan milik penjual. Hal ini menyebabkan jika pemilik asli akun tersebut mengetahui dan meng-*unfollow* sewaktu-waktu, akan merugikan pembeli *followers* itu sendiri. Walaupun, pembelian *followers* dilakukan guna menaikkan *branding personal*, promosi, atau hanya sekedar mempopulerkan diri. Adapun kaitan dengan hal yang terjadi diatas ialah di dalam fikih sudah tertulis bahwa barang yang digunakan sebagai objek jual-beli harus miliknya sendiri. Tentu kebenarannya harus dipertanyakan karena menjual barang atau benda orang lain tanpa seizin pemiliknya atau yang belum sepenuhnya menjadi milik penjual.²²

Kelebihan Dan Kekurangan Membeli Followers, Likes, Views Banyak

Kelebihan dari membeli *followers*, *likes* dan *views* banyak adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan Penghasilan Tambahan.²³

Memiliki jutaan *followers*, *likes*, *views* dapat menarik perhatian para pebisnis untuk ikut memasang iklan atau lebih dikenal dengan *endorsement* melalui akun Instagram. Namun biasanya, mereka akan melakukan survei demografis

terlebih dahulu untuk menganalisis apakah pengikut akun Instagram sesuai dengan target pasar produk tersebut atau tidak. Bahkan, beberapa artis mancanegara memberikan harga yang fantastis untuk sekali mempromosikan sebuah produk di akunnya. Salah satu artis yang memiliki tarif *endorsement* termahal adalah Kylie Jenner.

2. Mendapatkan Popularitas.²⁴

Banyaknya *followers*, *likes*, *views* disebuah akun instagram seringkali dijadikan patokan untuk melihat tingkat kepopuleran akun tersebut di dunia maya. Pemilik *followers*, *likes*, *views* yang banyak dapat menjadi seorang *influencer*, jika angka *followers*nya sudah banyak. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemilik *followers* yang banyak memiliki nilai sosial tinggi di media sosial, dan dianggap sebagai *influencer* dalam subjek spesifik, apa pun saran yang diucapkan akan dianggap serius. Dengan pemikiran tersebut, mendapatkan banyak pengikut di Instagram tentu menjadi hal yang sangat luar biasa.

3. Meningkatkan Traffic²⁵

Ketika banyak melihat peluang untuk memperluas target pasar, para penjual akan membutuhkan *traffic* untuk setiap media pemasaran yang dimilikinya. Contohnya jika pembeli *followers*, *likes*, *views* memiliki sebuah *landing page* atau *website* toko *online*,

22 Ibid, 42.

23 Nur Anisa, 67.

24 Ibid

25 Ibid

pembeli itu perlu *trigger* yang mengarahkan orang untuk datang berkunjung dan berinteraksi di *website* melalui media promosi di Instagram. Melalui fitur yang disediakan Instagram ini calon pembeli dapat membaca artikel *marketing* yang telah disiapkan. Dengan mempunyai followers, likes, viewers yang banyak kita akan mendapatkan traffic tanpa harus melakukan iklan yang berguna untuk menghemat biaya pengeluaran marketing.

Kekurangan dari membeli *followers*, *likes*, *views* ialah sebagai berikut:

1. Kemungkinan follower tersebut hanya BOT²⁶

Kebanyakan penjual *followers*, *likes*, *viewers* memasukkan akun BOT yakni sejenis akun palsu yang dibuat menggunakan *software* atau mesin. Bisa saja itu *real man* yang akunnya sengaja diarahkan oleh *software* khusus untuk *memfollow* orang lain tanpa sepengetahuan si pemilik akun yang tentunya akan merugikan pemilik asli dari akun tersebut. Jika pembeli membeli *followers* aktif bisa saja penjual memasukkan *followers* pasif di dalamnya. Sedangkan, *online shop* atau *selebgram* sesungguhnya membutuhkan *followers* yang *real* sehingga saat mereka memposting konten, ada reaksi seperti like maupun comment dan tanggapan lain sehingga terjadi interaksi aktif di dalamnya.

26 Mustiqoh Septiani, 85.

2. Jumlah Followers Akan Berkurang²⁷

Sebagian *followers* yang dibeli ialah *followers* aktif, Sehingga apabila pemilik asli akun tersebut menyadari bahwa mereka mengikuti akun anda, mereka dapat tiba-tiba akan melakukan *unfollow*.

3. Reputasi Bisnis Bisa Tercoreng²⁸

Sangat mudah untuk mengetahui sebuah akun membeli *followers* Instagram atau tidak. Karena sudah terdapat berbagai website yang mampu memberikan informasi mengenai jumlah *fake followers*. Sehingga jika seseorang mengetahui bahwa *followers* yang dimiliki merupakan akun palsu, tentu reputasi bisnis *online shop* pembeli *followers*, *likes*, *viewers* akan tercoreng. Sehingga, calon konsumen akan menganggap bahwa *online shop* tersebut tidak profesional.

4. Akun Berisiko Ditutup Instagram²⁹

Instagram dapat mendeteksi akun yang dirasa tidak wajar, contoh seperti penambahan *followers*, *likes*, *viewers* yang masif dalam waktu singkat. Jika benar akun teridentifikasi melakukan kecurangan, maka akibatnya ialah akun ditangguhkan atau disuspend. Dan pada akhirnya yang merasa dirugikan ialah pembeli itu sendiri.

27 Ibid.

28 Ibid.

29 Mustiqoh Septiani, 86.

ANALISIS PRAKTIK JUALBELI FOLLOWERS, LIKES, VIEWERS DI INSTAGRAM

Seseorang yang memulai karir di dunia usaha, memiliki kewajiban untuk mengetahui suatu hal yang mengakibatkan sah atau tidaknya (fasid) jual beli. hal ini bertujuan agar mu'amalah berjalan sah dengan segala tindakan dan sikap jauh dari kerusakan yang tidak dibenarkan. Banyak kaum muslimin yang mengabaikan dalam mempelajari hukum bermu'amalah, mereka biasanya melupakan bagian ini, sehingga mereka tidak peduli jika memakan barang yang haram, meskipun setiap hari keuntungan dari usaha mereka semakin meningkat dan mendapatkan keuntungan yang banyak. Kaum muslimin yang memiliki sikap semacam ini harus berupaya untuk mencegah hal tersebut, agar orang yang memilih karir di dunia usaha ini dapat membedakan mana yang baik dan boleh dalam menjauhkan diri dari segala macam syubhat dengan sebisa mungkin.³⁰ Prinsip bermu'amalah ialah setiap muslim bebas ingin melakukan apa saja yang dikehendakinya sepanjang tidak ada dalil yang melarang dalam nash (al-Qur'an dan Hadits).

Bagi seorang umat muslim yang berkarir dibidang bisnis dan selalu memegang teguh terhadap norma-norma hukum islam yang terambil dari al-Qur'an dan Hadits, diantaranya ialah: (a)

30 Sayyid Shadiq, *Fikih Sunnah 12*, (Bandung: Alma'arif, 1993), hlm. 46.

kegiatan bisnis dalam islam memiliki nilai sosial atau tolong menolong terhadap sesama, dan sebagai sumber untuk mendapatkan pahala, (b) berbisnis didalam islam merupakan cara untuk menjaga kebersihan barang yang dimakan untuk dirinya sendiri dan keluarga, (c) berbisnis dalam islam juga merupakan cara untuk mengurangi pengangguran, menghilangkan kemalasan, dan mencegah adanya pemerasan terhadap orang lain, (d) seseorang yang berbisnis mempunyai sifat yang jujur, ramah, dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan sebagaimana yang diajarkan dalam islam akan selalu menjaga tali silaturahmi³¹

Untuk terhindar dari kerugian pada salah satu pihak maka seharusnya yang dilakukan oleh keduanya ialah dengan kejujuran, tidak ada unsur menipu, memaksa, kekeliruan yang berakibat kekecewaan atau penyesalan atas kejadian tersebut. Maka, kedua belah pihak harus melaksanakan kewajiban dan hak masing-masing, diantaranya ialah sang penjual menyerahkan barangnya dan sedang sang pembeli menyerahkan uang sebagai alat pembayaran. Sebaiknya yang perlu dilakukan hendaknya ada bukti penulisan atas transaksi tersebut³²

Segala aktifitas mu'amalah (bisnis) yang kita lakukan memang pada

31 Shobirin Shobirin, "Jual Beli Pandangan Islam" dalam *Jurnal dan Bisnis Manajemen* Vol 3 No. 2, 245-247.

32 Ibid.

dasarnya boleh. Hal ini sebagai mana kaidah fikih ekonomi:

الأصل في الشرط في المعاملات
الجل والإباحة إلا بدليل

"Hukum asal menetapkan syarat dalam mu'âmalah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil (yang melarangnya)".³³

Namun sebagai mana yang kita ketahui dalam asas ekonomi Islam, ada namanya *al-hurriyah al-muqayyadah* (kebebasan bermuamalah yang terbatas). Batasan yang dimaksud adalah bahwa ekonomi Islam tidaklah sama dengan ekonomi sosialis dan kapitalis yang asas-asas menjalankan ekonominya tidak dibatasi atau kurang dibatasi. Dalam ekonomi Islam, seseorang memang dibebaskan dalam melakukan aktifitas ekonominya namun harus memperhatikan rambu-rambu syariah yang menjadi batasan. Batasan-batasan ini dapat kita pahami dari *naṣ-naṣ* ayat maupun hadis, semisal:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

33 Jalaludin al-Mahalli, Syarh al-Warqat fi Ushul al-Fikih, (Surabaya: Syirkah Nur Asia, t.th).

Bahkan dalam masalah ibadahpun kita dapat berinovasi asal tidak melanggar hal-hal yang sudah prinsip dan nyata arahannya dari Nabi saw. sebab hal-hal yang ditinggalkan dan tidak dilakukan oleh Nabi saw. itu dapat diartikan kebolehan dan bahkan kesunnahan. Lihat Bakhrul Huda, "Rekonstruksi Akibat Hukum Atas Sikap Nabi Saw. Yang Meninggalkan Suatu Amalan Tertentu (Tark al-Nabi)" dalam *Al-Qānūn*, Vol. 20, No. 1, (Juni 2017).

Artinya," Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu".³⁴

Dalam jualbeli *follower*, *likes* dan *viewer* ini, sebagaimana yang kita paparkan sebelumnya memang ada sisi manfaatnya, yaitu pembelian *followers* dapat memudahkan pembeli dalam mendukung bisnis *onlinenya*. kerugian bisa dirasakan oleh masyarakat umum yang kurang teliti atas hal tersebut, karena mereka bisa saja tertipu dengan banyaknya *followers*, *likes*, *viewers* padahal itu bukanlah *followers* asli dari akun tersebut. Oleh karena itu hal ini tidak sesuai dengan konsep etika bisnis yaitu untuk berlaku jujur seperti yang sudah disebutkan sebelumnya.³⁵ Jadi dapat dikatakan bahwa ada manfaat bagi pebisnis *online* tapi ada madharat bagi pembeli dalam bisnis *online* dan tindakan yang bathil dilakukan oleh pebisnis *online*. Hal demikian dapat kita sampaikan, kemadharatan harus dihilangkan sebagaimana kaidah fikih berbunyi:

الضرر لا يزال

" Madharat (bahaya) harus dihilangkan".³⁶

Juga kaidah fikih ekonomi yang berbunyi:

Dalam kaidah ekonomi Islam:

34 Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Semarang: PT. Toha Saputra, 2005).

35 Shobirin Shobirin

36 Jalaludin al-Mahalli

تَحْرِيمُ أَكْلِ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ

"keharaman memakan harta orang lain secara bathil".³⁷

Islam memerintahkan semua umat islam untuk melaksanakan hal-hal yang baik dan menghindari hal-hal yang dibenci Allah (amar ma'ruf nahi munkar). Dalam perdagangan, tidak dibenarkan memperjual-belikan atau melakukan tindakan yang haram.³⁸ Berdasarkan uraian tentang mekanisme jual-beli followers, likes, viewers di atas dapat disimpulkan jika rukun jualbeli dari bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Ijab qabul³⁹ dilaksanakan pada saat pembeli memesan *followers, likes, viewers* kepada penjual, setelah itu penjual akan menambahkan *followers, likes, viewers* pada akun yang diinginkan oleh pembeli.
2. Orang yang berakad,⁴⁰ yakni pihak pembeli dan penjual *followers, likes, viewers*.
3. Objek akad⁴¹ dalam hal ini, objek akad yang diperjualbelikan adalah *follower, likes* dan *viewer*.

Adapun mengenai syarat sah jual-beli yang biasanya kita temukan di kitab fikih, maka jual-beli *followers, likes, viewers* ini tidak memenuhi syarat

terjadinya transaksi jual-beli, sebab salah satu dari beberapa syarat dalam jual-beli yakni mengenai objek transaksi adalah dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya serta tidak menimbulkan kerusakan, sedangkan objek jualbeli harus kepemilikan penuh dari penjual.⁴² Dalam jual-beli followers, like, viewers ini yang dijual merupakan objek barang yang tidak dimiliki secara penuh oleh penjual, tentu hal ini tidak sesuai dengan apa yang ditulis dalam hadis:

لَا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ

“Janganlah engkau menjual barang yang bukan milikmu”⁴³

Syarat objek *followers, likes* dan *viewers* yang dijualbelikan ini tidak sah sebab bersifat sementara, karena pemilik akun bisa meng-unfollow kapan saja ketika akunnya telah mem-follow orang secara otomatis dan ketika pemilik akun menyadari, maka pemilik akun sah-sah saja jika sewaktu-waktu meng-unfollow.⁴⁴ Hal lainnya yang merugikan adalah ketika pembeli memesan *follower* aktif, namun yang terjadi adalah penjual mencampurnya dengan akun *follower pasif*.

KESIMPULAN

Instagram merupakan salah satu media sosial yang terbilang populer

37 Yusuf Qardawi, *al-Qawā'id al-Hākimah Li Fiqh al-Mu'amalah* (Kairo: Dar Al Shurūq, 2010).

38 Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Sinar grafika, 2013), 156.

39 Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2000), 250.

40 Ibid.

41 Ibid.

42 Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Mu'amalat* (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2012), 320.

43 Abū Dāwud Sulaymān al-Azdī, *Sunan Abī Dāwud* Vol. 3 Hadis No. 3503 (Bairut: Dār Ibn Ḥazm, 1997), 495.

44 Mustiqoh Septiani, 78.

untuk saat ini, dimana layanannya terfokus pada berbagai foto dan video. Salah satu yang menjadi gengsi dalam menggunakan media sosial adalah jumlah followers, like, viewers. Bagi generasi masa kini, keseimbangan following adalah ketika jumlah follower, like, viewers lebih banyak dibanding dengan following. Oleh karena itu, banyak pengguna media sosial dimasa kini yang mencari cara agar mendapatkan jumlah followers lebih besar namun dengan cara yang instan. Salah satu cara instan yang banyak digunakan dimasa kini adalah dengan membeli followers. Kegiatan membeli followers, like, serta viewers memang bukanlah suatu kegiatan yang dilarang, tetapi hal tersebut dapat menjadi suatu perbuatan yang tidak baik apabila bertujuan untuk mengubah pemikiran seorang konsumen.[]

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim

Al-Zuhaili, Wahbah. 2011. *Fikih Islam Wa Adillatuhu jilid V*, terjemah: Abdul Hayyie al-Kattani. Jakarta: Gema Insani.

Amir, Dja'far. 1991. *Ilmu fikih*. Solo: ramadhani.

Amirullah, dan Abidin, Zainal. 2006. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Balai Pustaka.

Anjaskara, Dian Innes, Skripsi "Pengaruh Sikap pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli

Produk Kecantikan Melalui Instagram," Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2016.

Arikunto, Suharsiani. 1991. *Prosedur Penelitian suatu pendekatan Praktik*, Jakarta: Rincka Cipta.

Ash-Shawi, Shalah dan al-Muslih, Abdullah. 2008. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, terjemahan Abu Umar Basyir. Jakarta: Darul Haq.

Dahlan, Abdul Azis. *Ensiklopedi Hukum Islam*,. Cet. 1. Jakarta : Ichtiar van Hoeve. 1996.

Dawwabah, Asraf Muhammad. 2008. *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah*. Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra.

Departemen Pendidikan Nasional. 2011. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Djamil, Fathurrahman. 2013. *Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Sinar grafika.

Fadhol Tamimy, Muhamad. 2017. *Sharing-mu Personal Branding-mu*. Jakarta: Visimedia.

Haroen, Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.

Hasan, M Ali. 2003. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Huda, Bakhrul. "Rekontruksi Akibat Hukum Atas Sikap Nabi Saw. Yang Meninggalkan Suatu Amalan Tertentu (*Tark al-Nabi*)" dalam *Al-Qanun*, Vol. 20, No. 1, (Juni 2017)

Mardani. 2000. *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana.

- Mustofa, Imam. 2012. *Transaksi Elektronik (E-commerce) dalam perspektif Fikih*. jurnal Hukum Islam. Pekalongan: STAIN Pekalongan, Volume 10, No.2
- Qardawi, Yusuf. 2010. *Al-Qarwa'id al-Hakimah Li Fiqh alMu'amalah*, Kairo: Dar Al Shuruq.
- Sabiq, Sayyid. 1993. *Fikih Sunnah 12*. Bandung: Alma'arif.
- Shobirin. *Jual Beli Pandangan Islam*. Jurnal dan Bisnis Manajemen, Vol 3, No. 2