

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, Perkembangan teknologi di era globalisasi sangatlah pesat, hal ini dibuktikan dengan hadirnya teknologi yang semakin luas berkembang, dimana segala sesuatu yang dibutuhkan mudah untuk di dapatkan. Sebagai contoh, Salah satu teknologi sangat penting dan banyak digunakan oleh seluruh masyarakat di seluruh dunia adalah teknologi komunikasi yang memudahkan interaksi dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi komunikasi ini dapat diakses melalui aplikasi digital, yang berarti alat komunikasi yang memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi dengan individu lain secara bebas tanpa dibatasi oleh jarak.¹

Teknologi komunikasi ini bisa didapatkan melalui aplikasi digital. Aplikasi digital yaitu alat komunikasi yang menjadikan Brand dapat menjalin komunikasi dengan masyarakat luas. Sejalan dengan kebutuhan masyarakat di dunia akan teknologi komunikasi ini banyak sekali aplikasi digital yang menyediakan pelayanan komunikasi seperti media sosial, platfrom *electronic commerce* dan Platfrom digital yang memudahkan manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari dalam bertransaksi. Platfrom digital ialah suatu wadah di internet yang membuat para penggunanya untuk bisa merepresentasikan diri serta berinteraksi, bekerja sama, berbagi, komunikasi bersama pengguna lainnya dan menjalin sebuah ikatan sosial secara virtual. Contoh platfrom digital yang pada saat ini banyak digunakan yaitu media sosial (whatsapp, instagram, twitter, youtube,

¹ Faisal Tamimi and Siti Munawaroh, "Teknologi Sebagai Kegiatan Manusia Dalam Era Modern Kehidupan Masyarakat," *Saturnus : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi* 2, no. 3 (2024): 67, <https://doi.org/10.61132/saturnus.v2i3.157>.

tiktok, telegram) dan *e-commerce* (shopee, tokopedia, tiktokshop) dan sebagainya.²

Indonesia merupakan salah satu negara dengan minat pengguna platform digital tertinggi, hal ini didasarkan pada riset DipStrategy 2025, jumlah pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai 190 juta orang dengan platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook yang mendominasi. Masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan waktu hampir 4 jam per hari untuk mengakses media sosial. Namun demikian, sektor *e-commerce* menunjukkan perkembangan yang lebih pesat dengan jumlah pengguna aktif *e-commerce* tercatat sebanyak 180 juta orang dengan rata-rata pengeluaran 800 dolar per tahun. Kategori produk yang paling diminati adalah fashion, elektronik, dan kosmetik. Dari total transaksi tersebut, sebanyak 85% dilakukan melalui perangkat mobile atau smartphone.³ Banyaknya platform digital menunjukkan bagaimana teknologi digital telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, mengubah pola komunikasi dan konsumsi informasi secara luas.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan pada sektor jasa, dengan munculnya berbagai platform digital yang memfasilitasi transaksi antara penyedia dengan pengguna jasa. Dewasa ini, media sosial bukan hanya sebagai alat hiburan saja, namun media sosial juga menawarkan berbagai pekerjaan yang biasanya tidak bersifat mengikat, Berbagai marketplace yang menyediakan wadah bagi pekerja lepas atau lebih dikenal dengan *freelancer* seperti Sribulancer, Projects.co.id, dan platform serupa lainnya telah menciptakan ekosistem ekonomi baru yang memungkinkan masyarakat untuk menawarkan keahlian mereka tanpa batasan jarak.⁴ Hal ini berkaitan erat dengan perkembangan media sosial, dimana Masyarakat memanfaatkan perkembangan ini sebagai sarana

² Ratna Patria, "Platform Digital Adalah: Pahami Jenis-Jenis Platform Digital!," DomaiNesia, 2023, <https://www.domainesia.com/berita/platform-digital-adalah/>.

³ Krisno Wisnudi, "Statistik Menarik Industri Digital Di Indonesia Tahun 2025," DipStrategy, 2025, <https://dipstrategy.co.id/blog/statistik-menarik-industri-digital-di-indonesia-tahun-2025/>.

⁴ Arif Siaha Widodo, "Peran Internet Dalam Meningkatkan Jumlah Pekerja Lepas Di Indonesia," *NYIMAK : Journal of Communication* 3, no. 2 (2019): 191–202.

untuk menambah penghasilan dengan waktu yang fleksible serta sesuai dengan keahlian yang dimiliki. Salah satu bentuk nyata dari fenomena ini adalah praktik-praktik baru seperti "*engagement farming*" atau interaksi berbayar pada aplikasi telegram Dimana pekerjaan tersebut dilakukan pada *e-commerce*.

E-commerce merupakan kegiatan distribusi, transaksi jual beli, serta promosi produk dan layanan yang dilakukan menggunakan media elektronik seperti internet, website, televisi, maupun jaringan komputer lain. Dalam praktiknya, *e-commerce* mencakup berbagai aktivitas mulai dari transfer dana secara elektronik, pertukaran informasi digital, pengelolaan stok barang secara otomatis, hingga pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis. Dari perspektif industri informasi teknologi, aktivitas *e-commerce* dipandang sebagai bentuk penerapan dari konsep e-bisnis yang fokusnya berkaitan dengan kegiatan perdagangan atau transaksi komersial.⁵

Salah satu teknologi yang mengalami peningkatan dalam era digital adalah platform komunikasi instan, seperti Telegram. Aplikasi komunikasi berbasis internet ini telah mengalami perkembangan yang pesat sejak diluncurkan pada tahun 2013. Daya tarik utama Telegram terletak pada berbagai fitur unggulan yang ditawarkan, antara lain saluran (*channels*), grup dengan kapasitas besar, sistem bot otomatis, serta sistem keamanan melalui enkripsi *end-to-end*. Peran Telegram telah berkembang melampaui fungsi komunikasi personal dan menjadi instrumen strategis dalam pelaksanaan bisnis digital. Konsep bisnis digital merujuk pada aktivitas pemasaran merek atau produk yang dijalankan melalui platform media elektronik. Dalam konteks globalisasi saat ini, Telegram dimanfaatkan secara ekstensif untuk mendukung berbagai aktivitas bisnis, meliputi pemasaran digital, pengelolaan komunitas, dan pengembangan bisnis berbasis teknologi.⁶

⁵ Mekar Meilisa Amalia Tukino, Dahlan Abdullah and Triyugo Winarko Yudi Nur Supriadi, *Strategi Bisnis E-commerce*, ed. Jeperson Hutahaean & Zulfi Azhar, 1st ed. (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2023): 6.

⁶ Listari Noviyanti, "Pemanfaatan Aplikasi Telegram Sebagai Platform Bisnis Digital: Perspektif Pelajar Sebagai Pengguna Aktif Telegram," *Jurnal Bisnis Kreatif Dan Inovatif* 1, no. 4 (2024): 83, <https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUBIKIN>.

Pada *e-commerce*, terdapat sistem pekerja lepas yang biasa disebut dengan *engagement farming*. Interaksi berbayar merupakan strategi manipulatif yang bertujuan meningkatkan keterlibatan secara buatan di platform digital. Berbeda dengan keterlibatan secara alamiah tanpa adanya paksaan, interaksi berbayar memanfaatkan algoritma untuk meningkatkan popularitas. Fenomena ini semakin banyak terjadi karena di era digital sekarang, angka keterlibatan dijadikan patokan utama untuk mengukur keberhasilan suatu konten. Cara-cara yang biasa dipakai antara lain dengan membagikan konten, *like* terhadap suatu konten, memberikan ulasan bagus terhadap suatu konten dan produk serta membagikan suatu konten untuk menaikkan algoritma penayangan dan keterlibatan.⁷

Adanya praktik *engagement farming* ini telah menjadi tren yang semakin umum di Indonesia. Skema dari praktik ini yakni: a) melakukan rekrutmen *freelancer* melalui aplikasi telegram; b) selanjutnya *freelancer* akan dimasukkan ke dalam grup secara bersamaan yang nantinya akan ditawarkan berbagai pekerjaan seperti memberikan *like*, menulis komentar, membagikan konten, menonton video produk *e-commerce* untuk menaikkan jumlah penonton dan aktivitas lainnya untuk menaikkan metrik keterlibatan secara buatan pada suatu produk tertentu yang akan diarahkan oleh admin pada grup tersebut; c) Setelah pekerja menyelesaikan tugas sesuai dengan estimasi yang diberikan oleh admin grup, maka pekerja akan mendapatkan upah yang diberikan setelah tugas selesai dikerjakan; d) di dalamnya terdapat pemeriksaan hasil pekerjaan yang dilakukan oleh admin, setelah melalui verifikasi admin, maka upah akan diberikan kepada *freelancer*.

Praktik *engagement farming* umumnya dilakukan melalui grup-grup komunitas, di mana admin mencari orang untuk meningkatkan *engagement* pada grup dan memasukkan anggota baru tanpa sepengetahuan pihak yang diajak masuk. Selain itu, Sistem pemberian upah berbasis penyelesaian tugas, di mana

⁷Gretchen Oestreicher, “What Is Engagement Framing on Social Media?,” Metricool.com, 2024, <https://metricool.com/what-is-engagement-farming/>. Diakses pada 4 Mei 2025

freelancer baru menerima bayaran setelah berhasil memenuhi tugas yang ditetapkan, seperti jumlah interaksi atau naikan jumlah penonton dengan bukti tangkapan layar atau tautan sebagai verifikasi penyelesaian tugas. Selain itu, skema dari *engagement farming* sendiri memiliki isu yang perlu diperhatikan, dalam konteks penugasan yang diberikan oleh admin grup, tugas-tugas tersebut diberikan secara acak oleh admin, *freelancer* tidak memiliki hak untuk memilah dan memilih tugas mana yang ingin dikerjakan serta tidak dikerjakan.

Praktik ini menimbulkan sejumlah pertanyaan penting terkait kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Dalam Islam, muamalah diatur oleh prinsip-prinsip dasar yang menjadi landasan bagi setiap transaksi dan interaksi antar manusia. Prinsip-prinsip ini sangat penting untuk menjaga keadilan, kemashlahatan, dan menghindari kemudharataan dalam berbagai aspek kehidupan. Hal ini berkaitan erat dengan prinsip dalam muamalah yaitu prinsip *'an, taradhin* (saling ridha). *An-taradhin* berasal dari kata راضٍ، يرضي dalam bahasa Arab yang berarti suka, rela, atau setuju. Kata ini termasuk dalam jenis kata benda yang mengindikasikan suatu kondisi atau sifat kesenangan. Makna mufradat taradhin adalah saling rida, saling rela, saling setuju, saling senang, saling menerima, saling sepakat, dan saling suka. Konsep ini tidak dipengaruhi oleh dimensi waktu, baik masa lampau, sekarang, maupun masa depan, sehingga mencerminkan keadaan batin yang bersifat universal dalam konteks persetujuan antara pihak-pihak yang berinteraksi dalam transaksi yang halal.⁸

Sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29:

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

⁸ Abdur Rahman, "Menyoal Filosofi An Taradin Pada Akad Jual Beli (Kajian Hukum Ekonomi Syari'ah Dalam Konteks Jual Beli)," *Et-Tijarie* 2, no. 2 (2016): 36.

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu."⁹

Dalam konteks *engagement farming*, *freelancer* menerima tugas dari admin grup untuk melakukan aktivitas digital, seperti memberikan *like*, komentar, atau membagikan konten, kemudian memperoleh bayaran setelah tugas tersebut selesai dikerjakan dan diverifikasi. Selain itu, pada tahapan pemberian upah, upah akan diberikan jika *freelancer* telah menyelesaikan tugas yang diberikan dengan cara memberikan bukti tangkapan layar kepada admin, para pekerja didorong untuk berlomba-lomba menyelesaikan tugas yang telah diberikan lalu barangsiapa yang telah menyelesaikan tugas akan mendapatkan upah, dan jika tidak menyelesaikan tugas maka tidak akan mendapatkan upah. Peristiwa seperti ini serupa dengan sayembara. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti "sayembara" adalah perlombaan dengan memperebutkan hadiah. Sayembara diartikan sebagai perlombaan, uji ketrampilan atau ketangkasan untuk menyelesaikan suatu tantangan atau penugasan yang diikuti oleh sejumlah orang untuk memperoleh hadiah.¹⁰

Sayembara dalam hukum ekonomi syariah sangat berkaitan erat dengan akad *ju'alah*.¹¹ *Ju'alah*, dalam perspektif Islam merujuk pada suatu bentuk imbalan yang akan diberikan oleh seseorang untuk diberikan kepada pihak lain yang berhasil melaksanakan suatu pekerjaan tertentu, tanpa mempersyaratkan bahwa pekerja tersebut harus diketahui identitasnya terlebih dahulu atau bahkan tanpa kejelasan mengenai mekanisme penyelesaian pekerjaannya, dengan contoh klasik berupa pernyataan "Siapa saja yang berhasil menyelesaikan pembangunan tembok ini untukku akan mendapatkan sejumlah uang tertentu".¹²

⁹ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan*. (Jakarta: Kementerian Agama, 2019). h. 83

¹⁰ KBBI Online, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ke-3, 2002, Hlm. 1005.*, 2002.

¹¹ Afriani Afriani and Ahmad Saepudin, "Implementasi Akad *Ju'alah* Dalam Lembaga Keuangan Syariah," *EKSISBANK (Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan)* 2, no. 2 (2018): 59–63.

¹² Afriani and Saepudin.

Praktik *engagement farming* pada aplikasi Telegram perlu dikaji berdasarkan prinsip-prinsip akad dalam ekonomi islam. Sementara pada prinsip syariah menekankan pada aspek kerelaan (*ridha*) dan kejelasan informasi pekerjaan serta imbalan sejak awal. Menurut prinsip ekonomi syariah, upah harus memenuhi beberapa kriteria, di antaranya adalah kejelasan nominal dan waktu pembayaran, serta proporsionalitas dengan pekerjaan yang dilakukan. Dalam hadits riwayat Ibnu Majah, Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ قَالَ: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ اسْتِئْجَارِ الْأَجْرِ حَتَّى يُبَيَّنَ لَهُ أَجْرُهُ

"Dari Abi Sa'id berkata: Rasulullah Saw, melarang memperkerjakan seseorang sebelum dijelas-kan kepadanya (jumlah dan/atau kualitas) upahnya".¹³

Hadits ini menegaskan pentingnya ketepatan waktu dan kejelasan dalam pembayaran upah. Dalam konteks pemberian upah pada *engagement farming*, aspek upah ini perlu ditelaah lebih lanjut, terutama terkait kejelasan nominal, waktu pembayaran, dan kesesuaiannya dengan prinsip keadilan (*'adalah*) dan proporsionalitas dalam ekonomi Islam. Jika informasi mengenai upah hanya disampaikan setelah calon pekerja bergabung dalam grup, atau jika terdapat ketidakjelasan dalam skema pembayaran, maka hal ini berpotensi menciptakan *gharar* (ketidakpastian) yang dapat mempengaruhi keabsahan akad.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih mendalam mengenai praktik rekrutmen *freelancer* serta proses pekerjaan di Telegram sebagai pekerja *engagement farming* dalam perspektif hukum ekonomi syari'ah. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan kejelasan status hukum praktik pekerjaan *engagement farming* dan memberikan kejelasan bagi para pihak yang terlibat dalam aktivitas tersebut, sehingga dapat menjalankan kegiatan ekonomi digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"REKRUTMEN FREELANCER DI TELEGRAM SEBAGAI**

¹³ Muhammad Ibn 'Ali Ibn Muhammad Al-Syaukani, *Nail Al-Authar Syarh Muntaqa Al-Akhbar Min Ahadits Sayyid Al-Akhbar* (Mesir: Mushthafa al-Babi al-Halabi., n.d.). h. 247

PEKERJA *ENGAGEMENT FARMING* PADA *E-COMMERCE* PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARI'AH".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, praktik *engagement farming* pada *e-commerce* melalui platform Telegram menimbulkan sejumlah permasalahan yang perlu dikaji secara mendalam yaitu proses rekrutmen yang dilakukan tanpa persetujuan terlebih dahulu dari calon *freelancer* (tanpa sepengetahuan pihak yang diajak masuk), sistem penugasan yang tidak memberikan hak pilih kepada pekerja untuk memilah tugas yang dikehendaki, serta mekanisme pemberian upah yang berbasis penyelesaian. Ketidakjelasan informasi mengenai jenis konten pekerjaan, nominal upah, dan syarat-syarat penugasan yang baru diungkapkan setelah *freelancer* bergabung berpotensi menciptakan *gharar* (ketidakpastian) dan melanggar prinsip *antaradhin* (saling ridha) dalam muamalah Islam. Untuk memberikan kejelasan terhadap permasalahan tersebut maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan rekrutmen *freelancer* sebagai pekerja *engagement farming* di Telegram?
2. Bagaimana cara kerja *engagement farming* di *e-commerce*?
3. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syari'ah terhadap rekrutmen *freelancer* dan *engagement farming* di *e-commerce*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji pelaksanaan rekrutmen *freelancer* sebagai pekerja *engagement farming* di Telegram.
2. Untuk mengkaji cara kerja *engagement farming* di *e-commerce*.
3. Untuk mengkaji tinjauan hukum ekonomi syari'ah terhadap rekrutmen *freelancer* dan *engagement farming* di *e-commerce*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan hukum ekonomi syari'ah, khususnya terkait penerapan prinsip-prinsip muamalah pada model bisnis digital dan pekerjaan *freelance* di era teknologi. Hasil penelitian ini dapat menambah literatur akademik mengenai adaptasi hukum ekonomi syari'ah terhadap fenomena baru dalam ekonomi digital, terutama dalam aspek rekrutmen dan sistem kerja berbasis platform. Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pengembangan ijtihad kontemporer dalam merespons transaksi-transaksi modern yang belum dikenal pada masa kodifikasi fiqh klasik.

2. Manfaat Praktis

Bagi *freelancer* Muslim, penelitian ini dapat memberikan panduan dan kejelasan hukum syariah mengenai keterlibatan mereka dalam aktivitas *engagement farming* di Telegram. Bagi pengelola platform dan rekruter, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merancang sistem rekrutmen dan penugasan yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Sedangkan, Bagi regulator dan lembaga fatwa, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan dan fatwa terkait ekonomi digital yang berkembang pesat di masyarakat muslim. Bagi masyarakat umum, penelitian ini dapat meningkatkan literasi digital dan kesadaran syariah dalam berinteraksi dengan peluang ekonomi berbasis platform digital.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam rangka mengetahui dan memperjelas bahwa penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu yang berkaitan, Sebelum melakukan penelitian lebih mendalam, penulis mencari studi terdahulu yang membahas atau berkaitan dengan penelitian ini. Studi terdahulu sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka menyusun dan melengkapi penelitian ini. Penulis melakukan tinjauan dari skripsi terdahulu untuk mendukung materi dalam penelitian ini diantaranya

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nina Mia Aristi dan Ahmad R Pratama pada tahun 2021 dengan judul "*The Roles of Freelance Marketplaces and Social Media in Facilitating Professional Services Online Gig Economy*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua platform tersebut memiliki kontribusinya tersendiri untuk membuka lapangan kerja yang lebih luas. *Freelance marketplace* berperan signifikan dalam memasarkan jasa pekerja gig Indonesia ke pasar internasional dan cenderung menjadi pilihan bagi penyedia jasa yang lebih berpengalaman dengan harga jual yang lebih tinggi. Sementara itu, media sosial meskipun memiliki harga jual yang cenderung lebih rendah, berperan besar dalam pemasaran di dalam negeri dan lebih cocok untuk penyedia jasa pemula.¹⁴
2. Penelitian yang dilakukan oleh V.F. Oleshko dan O.S. Mukhina tahun 2022 yang berjudul "*Media Freelancers of the Digital Age: Social, Legal and Ethical Aspects*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa era digital telah menciptakan tuntutan baru bagi jurnalis dan pelaku media lainnya, dengan *freelancing* muncul sebagai salah satu tren yang berkembang secara aktif. Penelitian juga menunjukkan, para pekerja menemukan banyak keuntungan dari gaya hidup ini, terutama jam kerja yang fleksibel dan kebebasan dari batasan tempat kerja tertentu. Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa para penulis *freelance* sering kali menetapkan batasan moral dan etika mereka sendiri, sementara status hukum dan sosial mereka masih belum jelas. Para peneliti menyimpulkan bahwa perlindungan hukum dan sosial bagi *freelancer* media masih belum memadai, meskipun pandangan tentang dimasukkannya *freelancer* dalam beberapa kelas masih diperdebatkan. Studi ini juga mencatat bahwa pandemi COVID-19 telah memberikan dorongan pada perkembangan *freelancing*, dan generasi digital yang lebih muda sangat loyal terhadap gaya hidup ini.¹⁵

¹⁴ Nina Mia Aristi and Ahmad Raf'ie Pratama, "Peran *Freelance Marketplace* Dan Media Sosial Dalam Online Gig Economy Jasa Profesional," *Techno.Com* 20, no. 1 (2021): 122–33, <https://doi.org/10.33633/tc.v20i1.4261>.

¹⁵ V.F. Oleshko and O.S. Mukhina, "Media *Freelancers* of the Digital Age: Social, Legal and Ethical Aspects," *KnE Social Sciences* 2022 (2022): 104–13, <https://doi.org/10.18502/kss.v7i2.10284>.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Haryono dalam jurnalnya "Konsep Al *Ju'alah* Dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-Hari". Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep al *Ju'alah* dalam pranata hukum Islam bukanlah konsep baru, melainkan telah ada sejak lama sebagai bukti konkrit agama Islam yang menghargai jerih payah dan hak cipta, keselarasan hukum Islam inilah yang menjadikan aturan Islam selalu relevan dengan perkembangan zaman, sementara penerapan konsep al *Ju'alah* mampu menumbuhkan kreativitas, membuka pemikiran, serta memberikan kontribusi besar dalam mendorong kemajuan masyarakat di berbagai bidang kehidupan termasuk pendidikan, bisnis, dan perkembangan teknologi yang pada akhirnya merefleksikan bentuk *ta'awun alal birri wa taqwa* untuk membangun masyarakat Islami yang modern, maju, dan berkepribadian luhur dalam bermuamalah.¹⁶
4. Penelitian yang dilakukan oleh Hajar Ifyan pada tahun 2022 dalam skripsinya yang berjudul "Implementasi Akad *Ju'alah* Dalam Aplikasi Tiktok (Mahasiswi Uin Khas Jember)". Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa cara mendapatkan imbalan dalam aplikasi TikTok yang dilakukan mahasiswa UIN KHAS Jember adalah dengan cara menyelesaikan tugas-tugas seperti mengunduh aplikasi, mengundang teman/pengguna baru, atau menonton video selama beberapa menit, kemudian setelah berhasil melakukan tugas tersebut, pengguna akan mendapatkan imbalan; sementara implementasi akad *Ju'alah* dalam aplikasi TikTok secara umum telah sesuai dengan ketentuan syariah, namun terdapat beberapa syarat yakni pengguna baru yang diundang tidak dalam keadaan terpaksa atau di bawah ancaman, serta konten atau video yang ditonton tidak mengandung unsur yang melanggar syariat Islam seperti konten yang mengandung unsur maksiat dan hal-hal lain yang dilarang dalam syariat.¹⁷

¹⁶ Haryono Haryono, "Konsep Al *Ju'alah* Dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-Hari," *Al-Maslahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial* 5, no. 9 (2017): 643–57.

¹⁷ Hajar Ifyan, "Implementasi Akad *Ju'alah* Dalam Aplikasi Tiktok (Mahasiswi Uin Khas Jember)" (Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember, 2022).

5. Penelitian yang dilakukan oleh Inayatillah pada tahun 2022 dengan judul "*Aqdu Al-Ju'alah fi Al-fiqhi Al-Islamiy (Dirasah Tahliliyyat ala Tathbiqi Aqdi Al-muamalat fi Snack Video)*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa akad *ju'alah* yang diterapkan pada aplikasi Snack Video diperbolehkan secara syariah, dengan ketentuan pengguna tidak akan mendapatkan upah jika tidak menjalankan program yang disediakan oleh aplikasi. Meskipun secara umum akad muamalah yang diterapkan sudah sesuai dengan prinsip syariah, peneliti berpendapat bahwa aplikasi Snack Video tidak sepenuhnya dibatasi oleh nilai-nilai syariah secara tegas sehingga berpotensi mengarah pada praktik-praktik yang dimakruhkan bahkan diharamkan dalam pandangan Islam.¹⁸

Tabel 1. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Nina Mia Aristi dan Ahmad R Pratama (Tahun 2021)	<i>The Roles of Freelance Marketplaces and Social Media in Facilitating Professional Services Online Gig Economy</i>	Peneliti studi terdahulu dan penulis sama-sama meneliti mengenai <i>freelance</i> di media sosial	Peneliti terdahulu membahas pada peran media sosial dan marketplace terhadap kemajuan Gig Economy, sedangkan penulis fokus terhadap <i>freelance</i> di Aplikasi Telegram.
2.	V.F. Oleshko dan O.S. Mukhina (Tahun 2022)	<i>Media Freelancers of the Digital Age: Social, Legal and Ethical Aspects</i>	Peneliti studi terdahulu dan penulis sama-sama meneliti mengenai <i>freelancers</i> di era digital	Penelitian terdahulu meneliti terhadap <i>freelance</i> di era digital dari segi Aspek Sosial, Hukum dan Etika. Sedangkan, penulis memfokuskan pada pekerjaan lepas yang difokuskan pada media sosial telegram saja.

¹⁸ Inayatillah, "Aqdu Al-Ju'alah Fi Al-Fiqhi Al-Islamiy (Dirasah Tahliliyah Ala Tathbiqi Aqdi Al-Muamalah Fi Snack Video," *Minka* (2020), <https://sijori.id/read/snack-video-aplikasi-baru-saingan-berat-tik-tok>.

3.	Haryono	Konsep Al <i>Ju'alah</i> Dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-Hari	Peneliti studi terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian mengenai akad <i>ju'alah</i>	Penelitian terdahulu memfokuskan pada penelitian akad <i>ju'alah</i> dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan, penulis meneliti akad <i>ju'alah</i> pada praktik <i>freelancer</i> di aplikasi telegram.
4.	Hijar Ifyan (Tahun 2022)	Implementasi Akad <i>Ju'alah</i> Dalam Aplikasi Tiktok (Mahasiswi Uin Khas Jember)	Peneliti studi terdahulu dan penulis sama-sama akad <i>ju'alah</i> pada media sosial	Penelitian terdahulu focus terhadap implementasi akad <i>ju'alah</i> yang terjadi di tiktok. Sedangkan penulis meneliti pada implementasi akad <i>ju'alah</i> di Telegram
5.	Inayatillah (Tahun 2022)	<i>Aqdu Al-Ju'alah fi Al-fiqhi Al-islamiy (Dirasah Tahliliyyat ala Tathbiqi Aqdi Al-muamalat fi Snack Video)</i>	Peneliti studi terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian mengenai akad <i>ju'alah</i> di Aplikasi media sosial	Penelitian terdahulu berfokus pada akad <i>ju'alah</i> yang terjadi di aplikasi Snack Vidio sedangkan penulis berfokus pada akad <i>ju'alah</i> yang terjadi di aplikasi telegram

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, dapat ditegaskan bahwa penelitian ini memiliki perbedaan fokus kajian, objek penelitian, maupun perspektif analisis. Penelitian-penelitian sebelumnya umumnya membahas fenomena *freelance* dan *gig economy* secara umum di media sosial atau marketplace tertentu, serta mengkaji akad *ju'alah* pada platform seperti TikTok dan Snack Video tanpa menyoroti praktik khusus secara syariah. Adapun penelitian ini secara spesifik mengkaji rekrutmen *freelancer* “*engagement farming*” di aplikasi Telegram yang digunakan untuk kepentingan *e-commerce*,

dengan menitikberatkan pada analisis praktik tersebut dari perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah. Fokus penelitian ini tidak hanya pada penggunaan media Telegram sebagai sarana *freelance*, tetapi juga pada karakteristik pekerjaan *engagement farming* yang berkaitan dengan manipulasi interaksi digital serta relevansi terhadap keabsahan akad *ju'alah*, prinsip kejujuran (*sidq*), keadilan (*'adl*), dan kerelaan dua belah pihak dalam muamalah Islam. Dengan demikian, penelitian ini mengisi kekosongan kajian karena mengombinasikan isu *freelance* digital, *engagement farming*, media Telegram, *e-commerce*, dan analisis hukum ekonomi syari'ah yang belum dibahas secara dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

F. Kerangka Berpikir

Manusia hidup tidak akan bisa lepas dengan individu dan makhluk lainnya, oleh karena itu manusia hidup dengan bermuamalah. Menurut bahasa, muamalah merupakan bentuk masdar yang berasal dari kata "*amala*" yang berarti aktivitas timbal balik, interaksi dalam perbuatan, dan timbal balik dalam beramal.¹⁹ Dari segi terminologi, muamalah adalah Ilmu yang mengatur mengenai pertukaran baik itu dari segi harta dan harta maupun manfaat antara antara manusiadenan manusia yang lain melalui cara pertukaran serta kesepakatan/komitmen (pengikatan atas sesuatu).²⁰ Islam memberikan corak khusus pada seluruh aspek eksistensi manusia, termasuk sektor perekonomian, dunia usaha, dan permasalahan kemasyarakatan.

Kaidah fiqh yang menerangkan tentang muamalah yaitu:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلُّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”²¹

¹⁹ Ismail Nawawi and Zaenudin A Naufal, *Fikih Muamalah Klasik Dan Kontemporer: Hukum Perjanjian, Ekonomi, Bisnis, Dan Sosial* (Ghalia Indonesia, 2012). h. 10

²⁰ Rahmat Hidayat, *Fikih Muamalah: Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah* (CV. Tungga Esti, 2022). h. 6

²¹ A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fiqih Edisi Ke 1*. (jakarta: Prenada Media, 2011). h. 203

Kaidah ini menunjukkan bahwa konsep dasar muamalah yang menyatakan bahwa segala sesuatu dalam muamalah pada dasarnya diperbolehkan kecuali yang dilarang secara jelas. Ini artinya, syariah islam sudah memberikan kesempatan bagi manusia agar dapat bermuamalah satu sama lain baik dalam bertransaksi maupun akad-akad yang digunakan didalamnya dengan berlandaskan pada ketentuan-ketentuan syariat Islam.

Syariat Islam mengatur mengenai muamalah yang dilakukan pada umumnya maupun yang lebih spesifik. Adanya Kebebasan ini menjadi dasar bagi pengembangan berbagai bentuk transaksi ekonomi terutama di era digital. Namun, dengan adanya kebebasan muamalah tersebut, muncul prinsip dan asas yang menjadi tumpuan dasar atau kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak dan menjadi tolak ukur terutama dalam penegakan dan pelaksanaan hukum dalam bermuamalah. Dalam kaitan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, yakni:²²

- a. Prinsip tauhid, yakni semua tingkah laku dan perbuatan manusia tidak luput dari ketentuan dan harus dipertanggungjawabkan di hadapan Allah Swt., Prinsip ini menyatakan bahwa semua manusia ada di bawah suatu ketetapan yang sama yaitu ketetapan tauhid. Berdasarkan prinsip ini pelaksanaan hukum Islam merupakan ibadah, dalam arti penghambaan manusia hanya kepada Allah, tidak kepada makhluk. Prinsip menghendaki dan mengharuskan manusia untuk menetapkan hukum sesuai dengan hukum Allah.
- b. 'Adalah atau keadilan, dalam muamalah mengacu pada penerapan prinsip keadilan yang bertujuan agar kekayaan tidak hanya dikuasai oleh sebagian orang saja, melainkan harus didistribusikan secara merata di antara seluruh lapisan masyarakat, dalam hal ini, semua para pihak yang melakukan perikatan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan serta memenuhi perjanjian yang telah mereka buat.
- c. Kebebasan berakad (al-hurriyah), menyatakan bahwa setiap individu memiliki hak untuk membuat perjanjian atau kontrak dalam bentuk apapun tanpa harus

²² Jaenudin, "Hukum Ekonomi Syariah: Sebuah Perspektif Keilmuan" (WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG, 2022). h. 42-43

terikat pada jenis akad yang sudah ditentukan oleh hukum syariah. Mereka juga bebas memasukkan klausul-klausul yang sesuai dengan kepentingannya, selama tidak menyebabkan pengambilan harta secara tidak sah. Asas ini menegaskan kesetaraan antara para pelaku muamalah, sehingga kedudukan mereka sama dalam perjanjian.

- d. Persamaan dan kesetaraan, Dimana manusia dalam melakukan muamalah selalu berinteraksi dengan individu lain dan dalam menjalankan serta memenuhi kebutuhan hidupnya harus berlandaskan pada kesetaraan dan persamaan.
- e. Kejujuran dan Kebenaran (Ash-Shidq), dalam praktik perjanjian, sikap jujur merupakan prinsip dasar yang harus dijunjung tinggi dalam setiap aktivitas muamalah. Kejujuran menjadi fondasi penting karena apabila unsur ini diabaikan, maka keabsahan dan kekuatan perjanjian dapat terganggu. Ketidakjujuran dalam suatu perikatan juga berpotensi menimbulkan konflik dan perselisihan di antara para pihak yang terlibat. Oleh sebab itu, Islam menekankan pentingnya berkata dan bertindak benar dalam setiap hubungan hukum maupun bisnis. Hal ini ditegaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Ahzab ayat 70, di mana Allah Swt. memerintahkan orang-orang beriman untuk bertakwa dan menyampaikan perkataan yang benar.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.

Selain kejujuran, Islam juga melarang perilaku yang menyimpang dalam pengelolaan harta, seperti sikap boros dan tidak bertanggung jawab. Dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 27 dijelaskan bahwa orang-orang yang bersikap boros disamakan dengan saudara-saudara setan. Ayat ini menunjukkan bahwa ketidakjujuran dan penyalahgunaan harta dalam kegiatan muamalah merupakan perbuatan tercela yang bertentangan dengan nilai-nilai keislaman.

إِنَّ الْمُبْرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Allah mencela perbuatan membelanjakan harta secara boros, dengan menyatakan, “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan, mereka berbuat boros dalam membelanjakan harta karena dorongan setan,

oleh karena itu, perilaku boros termasuk sifat setan, dan setan itu adalah sangat ingkar kepada nikmat dan anugerah Tuhannya.

- f. Prinsip Adamul *Gharar*, adamul *gharar* menegaskan bahwa dalam setiap transaksi muamalah tidak boleh terdapat unsur *gharar*, yaitu ketidakjelasan, tipu daya, atau hal-hal yang dapat menyebabkan salah satu pihak merasa dirugikan. Kehadiran unsur *gharar* dapat menghilangkan kerelaan dan kesepakatan yang tulus dari salah satu pihak dalam melakukan transaksi.
- g. *Antaradhin Minhuma* (Kerelaan), Dari prinsip muamalah tersebut, muncul prinsip *an-taradhin* (التراضي) sebagai instrumen yang tak kalah penting dalam setiap transaksi ekonomi Islam yang menekankan perlunya kerelaan dan persetujuan dari semua pihak yang terlibat. Konsep ini bersumber dari QS. An-Nisa: 29:

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

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu."²³

Prinsip *an-taradhin* tidak hanya sekedar berpusat pada persetujuan saja tetapi mengharuskan adanya transparansi informasi, kejelasan dalam kesepakatan, dan persetujuan bebas tanpa paksaan dalam setiap transaksi ekonomi. Berangkat dari fondasi prinsip *an-taradhin* yang telah diuraikan, langkah selanjutnya adalah memahami bagaimana prinsip-prinsip dasar muamalah tersebut diimplementasikan dalam bentuk akad yang spesifik. Prinsip kebebasan muamalah dan *an-taradhin* yang telah dijabarkan sebelumnya menjadi landasan penting bagi sahnya berbagai jenis akad dalam hukum ekonomi syari'ah, di mana kerelaan dan keterbukaan informasi antara kedua belah pihak menjadi syarat utama.²⁴

²³ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan*. (Jakarta: Kementerian Agama, 2019). h. 83

²⁴ Ahmad Syaichoni and M Sy, *Fikih Muamalah: Konsep Dasar Transaksi Bisnis Islam* (CV. Bintang Semesta Media, 2023). h.17

Akad adalah ikatan antara dua perkara, baik dalam ikatan nyata maupun ikatan secara maknawi, dari satu segi maupun dari dua segi. Sedangkan menurut ulama hukum Islam akad adalah ikatan atau perjanjian. Ulama mazhab kalangan Syafi'iyah, Malikiyah, dan Hambaliah mendefinisikan akad sebagai suatu perikatan atau perjanjian. Ibnu Taimiyah mengatakan akad adalah setiap perikatan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih yang berkaitan dengan aktivitas perdagangan, perwakafan, hibah, perkawinan, dan pembebasan.²⁵ Akad-akad tersebut meliputi akad jual beli (*ba'i*), sewa-menyewa (*ijarah*), pinjaman (*qardh*), kerja sama (*syirkah*), sayembara (*ju'alah*), serta akad-akad lainnya.

Akad *ju'alah*, *ju'l*, atau *ju'liyah* secara bahasa berarti sesuatu yang disiapkan untuk diberikan kepada seseorang yang berhasil menyelesaikan suatu pekerjaan tertentu. Istilah ini juga diartikan sebagai imbalan yang diberikan kepada seseorang karena telah melaksanakan tugas atau pekerjaan tertentu. Menurut Sayyid Sabiq, *ju'alah* adalah perjanjian mengenai suatu manfaat yang diperkirakan akan memperoleh balasan sesuai janji atas pekerjaan yang dilakukan. Dalam praktik sehari-hari, para fuqaha memahami *ju'alah* sebagai pemberian upah kepada individu yang berhasil menemukan barang yang hilang, menyembuhkan orang sakit, menggali sumur hingga mendapatkan sumber air, atau memenangkan perlombaan. Dengan demikian, *ju'alah* tidak hanya terbatas pada pencarian barang hilang, tetapi juga mencakup pekerjaan yang memberikan keuntungan atau manfaat bagi seseorang.²⁶

Sebagaimana dalam Qs. Yusuf ayat 72:

قَالُوا نَفَقْدُ صُورَاعِ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ ﴿٧٢﴾

²⁵ Wawan Muhwan Hariri, *Hukum Perikatan* (Bandung: Pustaka Setia, 2011). h. 243

²⁶ Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (FEBI UIN SU Press, 2018). h. 277

“Mereka menjawab: “Kami kehilangan cawan raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh (bahan makanan seberat) beban unta dan aku jamin itu.”²⁷

Dalam hal ini, raja memberi setiap orang kesempatan untuk menemukan piala dan akan menghadiahi mereka yang dapat menunjukkan pencuri piala raja. Jangan biarkan tidak diberi upah karena upah adalah hak yang harus dibayar seusai menjalankan tugas. Dasar dari logikannya adalah bahwa kebutuhan manusia menuntut diberlakukannya *ju'alah* untuk mengembalikan harta yang hilang atau suatu pekerjaan yang tidak mampu dikerjakan oleh orang yang menyuruh (*ja'il*), sementara tidak ada orang yang melakukannya secara suka rela dan juga tidak dapat dilakukan dengan transaksi ijarah karena pekerjaannya tidak jelas. *Ju'alah* dibolehkan secara syar'i karena adanya kebutuhan untuk itu, seperti halnya mudharabah.²⁸

Dewan Syariah Nasional menjelaskan dalam Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah* bahwa *ju'alah* adalah janji atau komitmen untuk memberikan imbalan (*iwadh/ju'l*) tertentu atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Dalam fatwa ini, akad *ju'alah* boleh dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan jasa dengan syarat bahwa objek *ju'alah* (*mahal al-'aqd/maj'ul 'alaih*) harus berupa pekerjaan yang tidak dilarang oleh syariah serta tidak menimbulkan akibat yang dilarang. Hasil pekerjaan (*natijah*) harus jelas dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran, dan imbalan *ju'alah* harus ditentukan besarnya oleh *ja'il* serta diketahui oleh para pihak pada saat penawaran. Dalam ketentuan hukumnya, fatwa DSN-MUI menegaskan bahwa imbalan *ju'alah* hanya berhak diterima oleh pihak maj'ul lahu apabila hasil dari pekerjaan tersebut terpenuhi. Selain itu, pihak *ja'il* harus memenuhi imbalan yang diperjanjikannya jika pihak maj'ul lah

²⁷ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan*. (Jakarta: Kementerian Agama, 2019). h. 203

²⁸ Abdullah Bin Muhammad Ath-Thayyat, *Ensiklopedia Fiqih Muamalah Dalam Pandangan 4 Madzab*, Terj. Miftahul Khairi (Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif, 2009). h. 417

menyelesaikan prestasi (hasil pekerjaan/natijah) yang ditawarkan, dengan ketentuan bahwa tidak boleh ada syarat imbalan diberikan di muka sebelum pelaksanaan objek *ju'alah*.²⁹

Perkembangan teknologi informasi yang pesat di era digital saat ini telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan dunia kerja. Kemunculan berbagai platform digital dan media sosial tidak hanya memudahkan komunikasi, tetapi juga membuka peluang kerja baru yang lebih fleksibel, salah satunya adalah pekerjaan sebagai *freelancer*.

Freelancer merujuk pada individu yang menjalankan pekerjaannya secara mandiri dan tidak memiliki ikatan komitmen jangka panjang dengan pemberi kerja tertentu. Pekerja *freelance* dapat dibedakan menjadi dua kategori berdasarkan sistem pembayarannya, yaitu berdasarkan satuan hasil dan satuan waktu. Pekerja lepas yang dibayar berdasarkan satuan hasil biasanya adalah individu yang memiliki keahlian khusus dalam bidang tertentu dan menawarkan kemampuan dalam bentuk layanan jasa, dimana upah diberikan sesuai dengan hasil pekerjaan yang telah diselesaikan secara mandiri. Sedangkan *Freelancer* adalah individu yang bekerja dengan waktu yang ditentukan sendiri tanpa terikat oleh perjanjian kerja. *Freelancer* dapat mengerjakan berbagai proyek seperti pemrograman, desain grafis, pengembangan situs web, dan penulisan artikel.³⁰

E-commerce pada dasarnya memanfaatkan jaringan internet sebagai media untuk melakukan aktivitas belanja online dimana proses pembayarannya dilakukan secara digital. Perkembangan bisnis *e-commerce* mulai mengalami pertumbuhan pesat sejak tahun 1998.³¹ *E-commerce* merupakan kegiatan

²⁹ DSN-MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional NO: 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad *Ju'alah*," *Dewan Syariah Nasional MUI*, no. Keuangan Syariah (2007): 1–4, <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/>.

³⁰ Mustofa, "Pekerja Lepas (*Freelancer*) Dalam Dunia Bisnis," *Mozaik* 10, no. 1 (2018): 26.

³¹ Mufarizzaturrizkiyah, Abdul Aziz, and Leliya, *E – Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa muslim Survey Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Cirebon: Cv. Elsi Pro, 2019). h. 16

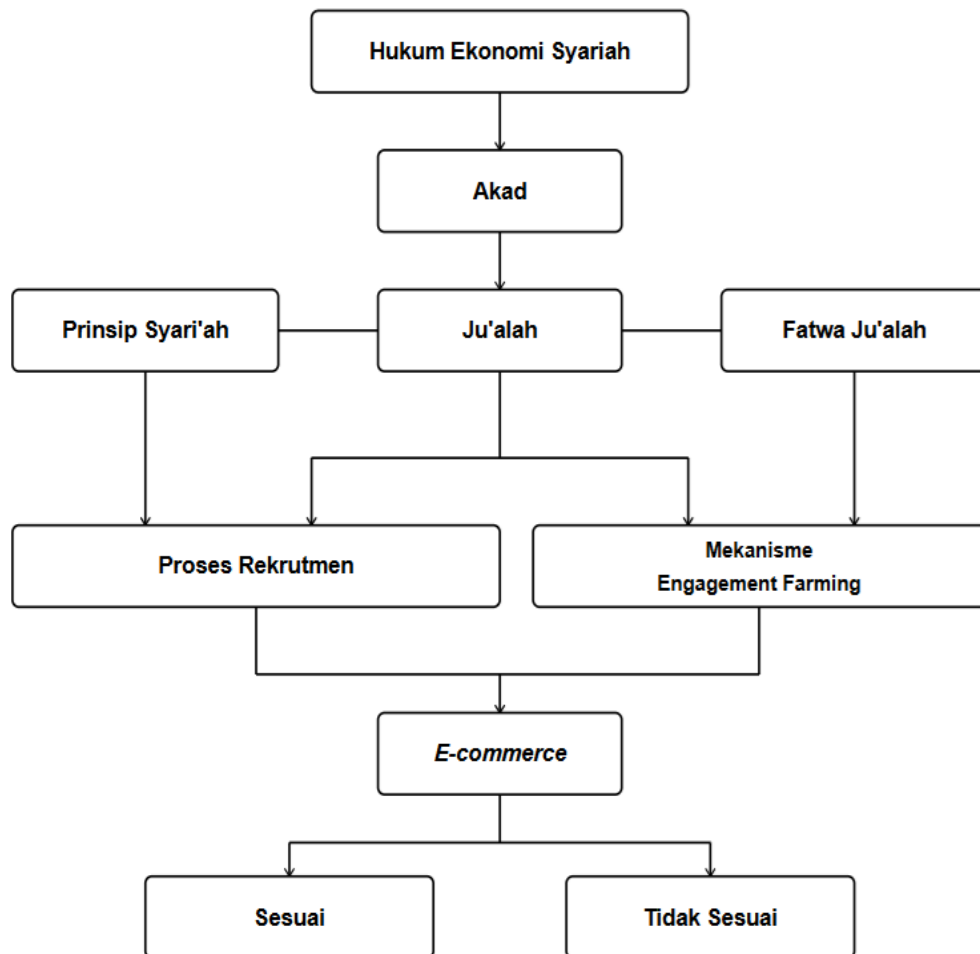
distribusi, transaksi jual beli, serta promosi produk dan layanan yang dilakukan menggunakan media elektronik seperti internet, website, televisi, maupun jaringan komputer lain. Dalam praktiknya, *e-commerce* mencakup berbagai aktivitas mulai dari transfer dana secara elektronik, pertukaran informasi digital, pengelolaan stok barang secara otomatis.³²

Salah satu fenomena yang belakangan ini banyak dijumpai adalah *engagement farming*, yaitu aktivitas yang bertujuan meningkatkan interaksi atau keterlibatan secara buatan pada *e-commerce* dengan cara memberikan *like*, komentar, membagikan konten, atau menonton video sesuai permintaan. Praktik ini banyak ditemukan di aplikasi Telegram, dimana para *freelancer* direkrut melalui grup-grup khusus untuk menyelesaikan tugas-tugas tertentu dengan imbalan yang telah dijanjikan.

Berdasarkan penjabaran tentang konsep dan teori mengenai prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah dan akad *ju'alah* ini digunakan sebagai alat analisa penulis untuk meninjau secara yuridis tentang hukum ekonomi syariah yang mengatur mengenai status hukum paraktik rekrutmen serta pekerjaan *engagement farming* di telegram. Dimana status hukum pada penelitian akan melahirkan sejauh mana hukum ekonomi syariah memberikan kepastian dari ketetapan hukum tersebut.

Untuk mempermudah memahami kerangka pemikiran penulis, berikut ini adalah skema gambarannya:

³² Tukino, Dahlan Abdullah and Yudi Nur Supriadi, *Strategi Bisnis E-commerce*. h. 6



Gambar 1. 1 Skema Kerangka Berpikir

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis empiris. Yuridis empiris ini dijalankan melalui pemecahan permasalahan penelitian dengan menganalisis data sekunder pada tahap awal, kemudian melanjutkan dengan melakukan penelitian terhadap data primer. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan melalui pengkajian terhadap kaidah-kaidah hukum serta peristiwa yang berkaitan dengan dinamika kehidupan masyarakat. Penelitian dilakukan pada anggota grup dan komunitas *freelancer* di Telegram untuk memperoleh informasi terkait

pelaksanaan *freelance engagement farming* pada *e-commerce* serta tinjauan hukum ekonomi syariah pada praktik tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode yang bersifat deskriptif analitis dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan cara mengamati secara langsung fenomena yang ada di daerah penelitian atau lingkungan di mana penelitian bertujuan untuk menganalisa yang saat ini berlaku atau gambaran secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.³³

2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif (*Qualitative Research*), yaitu sebuah metode penelitian yang bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, kejadian, keyakinan, persepsi, serta pemikiran baik secara individu maupun kelompok. Data kualitatif menghasilkan informasi data berupa narasi verbal, bukan dalam bentuk simbol numerik atau angka, sehingga diperoleh melalui proses menggunakan teknik analisis mendalam dan tidak dapat diperoleh secara langsung (data dapat diperoleh melalui observasi, wawancara, perekaman, atau dokumen tertulis).³⁴

Dalam penelitian ini penulis melakukan studi lapangan untuk mendapatkan data di berbagai grup komunitas *freelancer* pada platform Telegram untuk mengamati dan memperoleh informasi mengenai praktik *freelance engagement farming*.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data yang meliputi:

a. Data Primer

³³ J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosada Karya, 2012). h. 26

³⁴ Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum: Filsafat, Teori, Dan Praktis/Suteki* (Rajawali Pers, 2018). h. 181

Data primer merupakan data yang digunakan dalam penelitian ini yang bersumber dari narasumber asli atau sumber utama yang diperoleh secara langsung dari pihak yang menjadi objek penelitian di lapangan. Peneliti melakukan wawancara kepada anggota grup komunitas *freelance* di Telegram yang berprofesi sebagai *freelancer engagement farming* pada *e-commerce*.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini untuk memperkuat data pokok dari peneliti, dengan memperoleh sumber tertulis berdasarkan kajian kepustakaan yang dilakukan melalui aktivitas membaca, menelaah, dan mencatat jurnal serta literatur mengenai tinjauan hukum ekonomi syari'ah, fatwa DSN—MUI, serta literatur lainnya yang kemudian diseleksi dan dituangkan dalam konsep teoritis.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

a. Wawancara

Pelaksanaan wawancara oleh peneliti dilakukan tanpa menggunakan panduan terstruktur, sehingga memberikan kebebasan bagi peneliti untuk menyampaikan sejumlah pertanyaan yang lebih terarah pada sasaran khusus. Pendekatan ini terkait dengan wawancara mendalam (*in- depth interview*) atau yang dikenal sebagai wawancara tidak terstruktur yang umumnya diterapkan dalam penelitian kualitatif. Wawancara ini diselenggarakan bersama kepada tiga anggota grup komunitas *freelance* di Telegram yang berprofesi sebagai *freelancer engagement farming* pada *e-commerce*.

b. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan dengan cara pengumpulan data yang berasal dari sumber-sumber tertulis yang berbentuk catatan, laporan, manuskrip foto, atau lainnya yang berkaitan dengan praktik *freelance engagement farming* di *e-commerce* pada platform Telegram.

c. Studi Pustaka

Penulis menggunakan studi Pustaka untuk menelaah dan mengumpulkan teori serta literatur penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini yaitu metode analisis data kualitatif. Dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Penulis mengumpulkan data-data terlebih dahulu, baik dari wawancara, studi Pustaka dokumentasi dan lainnya

b. Reduksi Data

Peneliti memilah dan memilih data yang diperlukan, laporan yang dihasilkan bersifat mendasar dan fokus terhadap isu-isu penting.

c. Penyajian Data

Peneliti menyediakan seluruh informasi yang didapat dengan bentuk laporan atau uraian secara detail.

d. Penarikan Data

Peneliti berusaha mencari data yang telah didapatkan dan sampai pada kesimpulan bahwa tujuan penelitian telah tercapai