

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Aktivitas ekonomi menjadi salah satu aspek penting yang diajarkan Islam kepada umatnya sebagai upaya memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat, sebagaimana tujuan Islam sendiri sebagai agama rahmat bagi seluruh alam. Oleh karena itu, Islam menempatkan aktivitas ekonomi sebagai bentuk ibadah dalam bermuamalah untuk memenuhi kebutuhan manusia, sehingga dalam penerapannya memerlukan pengelolaan dan tanggung jawab yang berkesinambungan. Selain itu, aktivitas ekonomi diperbolehkan (mubah) dalam Islam sebagai pedoman dalam menjalankan kebenaran dan meninggalkan yang dilarang dengan berlandaskan amar ma'ruf dan nahi mungkar.¹

Manusia sebagai makhluk sosial tentunya saling bergantung satu sama lain. Manusia saling berinteraksi, berhubungan dan membutuhkan orang lain untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan hidupnya, terutama dalam kegiatan ekonomi seperti jual beli, sewa menyewa, pinjam meminjam dan utang piutang. Allah menciptakan dan memerintahkan umat-Nya untuk saling tolong menolong. Pada hakikatnya, ekonomi adalah ilmu yang mempelajari tindakan dan perilaku manusia yang memiliki dampak besar terhadap kelangsungan hidupnya. Dalam Islam, hubungan antar manusia dalam lingkup ekonomi disebut dengan muamalah.

Secara terminologi pengertian muamalah terbagi menjadi dua yakni secara luas dan sempit.² Dalam arti luas, muamalah berarti segala aturan yang ditetapkan Allah untuk mengatur hubungan manusia dalam kehidupan bermasyarakat di dunia dan akhir. Kemudian, muamalah dalam arti sempit berarti segala aturan Allah yang menuntun hubungan ke arah yang baik untuk memenuhi kebutuhan jasmani.³

¹ Nasrudin, Ending solehdin, Kontribusi Ekonomi Syari'ah dalam Pemulihan Ekonomi Indonesia di Masa Pandemi Covid 19, vol 23, no 2, Asy-Syaria'ah, Desember 2021

² Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah, cet-12, (Depok: PT Raja Grafindo Persad, 2019). Hlm.1.

³ Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah, cet-12, hlm 2-3.

Kegiatan bermuamalah hukumnya boleh kecuali perbuatan dan aktivitas muamalah yang dilarang dalam Al-Qur'an dan Hadis. Seluruh peraturan dalam bermuamalah ditujukan untuk melindungi hak-hak manusia, mewujudkan kemaslahatan dan menghindari segala kemudharatan yang akan terjadi atau akan menimpa mereka.

Muamalah mempunyai dua akad dalam *fiqh* muamalah, yaitu akad *Tabarru* dan *Tijari*. Secara istilah akad *Tijari* adalah akad yang dilakukan dengan tujuan komersial atau untuk mendapatkan keuntungan. Salah satu yang termasuk dalam akad *Tijari* adalah jual beli. Kajian hukum Islam terus berkembang dari masa ke masa, termasuk dalam jual beli, dimana objek konseptual dan objek yang diperdagangkan telah berkembang secara signifikan.⁴ Dalam istilah *fiqh*, jual beli atau tukar menukar disebut dengan *al-ba'i* yang secara etimologi berarti menjual atau mengganti. Sedangkan secara terminologi, menurut Al-Sayyid Sabiq jual beli adalah pengalihan kepemilikan suatu barang melalui pertukaran harta benda dengan persetujuan dan kehendak dari kedua belah pihak.

Menurut BW Pasal 1457, jual beli merupakan sebuah kesepakatan dimana pihak lain setuju untuk menyerahkan barang dan pihak lain membayar biaya yang telah dijanjikan.⁵ Menurut Soeroso jual beli termasuk peristiwa hukum majemuk yaitu terdiri dari lebih dari satu peristiwa yaitu peristiwa tawar menawar, penyerahan barang, penerimaan barang.⁶ Jual beli merupakan tindakan hukum perdata yang dilakukan oleh orang untuk memperoleh kepemilikan atas suatu barang. Sebagian besar benda yang dimiliki seseorang, hak milik atas benda tersebut diperoleh karena adanya penyerahan oleh pihak lain, yaitu penjual. Peristiwa perdata atau titel berupa perjanjian jual beli mendominasi kepemilikan benda yang dimiliki oleh setiap anggota masyarakat. Hukum perdata mengatur tentang perjanjian jual beli secara rinci sebagaimana tercantum dalam Buku III

⁴ Romansyah, H. (2015). Pasar Modal Dalam Perspektif Islam. *Mazahib: Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 14 (1).

⁵ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2004), Cet. 2, h. 73

⁶ R. Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), hlm 252-253.

BW/*burgerlijk wetboek* atau Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata) Indonesia.⁷

Pentingnya kontrak penjualan dalam bisnis menekankan perlunya peraturan yang jelas untuk melindungi hak dan menegakkan kewajiban pihak-pihak terlibat. Dalam menciptakan lingkungan bisnis yang stabil dan mengakomodasi kepentingan kedua belah pihak secara adil, KUHPerdata memberikan pedoman mengenai aspek-aspek penting dalam perjanjian jual beli, seperti penyerahan barang, hak kepemilikan, pembayaran, dan jaminan atas kualitas barang.

Adapun landasan Al-Qur'an mengenai jual beli (*al-ba'i*) terdapat pada surat Al-Baqarah (2): 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا
إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا 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

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.⁸

Ayat Al-Qur'an di atas menjelaskan bahwa manusia diperbolehkan melakukan akad jual beli dengan tetap berpegang pada ketentuan syari'ah. Jual beli dapat diklasifikasikan berdasarkan cara pembayaran, akad, penyerahan barang dan barang yang diperdagangkan, semua itu harus sesuai dan memenuhi syariat Islam.

Masyarakat saat ini sudah sangat akrab atau terbiasa dengan jual beli *online*. Kebanyakan orang melakukan jual beli *online* karena kemudahan dalam bertransaksi, yakni penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka, serta tidak terikat oleh waktu dan tempat, baik malam, siang, ataupun sore hari. Perubahan

⁷ Mohamad Kharis Umardani. 2021. “Jual Beli Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Hukum Islam (Al-Qur'an-Hadis) Secara Tidak Tunai”. *Journal of Islamic Law Studies*: Vol. 4: No. 1, Article 2.

⁸ Quran.kemenag.go.id, diakses pada tanggal 12 Juni 2023

konsep dalam melakukan jual beli atau sebuah perniagaan terjadi karena adanya kemajuan zaman, khususnya di bidang teknologi dan ilmu pengetahuan yang menyebabkan rasa kebutuhan dan keinginan dalam manusia semakin besar.

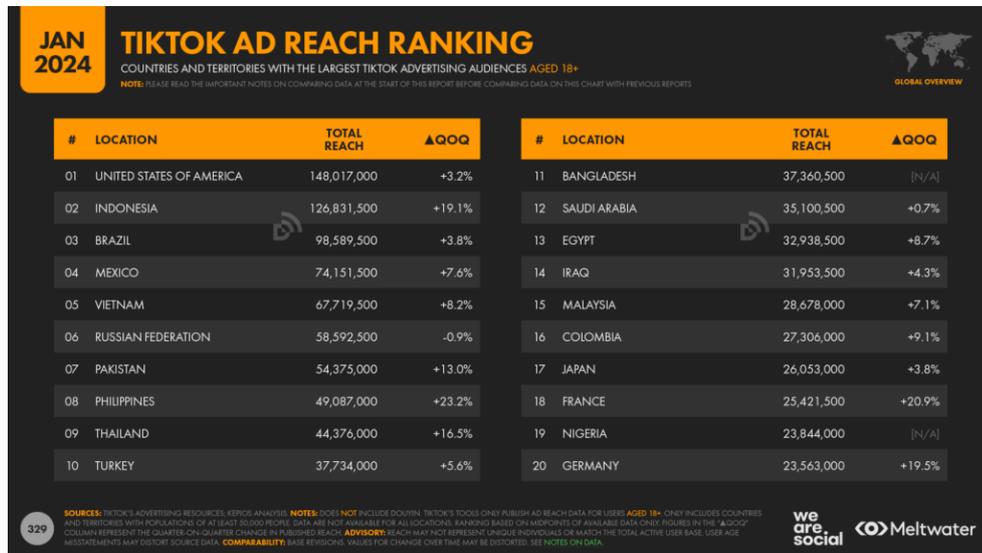
Perkembangan teknologi saat ini menarik perhatian masyarakat terutama pelaku ekonomi untuk menggunakan berbagai platform digital seperti *marketplace*, *e-commerce* dan media sosial dalam melakukan sebuah transaksi. Banyaknya inovasi pada alat dan perangkat komunikasi, membuat aktivitas ekonomi semakin intens dilakukan.⁹ Bahkan para pelaku ekonomi mengalihkan bisnis nya dari yang semula secara langsung menjadi *via online*, karena platform *online* terbukti memberikan kenyamanan lebih untuk berinteraksi. Jika para pelaku ekonomi tidak mengikuti perkembangan tersebut, maka konsekuensinya akan tertinggal yang nantinya akan menyebabkan kemudharatan dalam persaingan bisnis.

Media sosial merupakan sarana atau saluran interaksi sosial yang dilakukan secara *online* melalui jaringan internet. Dengan menggunakan media sosial, masyarakat dapat meningkatkan hubungan dan interaksi dengan orang lain baik yang dikenal maupun yang tidak kenal. Selain itu, media sosial dan platform digital lainnya dapat mendukung kegiatan ekonomi dan bisnis agar akses pasar dapat relatif lebih mudah dan efektif dijangkau seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang dihadapi. Di antara berbagai layanan yang berkembang di internet, media TikTok menjadi salah satu aplikasi yang banyak digemari di Indonesia. Dengan kemudahannya, kini popularitas TikTok dipakai untuk berbagai keperluan termasuk tujuan bisnis.

Menurut riset dari perusahaan media We Are Social yang bekerja sama dengan Hootsuite, per Januari 2024, terdapat 167 juta *user ID* media sosial di Indonesia. Jumlahnya setara 60,4% dari total populasi nasional. Lima besar di Indonesia ditempati oleh WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok dan Telegram. Di sini TikTok menjadi media sosial terpopuler keempat di Indonesia dengan penetrasi 73,5%. Jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 126,83 juta orang pada

⁹ Mustofa, I. (2016). *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Bandung: RajawaliPers.

Januari 2024. Angka tersebut meningkat 19,1% dibandingkan pada tiga bulan sebelumnya sebanyak 106,52 juta orang.¹⁰



Gambar 1. 1

Riset Penggunaan Aplikasi TikTok

TikTok adalah aplikasi media sosial yang memberi wadah bagi penggunanya untuk mengekspresikan bakatnya melalui konten video singkat dan menarik.¹¹ Hal ini membuat platform ini lebih mudah untuk digunakan, diterima dan disukai oleh berbagai kalangan. Faktanya menunjukkan bahwa TikTok sudah banyak digunakan untuk keperluan bisnis, terlebih lagi saat ini TikTok memiliki fitur baru bernama “TikTok Shop” yang dijadikan sebagai sarana promosi maupun penjualan dari produk yang dipasarkan oleh para pelaku bisnis mulai dari kalangan usaha kecil menengah hingga perusahaan besar. Tanpa perlu mengeluarkan banyak biaya pemasaran dan dianggap efektif menjadi alasan utama para pebisnis memanfaatkan TikTok sebagai alat periklanan.

TikTok sendiri menggunakan sistem mengikuti-tidak mengikuti (*follow-unfollow*). Karena zaman semakin berkembang, transaksi jual beli *online* tidak hanya terbatas pada kebutuhan sehari-hari, tetapi ada juga yang menjual jasa

¹⁰ Monafia Ayu Rizaty. 2024. “Data Pengguna Aplikasi TikTok di Indonesia pada Oktober 2021-Januari 2024. <https://dataindonesia.id/internet/detail/data-pengguna-aplikasi-tiktok-di-indonesia-pada-oktober-2021januari-2024>, diakses pada 13 Mei 2024

¹¹ Bambang Winarso. 2021. Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya? <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>, diakses pada 13 Mei 2024

meningkatkan *followers*, *like* dan *viewers* di media sosial. Kata “*followers*” sendiri berarti “pengikut”, maksudnya orang-orang yang mengikuti akun kita. Jadi, *followers* merupakan akun dari salah pengguna media sosial yang memilih untuk berinteraksi dengan salah satu akun perorangan atau bisnis dengan cara mengikuti (*follow*). *Followers* mengacu pada jumlah akun dengan berbagai *username* yang mengikuti akun media sosial terkait.

Para pengguna platform digital, khususnya yang menggunakan media sosial, semakin mementingkan jumlah pengikutnya dan berlomba-lomba untuk mendapatkan *followers* sebanyak-banyaknya demi meningkatkan popularitas atau meningkatkan kepercayaan diri. Selain itu, menurutnya dengan semakin banyak *followers* maka akan semakin banyak pula manfaat yang diperoleh, seperti bisa mendapatkan penghasilan tambahan, meyakinkan publik terhadap akun-akun bisnis seperti *online shop*, dan bisa mengubah seseorang menjadi influencer atau orang yang berpengaruh di media sosial. Jumlah *followers* mempunyai pengaruh yang besar terhadap pemilik akun *online shop* (*e-commerce*) maupun akun pribadi, karena semakin banyak jumlah pengikutnya maka semakin banyak pula kepercayaan yang diperoleh dari pengguna lain. Biasanya seseorang akan lebih mudah tertarik dengan suatu produk jika seseorang atau akun yang mempromosikannya memiliki banyak pengikut, para pengguna media sosial tersebut tidak akan ragu untuk membelinya karena merasa yakin dan percaya bahwa produk tersebut memang berkualitas dan diminati oleh banyak orang.

Apabila terhadap akun pribadi, biasanya para *followers* tersebut mem-*follow* karena tertarik dan merasa bahwa konten pemilik akun tersebut bermanfaat. Dengan ketentuan *followers* atau penggemarnya adalah *real user* atau akun asli dan bukan akun yang dibuat menggunakan *software* atau akun pasif (*fake*). Bot *followers* atau yang biasa dikenal robot adalah *followers* yang dibuat menggunakan perangkat lunak (*software*) tertentu hingga mampu membuat ribuan *followers* hanya dalam beberapa hari, berbeda dengan *real user* atau akun aktif yang memang dijalankan oleh orang di dunia nyata. *Real user* merupakan *followers* yang benar-benar mengikuti akun seseorang pada suatu media sosial dengan keinginannya sendiri.

Fenomena ini memberikan peluang bagi para pebisnis untuk memperoleh banyak keuntungan dengan menjual *followers* di media sosial. Proses jual beli *followers*, mulai dari penawaran produk, pemesanan hingga pembayaran dilakukan dengan cara *online* melalui internet. Penjual menawarkan berbagai jenis *followers* dari harga rendah hingga tinggi. Semakin tinggi harganya, semakin banyak pula *followers* yang didapatkan. Penjual menawarkan patokan harga yang bervariasi tergantung pada keinginan dan kebutuhan konsumen. Saat ini, banyak media sosial hingga aplikasi yang menjual jasa penambahan *followers*. Setiap aplikasi memiliki rate harga dan jenis *followers* yang berbeda-beda. Salah satu aplikasi yang memperjualbelikan *followers* yaitu aplikasi iBooming.

iBooming adalah platform inovatif berbasis *software as service* (SAAS) yang memungkinkan konsumennya mendistribusikan produk dengan mudah. IBooming bekerja sama dengan media TikTok dalam meluncurkan program afiliasi. iBooming mewadahi influencer untuk membangun komunitas dan *talent team* yang penting dalam pengembangan bisnis di platform media sosial seperti TikTok. Selain adanya program *affiliate*, aplikasi ini juga menyediakan fitur penambahan *followers*. Fitur ini banyak dipakai dan dimanfaatkan oleh pengguna iBooming karena dirasa berpengaruh terhadap akunya. Pada jual beli *followers*, barang yang diperjualbelikan bukanlah produk fisik melainkan hanya penambahan *followers* ke akun pembeli. Menambah *followers* seperti itu termasuk ke dalam objek transaksi tidak berwujud, yang berarti nilai dan kegunaannya perlu diperhatikan dan dikaji lebih lanjut lagi. Begitupun terkait dengan cara penjual memperoleh akun-akun yang nantinya akan dijadikan sebagai *followers* untuk sebuah proses transaksi, dengan resiko yang akan ditanggung pembeli ketika para *followers* tersebut berhenti mengikutinya. Islam secara khusus mensyaratkan bahwa objek yang diperjualbelikan harus milik pribadi dan mempunyai manfaat.¹² Jual beli seperti ini hasilnya akan seperti membohongi publik karena sudah tidak sesuai dengan kenyataannya. Dimana *followers* tersebut bukanlah pengikut sebenarnya atau

¹² Rasjid, S. (2010). Fiqih Islam (46th ed). Bandung: Sinar Baru Algesindo.

memang ingin menjadi pengikutnya, pengikut tersebut hanya dimanfaatkan untuk kepentingan berbisnis bagi pembeli.

Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam* memuat beberapa pertimbangan yang sangat penting bagi masyarakat mengenai penjelasan ketentuan dan batasan hukum tentang jual beli pesanan dari perspektif syari'ah¹³ Maka, peneliti tertarik dan merasa perlu untuk mengkaji tentang praktik jual beli *online* berupa *followers*.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“PRAKTIK JUAL BELI FOLLOWERS TIKTOK PADA APLIKASI IBOOMING BERDASARKAN FATWA DSN-MUI NOMOR 05/DSN-MUI/IV/2000 TENTANG JUAL BELI SALAM”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka yang diteliti adalah mengenai penjualan *followers* TikTok terkait asal usul *followers* yang diperjualbelikan, *followers* dimanfaatkan dengan baik atau hanya untuk popularitas semata dan resiko apabila *followers* tersebut berhenti mengikutinya, karena jual beli *followers* juga bisa saja menimbulkan kerugian seperti dalam persaingan bisnis. Dengan demikian, permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mekanisme jual beli *followers* Tiktok di aplikasi iBooming?
2. Bagaimana analisis Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 terhadap jual beli *followers* Tiktok di aplikasi iBooming?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini yang ingin dicapai sesuai dengan rumusan masalah di atas adalah:

1. Untuk mengetahui mekanisme jual beli *followers* Tiktok pada aplikasi iBooming.
2. Untuk mengetahui analisis Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 terhadap jual beli *followers* Tiktok di aplikasi iBooming.

¹³ Fatwa Dewan Syari'ah Nasional-Majelis Ulama Indonesia

D. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan pengetahuan ilmiah di bidang hukum ekonomi syari'ah, khususnya terkait dengan praktik jual beli *followers* TikTok serta dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi ilmu pengetahuan intelektual di bidang hukum Islam. Sehingga dapat menjadi bahan bacaan dan acuan terhadap penelitian lain dimasa yang akan datang.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah referensi tambahan atau bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya serta sebagai bahan rujukan atau saran bagi para pengguna aplikasi iBooming.

E. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut dan untuk memperoleh hasil penelitian yang objektif, maka dilakukan pengamatan terhadap karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan penelitian yang akan diteliti. Dalam penelitian ini digunakan berbagai referensi dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian ini, yaitu:

Pertama, Mimi Maesaroh (2019)¹⁴ melakukan penelitian untuk skripsi di UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang berjudul “Sistem Jual Beli *Followers* di Instagram Perspektif Imam Syafii dan Abu Hanifah”. Menganalisis secara mendalam terhadap jual beli *follower* Instagram dari sudut pandang Imam Syafi'i dan Abu Hanifah menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pendapat di kalangan Imam Madzhab mengenai sistem jual beli (rukun dan syarat jual beli). Adapun persamaan terletak pada objek penelitian. Sedangkan perbedaannya terdapat pada metode penelitian, tempat penelitian, dan berfokus pada perspektif Fatwa DSN-MUI.

¹⁴ Mimi Maesaroh, Skripsi: “Sistem Jual Beli Followers di Instagram Perspektif Imam Syafi'i dan Abu Hanifah”, (Bandung: UIN Bandung, 2019).

Kedua, Nurmalia (2018)¹⁵ melakukan penelitian untuk skripsi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan yang berjudul “Jual Beli *Salam* (Pesanan) Secara *Online* Di Kalangan Mahasiswa UIN-SU Medan (Tinjauan Menurut Syafi’iyah)”. Dari hasil penelitian tersebut dikatakan bahwa jual-beli *salam* (pesanan) secara *online* di Lingkungan UIN-SU di kalangan Mahasiswa dianggap sah karena terpenuhinya rukun dan syarat-syarat jual-beli *salam*. Sebab, konsep jual-beli *salam* menurut Ulama Syafi’iyah sah sepanjang rukun dan syarat-syarat jual-beli *salam* terpenuhi, meskipun belum secara jelas dan konkrit diterapkan dalam praktik saat ini.

Ketiga, Mustiqoh Septiyani (2017)¹⁶ melakukan penelitian untuk skripsi di Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers Di Media Sosial Instagram”. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa transaksi jual beli *followers* di media sosial Instagram memenuhi rukun jual beli seperti adanya ‘*aqid* (penjual dan pembeli), adanya lafal (ijab dan qabul) dan adanya *ma’qud ‘alaih*. Namun, dari segi objek akad dalam jual beli *followers* termasuk jual beli yang tidak sah. Penelitian ini memiliki persamaan dari objek yang diteliti dan sistem transaksi tidak bertatap muka, akan tetapi mekanisme dalam transaksi dan platform yang diteliti berbeda.

Keempat, penelitian yang dikemukakan oleh Ahmad Syarifudin yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Chip Virtual Poker Online* dalam Facebook”.¹⁷ Penelitian ini menjelaskan mengenai jual beli *chip* pada permainan poker *online*. *Chip* pada dasarnya adalah uang aktif, akan tetapi jika orang tersebut dapat mengumpulkan banyak chip, mereka dapat membeli dan menjualnya, dan pada akhirnya akan dipasarkan. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian ini terlihat jelas pada judul, pada penelitian ini apabila mengisi *Chip* dapat menghasilkan uang sedangkan *Followers* yang dibeli disini hanya berbentuk *followers* saja. Namun, skripsi ini juga mempunyai persamaan dengan skripsi

¹⁵ Nurmalia (2018). *Jual Beli Salam (Pesanan) Secara Online Di Kalangan Mahasiswa UIN-SU Medan (Tinjauan Menurut Syafi’iyah)*.

¹⁶ Mustiqoh Septiyani (2017). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers Di Media Sosial Instagram*.

¹⁷ Ahmad Syaifudin, *Tinjauan Hukum Ekonomi Islam terhadap Jual Beli Chip Virtual Poker Online dalam Facebook*, Skripsi Fakultas Syari’ah dan hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2010)."

penulis yaitu objek yang diperjualbelikan sama-sama bukan benda berwujud tetapi berupa abstrak yaitu *followers* dan *chip*.

Kelima, Ninda Puspita Sari (2012)¹⁸ melakukan penelitian untuk skripsi di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang berjudul “Efektifitas Iklan *Social Media* (Analisis EPIC Model Iklan “Maicih” pada Konsumen *Follower* Twitter di Kota Yogyakarta)”. Penelitian ini tidak menjelaskan bagaimana penyedia jasa dapat meningkatkan *follower*, namun menjelaskan seberapa besar pengaruh *follower* terhadap pengiklanan sebuah produk di sosial media khususnya Twitter. Kesimpulan pada penelitian ini adalah iklan “Maicih” yang dipasarkan berhasil dan dapat dikatakan efektif. Persamaannya terletak pada pembahasan objek penelitian yaitu *followers*. Perbedaannya, penelitian penulis fokus pada praktik jual beli yang dilakukan dengan mengkaji lebih mendalam mengenai mekanisme jual beli *follower* TikTok dan mengkaji mengenai hukum dari praktik jual beli *followers* Tiktok pada aplikasi iBooming.

Studi terdahulu secara singkat dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 1

Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Mimi Maesaroh (2019)	Sistem Jual Beli <i>Followers</i> di Instagram Perspektif Imam Syafi’i dan Abu Hanifah	Menggunakan objek penelitian yang sama.	Metode penelitian dan platform yang berbeda, serta berfokus pada perspektif

¹⁸ Ninda Puspita Sari, "Efektifitas Iklan Social Media (Analisis EPIC Model Iklan "Maicih" pada Konsumen Follower Twitter di Kota Yogyakarta, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan KaliJaga Yogyakarta, 2012

				Fatwa DSN-MUI.
2	Nurmalia (2018)	Jual Beli <i>Salam</i> (Pesanan) Secara <i>Online</i> Di Kalangan Mahasiswa UIN-SU Medan (Tinjauan Menurut Syafi'iyah)	Sama-sama termasuk ke dalam jual beli <i>online</i> yang memakai akad <i>salam</i> (pesanan).	Objek jual belinya berbeda.
3	Mustiqoh Septiyani (2017)	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers Di Media Sosial Instagram	Objek yang diteliti dan sistem transaksi tidak secara tatap muka.	Mekanisme dalam transaksi dan platform yang diteliti berbeda.
4.	Ahmad Syarifudin (2010)	Tinjauan Hukum Ekonomi Islam terhadap Jual Beli <i>Chip Virtual</i> Poker <i>Online</i> dalam Facebook	Objek yang diperjual belikan sama-sama bukan benda berwujud.	Pada penelitian ini jika mengisi <i>Chip</i> bisa menghasilkan uang sedangkan <i>Followers</i> yang dibeli disini hanya berbentuk

				<i>followers</i> saja.
5.	Ninda Puspita Sari (2012)	Efektifitas Iklan <i>Social Media</i> (Analisis EPIC Model Iklan “Maicih” pada Konsumen <i>Follower</i> Twitter di Kota Yogyakarta)	Sama-sama membahas terkait objek penelitian yaitu <i>followers</i> .	Penelitian penulis terfokus pada praktik jual beli yang dilakukan serta mengenai hukum dan akibat hukumnya.

Dari sejumlah penelitian yang sudah ada sebelumnya, pembahasan mengenai *followers* sudah cukup banyak dilakukan, namun tidak ada pembahasan mengenai praktik jual beli *followers* TikTok di aplikasi iBooming dalam perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 05 Tahun 2000 Tentang Jual Beli *Salam*. Jadi perbedaannya terletak pada aplikasi atau platform yang dipakai, lebih fokus pada praktik jual beli *followers* media sosial TiTok, dan memakai perspektif Fatwa DSN-MUI sebagai alat analisis hukumnya.

F. Kerangka Berpikir

Hukum Ekonomi Syari’ah didefinisikan sebagai hukum yang mengatur segala hal yang berkaitan dengan kegiatan suatu sistem perekonomian berdasarkan nilai-nilai keislaman yang terkandung dalam dasar hukum normatif dan dasar hukum formal atau pada masyarakat sering dikenal sebagai hukum yang mengatur tentang sistem ekonomi syari’ah yang ada.¹⁹ Berdasarkan etimologis, muamalah sama dengan *al-mufa’alah* yang berarti saling berbuat, bertindak dan mengamalkan. Secara terminologi, pengertian muamalah terbagi menjadi dua macam. Muamalah

¹⁹ Abdul Wahab, Buku Ajar Hukum Ekonomi Syari’ah, 1st ed. (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2022)

dalam arti luas adalah aturan dan hukum Allah SWT untuk mengatur manusia dalam kaitannya dengan urusan duniawi dalam hubungan sosial. Muamalah dalam arti sempit (*khas*) adalah semua akad yang memungkinkan manusia saling bertukar manfaat dengan cara dan aturan yang ditentukan oleh Allah, dan manusia harus menaatinya.²⁰ Dalam muamalah, Allah SWT mengajarkan untuk saling membantu dalam kebaikan, dan Allah melarang untuk melakukan kebohongan dan penipuan dalam jual beli.²¹

Menurut Al Fikri dalam kitab *Al-Muamalah Al-Madiyah wa Al-Muamalah Al-Adabiyah*, fiqh muamalah terbagi menjadi 2 bagian:

- 1) *Al-Muamalah Al-Madiyah*, muamalah yang mengkaji dari segi objeknya yaitu benda. Sebagian ulama berpendapat bahwa muamalah *al-madiyah* bersifat kebendaan seperti benda yang halal, haram, syubhat untuk dimiliki, diperjualbelikan, benda yang menimbulkan kemudharatan dan kemaslahatan bagi manusia dan lain-lain.
- 2) *Al-Muamalah Al-Adabiyah*, muamalah yang ditinjau dari segi cara tukar menukar benda yang berasal dari panca indra manusia, yang unsur penegaknya adalah hak dan kewajiban seperti jujur, dengki dan dendam.²²

Muamalah mempunyai dua akad dalam fiqh muamalah, yaitu akad *Tabarru* dan *Tijari*. *Tabarru* adalah pemberian sukarela dari seseorang kepada orang lain, tanpa pertimbangan, dimana kepemilikan harta beralih dari pemberi kepada penerima. Akad *tabarru* ini merupakan semua jenis perjanjian yang melibatkan *non-for profit transaction* (transaksi nirlaba). Sedangkan, akad *tijari* adalah segala bentuk perjanjian yang melibatkan *for profit transaction*.²³ Artinya, tujuan utama akad ini adalah mencari keuntungan. Salah satu yang termasuk ke dalam akad *tijari* yakni jual beli.

Terdapat beberapa prinsip yang perlu menjadi acuan dan rujukan umum dalam melakukan transaksi muamalah jual beli. Pertama, pada dasarnya segala bentuk

²⁰ G. Abdul, I. Ghufron, dan S. Sapiudin, *Fiqh Muamalat*, edisi pertama, (Jakarta, Perdana Media Group, 2010) hlm.8

²¹ Almizan publishing, *Al-Alim Al-Qur'an*, (Bandung: House, 2011), 125

²² Hendi Suhendi, *Asuransi Syari'ah* (Bandung: pustaka bani qurais, 2002), 130.

²³ Haqiqi Rafsanjani, "Akad *Tabarru* Dalam Transaksi *Risni*", *Jurnal Perbankan Syari'ah* Vol. 1 No. 1 Mei 2016, hlm. 1014

muamalat adalah mubah, kecuali yang ditentukan oleh al-Qur'an dan al-Hadits bahwa hukum Islam memberi kesempatan luas mengenai perkembangan bentuk dan macam muamalat baru sesuai dengan perkembangan kebutuhan hidup masyarakat. Kedua, mu'amalah dilakukan atas dasar sukarela, tanpa mengandung unsur paksaan. Ketiga, adat harus dijadikan landasan hukum. Adat dan tradisi dapat dijadikan landasan hukum, sepanjang diakui dan tidak bertentangan dengan ketentuan umum syari'ah (hukum Islam). Muamalah dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindari mudharat dalam hidup bermasyarakat dan tidak ada unsur *gharar* (ketidakjelasan). Keempat, muamalah dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan, menghindari unsur-unsur penganiayaan, unsur-unsur pengambilan kesempatan dalam kesempitan.²⁴

Jual beli adalah suatu perbuatan antara dua pihak, pihak yang satu sebagai penjual/menjual dan pihak yang lain sebagai pembeli/membeli, maka terjadilah suatu peristiwa hukum yaitu jual beli. Jual beli merupakan peristiwa hukum pada ranah perdata. Pada Pasal 1457 KUHPerdara dikatakan bahwa Perjanjian Jual Beli adalah suatu perjanjian di mana satu pihak mengikatkan diri untuk menyerahkan benda, sedangkan pihak lain mengikatkan diri untuk menyerahkan sejumlah harga yang disepakati. Definisi yang diberikan Pasal 1457 KUHPerdara intinya pada unsur esensialia perjanjian jual beli, ini didasarkan pada suatu pemikiran bahwa unsur benda bertalian dengan *levering* atau penyerahan, sedangkan unsur harga mengacu pada pembayaran, yang keduanya merupakan kewajiban pokok dari para pihak yang sama-sama harus dipenuhi agar hak masing-masing pihak terealisasi sebagai wujud konkrit keuntungan yang dikejar.²⁵

Dalam bukunya, Salim mengartikan perjanjian jual beli sebagai suatu perjanjian antara penjual dan pembeli. Dalam perjanjian ini, penjual mempunyai kewajiban untuk menyerahkan barang yang dibeli kepada pembeli dan berhak menerima pembayaran, dan pembeli mempunyai kewajiban untuk membayar harga pembelian dan berhak menerima barang tersebut. Sehingga unsur-unsur yang

²⁴ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama. 2007), hlm. 7

²⁵ Mohamad Kharis Umardani. 2020. "Jual Beli Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Hukum Islam (Al Qur'an-hadis) Secara Tidak Tunai". *Journal of Islamic Law Studies (JILS)* Volume 4 No. 1.

tercantum dalam definisi tersebut adalah a) adanya subjek hukum, yaitu penjual dan pembeli; b) adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang barang dan harga; c) adanya hak dan kewajiban yang timbul antara pihak penjual dan pembeli.

Pasal 1338 KUHPerdota mengatur bahwa semua perjanjian yang dibuat menurut hukum yang berlaku hanya dapat dibatalkan dengan persetujuan kedua belah pihak atau karena alasan yang ditentukan oleh Undang-Undang. Perjanjian merupakan salah satu sebab timbulnya perikatan. Dengan timbulnya perikatan, maka semua pihak dalam perjanjian harus melaksanakan prestasi masing-masing.

Tidak hanya dalam hukum positif saja namun hukum Islam juga mengatur mengenai jual beli. Jual beli atau perniagaan dalam istilah *fiqh* disebut *al-ba'i* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Berdasarkan KHES, kata *al-ba'i* berarti jual beli antara benda dengan benda, atau pertukaran benda dengan uang.²⁶ Hakikat dari jual beli adalah perjanjian antara dua pihak untuk pertukaran barang atau benda berharga secara sukarela, salah satu pihak menerima barang dan pihak lainnya menerima uang sebagai imbalan atas barang tersebut, sesuai dengan perjanjian dan ketentuan yang dibenarkan dan disepakati oleh *syara'*. Sesuai dengan ketentuan yang telah dibenarkan *syara'* maksudnya adalah memenuhi persyaratan, rukun-rukun, dan hal lain yang berkaitan dengan jual beli sehingga jika syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak *syara'*.²⁷

Adapun rukun jual beli yang harus terpenuhi, antara lain²⁸:

- a. Pihak-pihak yang berakad, yaitu pihak penjual (*al-ba'i*) dan pembeli (*musytari*).
- b. Objek jual beli (*ma'qud 'alaih*), yaitu harga (*tsaman*) dan objek yang dihargakan (*mutsman*).
- c. *Shighat*, yaitu ijab qabul

Sedangkan, syarat-syarat sahnya jual beli menurut KHES Pasal 26 adalah sebagai berikut:

²⁶ Mahkamah Agung. 2011. Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah, Jakarta: Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama. Pasal 20 Hal 10

²⁷ Hendi Suhendi, Fiqih Muamalah, hlm. 69.

²⁸ Jaih Mubarak et al. 2020. Fikih Muamalah Maliyyah Akad Jual Beli. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, hal. 10

- a. Penjual dan pembeli adalah orang yang sudah baligh dan berakal. Minimal sudah *mumayyiz* (dapat membedakan antara yang baik dan yang buruk).
- b. Atas kehendak sendiri, bukan karena paksaan orang lain.
- c. Penjual dan pembeli haruslah minimal 2 (dua) orang, dan tidak sah jual beli sendirian.
- d. Barang yang dijual haruslah milik sempurna (milik sendiri).
- e. Barang yang dijual harus jelas wujudnya dan dapat diserahkan.
- f. Barang yang dijual harus suci zatnya menurut *syara'*.
- g. Barang yang diperjualbelikan harus diperoleh dengan cara yang halal.

Beberapa prinsip yang digunakan dalam melaksanakan jual beli antara lain, sebagai berikut:

- a. Prinsip tauhid

Prinsip tauhid adalah dasar utama dari setiap bentuk bangunan yang ada dalam syari'at Islam. Prinsip tauhid membuat manusia menyadari bahwa segala kekayaan yang dimiliki adalah milik Allah SWT (Quraish Shihab (2009)).

- b. Prinsip halal

Umat Islam diharapkan menghindari hal-hal yang dilarang dalam mencari nafkah. Melaksanakan hal-hal yang halal, baik dalam cara memperoleh, mengkonsumsi dan memanfaatkannya. Selain caranya harus halal, barang yang diperjualbelikan juga harus halal.

- c. Prinsip masalah

Prinsip masalah merupakan hal yang paling esensial dalam muamalah. Oleh karena itu, kegiatan jual beli yang tidak mendatangkan masalah bagi masyarakat harus ditinggalkan karena bertentangan dengan syariat Islam.

- d. Prinsip kebebasan bertransaksi

Prinsip kebebasan bertansaksi harus tetap didasarkan pada prinsip suka sama suka dan tidak ada pihak yang didzalimi dengan didasari oleh akad yang sah. Selain itu, transaksi yang melibatkan barang-barang haram tidak diperbolehkan.

- e. Prinsip *Ta'awun*

Tolong menolong berarti memberikan bantuan kepada pihak yang membutuhkan bantuan dan sebaliknya.

Jual beli telah diatur dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Allah menganjurkan agar umatnya berusaha dan berniaga dengan cara yang baik dan benar, halal dan menghindari yang haram. Secara hukum, jual beli adalah mubah kecuali jual beli yang dilarang oleh *syara'*. Maka dari itu, Islam mempertegas legalitas dan keabsahan jual-beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep riba. Sebagaimana dalam firman Allah SWT:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

“Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan Riba”. (Q.S Al-Baqarah (2): 275)

Ayat Al-Qur'an ini mengandung arti bahwa setiap jual beli yang dilakukan menurut syariat Islam adalah halal, artinya pembelian atau penjualan tersebut mendatangkan keuntungan dan tidak merugikan. Sebaliknya riba jelas haram karena menimbulkan kerugian. Ayat ini merupakan bukti legalitas dan sahnya perdagangan secara umum serta mengingkari dan mengharamkan konsep ribawi.

Terdapat hadis Rasulullah SWT terkait jual beli yang diriwayatkan oleh Rifa'ah bin Rafi' al-Bazar dan Hakim:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟
قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ (رَوَاهُ الْبَزَّازُ، وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ)

“Dari Rifa'ah bin Rafi' r.a sesungguhnya Nabi Saw pernah ditanya seorang sahabat mengenai usaha atau pekerjaan apakah yang paling baik? Rasul Saw menjawab: usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur”. (HR. al-Bazzar dan al-Hakim)

Dari hadits di atas dapat dipahami bahwa jual beli yang diridhoi Allah adalah jual beli yang jujur, tanpa penipuan dan tidak mengandung unsur tipu daya dan pengkhianatan.

Adapun kaidah fiqh muamalah sebagai berikut:

الأصل في الشرط في المعاملات الحل والإباحة إلا بدليل

“Hukum asal menetapkan syarat dalam mu'amalah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil (yang melarangnya).”

Jumhur ulama menyatakan bahwa jual beli dapat dilihat dari berbagai sudut pandang. Secara hukum, terdapat dua jenis jual beli yaitu, jual beli yang tergolong sah (*sahih*) dan jual beli yang tergolong tidak sah. Jual beli sah adalah jual beli yang memenuhi *syara'*, baik rukun maupun syaratnya, sedangkan jual beli tidak sah adalah jual beli yang tidak memenuhi salah satu syarat dan rukun sehingga jual belinya menjadi rusak (*fasid*) atau batal. Menurut jumhur ulama, rusak dan batal memiliki arti yang sama, namun ulama Hanafi membagi hukum dan sifat jual beli menjadi sah, batal, dan rusak.²⁹ Menurut ulama Hanafiyah dalam masalah muamalat terkadang ada suatu kemaslahatan yang tidak diatur dalam *syara'* sehingga bertentangan dengan ketentuan *syara'*. Akad seperti itu rusak, namun tidak batal. Dengan kata lain, ada akad yang batal saja dan ada yang rusak saja. Berikut penjelasannya: Jual beli sah yaitu jual beli yang sesuai dengan ketentuan syariat. Hukumnya, sesuatu yang diperjual belikan menjadi milik yang melakukan akad. Jual beli batal yaitu jual beli yang tidak memenuhi salah satu rukun, atau tidak sesuai dengan syariat. Jual beli rusak yaitu jual beli yang sesuai dengan ketentuan syariat pada asalnya, tetapi tidak sesuai dengan syariat pada sifatnya.

Menurut fatwa DSN NO: 05/DSN-MUI/IV/2000, jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga terlebih dahulu dengan syarat tertentu, disebut dengan salam, yang kini telah melibatkan pihak perbankan. Jual beli *online* dalam Islam secara teknis merupakan bagian dari jual beli *salam*, dimana akad dibentuk dengan menetapkan ciri-ciri tertentu, pembayaran terlebih dahulu dan penyerahan barang kemudian.³⁰ Perbedaan bisnis *online* dan *offline* terletak pada proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan bagian penting dalam suatu bisnis. Umumnya, bisnis dalam Islam menyatakan adanya suatu transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda pada saat transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, dengan syarat sifat benda tersebut harus dikatakan secara spesifik, baik diserahkan langsung atau diserahkan

²⁹ Rachmat Syafe'i. Fiqh Muamalah, (Bandung: Pustaka Setia, 2001). Hal.92

³⁰ Urnomo, W.A. 2000. Konsumen dan Transaksi E-Commerce. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.

kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi *as-salam* dan transaksi *al-istishna*.

Transaksi *as-salam* merupakan bentuk transaksi yang menggunakan sistem pembayaran tunai/segera, namun penyerahan barangnya ditunda. Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah menjelaskan, *salam* adalah akad atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang ditangguhkan penyerahannya pada waktu tertentu, dimana pembayaran dilakukan secara tunai di majlis akad. Ulama malikiyyah menyatakan, *salam* adalah akad jual beli dimana modal (pembayaran) dilakukan secara tunai (di muka) dan objek pesanan diserahkan kemudian dengan jangka waktu tertentu.

Adapun ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan jual beli salam. Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya”. (QS. Al-Baqarah (2): 282)

Ada dua jenis komoditi yang dapat diperdagangkan secara *online*, yaitu barang/jasa *non* digital dan digital. Transaksi *online* produk *non* digital, pada dasarnya tidak berbeda dengan transaksi *as-salam* dan barang harus sesuai dengan informasi yang diberikan pada saat transaksi.³¹ Sedangkan produk digital diserahkan langsung pada konsumen, melalui e-mail atau *download*. Bisnis *online* diperbolehkan (*Ibahah*) selama bisnis tersebut tidak mengandung unsur yang haram. Transaksi penjualan *online* dimana barang hanya berdasarkan pada deskripsi yang diberikan oleh penjual dianggap sah, namun jika deskripsi barang tidak sesuai maka pembeli memiliki hak *khiyar* yang memperbolehkan pembeli untuk melanjutkan pembelian atau membatalkannya.

Jual beli *online* seperti *followers* termasuk ke dalam transaksi barang digital, karena yang dijual bukan barang fisik hanya berupa penambahan akun saja. *Followers* merupakan pengikut dalam sebuah akun media sosial. Salah satu aplikasi yang menjual jasa penambahan *followers* adalah aplikasi iBooming, tidak hanya

³¹ Tira Nur Fitria.. 2017. Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 03 No. 01

memiliki fitur penambahan *followers*, IBooming juga bekerja sama dengan TikTok dalam program afiliasi. iBooming mewadahi *influencer* untuk membangun komunitas maupun *talent team* yang penting dalam mengembangkan bisnis di *platform* media sosial seperti TikTok. TikTok adalah aplikasi media sosial yang memberi wadah bagi penggunanya untuk mengekspresikan bakatnya melalui konten video singkat dan menarik.

Dari kerangka berpikir yang telah dibuat, maka peta konsep dari penelitian ini yaitu:

