

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penjualan dan pembelian yakni perjanjian dua pihak untuk menukar apa pun atau barang dagangan dari nilai apa pun di mana Pihak menerima item tersebut dan Pihak lain memperoleh sesuai dengan syarat disepakati atau ditetapkan secara syara' serta disetujui. Sesuai pada hukum Islam, syarat dan pilar-pilar dari hal-hal lain berkaitan dengan penjualan dipenuhi, dan jika kondisi dan pilar tidak terpenuhi, itu berarti tidak sesuai dengan syara'.¹ Membeli dan menjual yakni kontrak yang sangat umum digunakan di masyarakat. Dari kontrak penjualan ini, masyarakat dapat memenuhi kebutuhan harian mereka seperti kebutuhan dasar, kebutuhan tambahan, dll.²

Suatu akad penjualan dan pembelian ialah pembelian dan penjualan yang valid asalkan penjualan dan pembelian diharuskan oleh hukum, memenuhi pilar dan persyaratan hukum yang ditentukan, bukan milik orang lain, dan tidak bergantung pada hak-hak Khiyar. Dalam satu contoh, pembelian dan penjualan mengalami evolusi objek dan konsep yang diperdagangkan.³ Dalam Islam perdangan dibolehkan. Sebagaimana yang sudah ditegaskan didalam firman Allah SWT.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.”(An-Nisa 29.)⁴

Dalam penjelasan Ayat Al -Qur'an di atas menyatakan bahwa orang diizinkan untuk masuk ke dalam kontrak penjualan selama mereka mematuhi peraturan Syariah. Pembelian dan penjualan itu sendiri yakni perjanjian dari dua belah pihak untuk menukar barang

¹Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2002), 68-69.

²Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 69.

³Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 8.

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: Dirjen PPBPAI, 1981), 47.

atau barang dengan nilai apa pun, dengan Satu pihak menerima barang ,pihak lain menerima barang sesuai ketentuan yang disepakati meningkatkan. Memenuhi prinsip -prinsip Islam dll. Melalui pembelian dan penjualan.⁵ Ketika konsep bisnis berubah karena kemajuan sains dan teknologi dan kebutuhan manusia, hukum Islam juga perlu beradaptasi dengan waktu dan kondisi sosial. Belanja online telah menjadi kebiasaan dan cara hidup.

Penggunaan media social semakin meningkat Fungsi utama media sosial, yang meningkat hari ini, adalah untuk berinteraksi dengan orang -orang, berkomunikasi dengan kerabat dan teman, dan menggunakannya sebagai media sosial untuk membeli dan transaksi perdagangan.⁶

Oleh hal ini apa yang kita sebut media sosial atau Jejaring sosial yakni satuhal paling dinamis di dunia. Meski tak lagi menjadi jembatan komunikasi manusia ke manusia di dunia maya, media sosial menjelma menjadi berbagai fungsi. Banyak yang menggunakan media sosial memenuhi berbagai jenis kebutuhan seperti mengapresiasi diri, pengejaran ketenaran, mengumpulkan dukungan, dan penghasilan penghasilan.

Media sosial pada dasarnya yakni media ataujuga saluran interaksi sosial yang terjadi secara online melalui internet. Menggunakan media sosial dapat Menambah relasi dan interaksi dengan orang lain, baik orang yang Anda kenal maupun orang yang tidak Anda kenal. Di antara berbagai layanan yang dikembangkan di web, permintaan media Instagram termasuk tinggi, khususnya di Indonesia. Karena kesederhanaannya, kepopuleran Instagram kini banyak digunakan untuk berbagai keperluan. bisnis. Instagram sendiri yakni Aplikasi social media memungkinkan Anda berbagi foto ,video, menjalankan filter digital, dan membagikan di berbagai layanan jejaring sosial. Anda dapat menggunakannya atau membagikannya di media sosial Instagram. Tetapi fakta -fakta juga menunjukkan bahwa sudah ada banyak orang yang menggunakan Instagram untuk tujuan bisnis, dari usaha kecil hingga perusahaan besar.,

Instagram dipakai sebagai media untuk promosi media dan perdagangan produk dipasarkan. Anda tidak perlu menghabiskan banyak biaya pemasaran dan merasakan efeknya, yang merupakan

⁵ Abdul Rahman Ghazaly dkk., *Fiqh Muamalah*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Grup), 67-68.

⁶ Imam Musthofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 7-8.

alasan utama mengapa pebisnis menggunakan Instagram sebagai alat promosi. Instagram itu sendiri menggunakan sistem follow-no-follow. Tempat di mana Anda dapat melihat status terbaru dari orang-orang yang Anda ikuti (ikuti), Instagram sendiri memiliki beberapa istilah yang sangat populer. atau ditambahkan ke daftar teman Anda, dan pengikut yakni daftar anggota lain yang mengikuti Anda atau telah menambahkan Anda ke daftar teman mereka.

Dari beberapa penjelasan yang diberikan dalam presentasi sebelumnya, kita dapat menyimpulkan bahwa fenomena di atas dapat menciptakan berbagai peluang bisnis baru di media sosial Instagram. Contohnya adalah menambahkan pengikut (peragangan *follower* di media sosial Instagram). Mengingat kesimpulan di atas, penulis sangat tertarik untuk meneliti masalah ini. Karena itu, saya ingin mempelajari jual beli *follower* di media sosial Instagram. Juga terlihat di mana bisnis mengembangkan dan menggunakan media sosial seperti Instagram -nya untuk memamerkan bisnis mereka secara online atau hanya mengikuti tren saat ini dalam mengejar ketenaran.

Pengguna akun media sosial Instagram biasanya fokus pada jumlah pengikut. Ini karena jika pengikut atau penggemar Anda adalah pengguna nyata atau akun nyata, Anda memiliki manfaat dari memaksimalkan promosi lebih lanjut yang bertujuan menarik konsumen potensial. Akun yang tidak dibuat dengan bantuan perangkat lunak atau akun pasif (*fake/bot*) atau bot pengikut (umumnya dikenal sebagai bot) yakni pengikut yang dibuat dengan perangkat lunak tertentu, yang bertentangan dengan pengguna nyata. Biasanya, Anda bisa mendapatkan ribuan pengikut hanya dalam beberapa hari. atau akun aktif yang dipegang oleh orang sungguhan dalam kehidupan nyata. Akun yang lebih pasif (*fake/bot*) akan sama, karena tidak ada interaksi dengan pengguna lain ini. Dengan meningkatkan jumlah pengikut, individu dapat meningkatkan ego dan kepercayaan diri mereka. Ini berarti bahwa akun Anda akan memiliki lebih banyak pengikut atau menjadi terkenal dan akan menjadi perhatian publik di media sosial Instagram.⁷

Jadi inilah alasan beberapa orang membeli *follower* media sosial yang ditawarkan dengan harga murah, tetapi di sisi lain, karena permintaan ini, penyedia layanan meningkatkan pengikut mereka dengan menawarkan tolok ukur harga yang berbeda sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. melihat beberapa iklan,

⁷ Hendro Siswanto, Wawancara, *Pengguna Akun Instagram @Hendrosis* 13 September 2022.

beberapa harga menawarkan Rp 20.000/100 pengikut aktif dan Rp 10.000/100 pengikut pasif. Untuk melakukan pemesanan, kirim transfer melalui bank yang ditunjuk atau gunakan kredit dan berikan nama pengguna akun yang ingin Anda tambahkan pengikut. Proses membeli dan menjual pengikut berlangsung online, dari menawarkan produk hingga penutupan penawaran hingga membayar objek yang diperdagangkan di internet.⁸

Barang -barang yang diperdagangkan dalam kesepakatan ini bukanlah item yang dapat dipindahkan, melainkan dalam bentuk pengikut di akun Instagram itu sendiri, dan dihadapkan dengan masalah ini, masyarakat umum di dunia media sosial mungkin memiliki pertanyaan. Jika item Anda dalam bentuk *follower*, Anda memiliki dua opsi. Opsi pertama sangat berguna jika seseorang benar -benar membutuhkannya. Misalnya, jika Anda ingin menarik pelanggan untuk mengunjungi akun Anda karena Anda dapat mempercayai mereka untuk melihat banyak pengikut. Tapi apa yang tidak berguna dan berlebihan jika Anda hanya mengincar gaya yang akan dihargai oleh orang -orang yang membelinya untuk kepuasan sementara.⁹

Ddari hasil deskripsi di atas, ada satu poin yang menarik untuk dipertimbangkan. Apakah itu berkaitan dengan hukum Islam, jenis kontrak yang sesuai dengan model perdagangan, dan terutama praktik perdagangan yang kita perhatikan. Objek yang diperdagangkan dalam perjanjian yang dibuat pada mekanisme. Oleh hal itu peneliti bertujuan meneliti permasalahan itu dengan judul **“Perspektif Terhadap Jual Beli Follower Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam.**

B. Fokus Penelitian

Dari pemaparan diatas, maka penelitian ini adalah perspektif hukum islam terhadap follower media sosial instagram.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana mekanisme jual-beli *follower* media sosial instagram?
2. Bagaimana pandangan hukum islam pada mekanisme jual-beli *follower* media sosial instagram?

⁸ Lukman Hakim, Wawancara, *Pemilik Akun Instagram @Lukman_Kim*, 17 September 2022.

⁹ Abdul Rahman Ghazaly dkk., *Fiqh muamalah*, (Jakarta: kencana Prenada Media Grup), 75-76.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme jual-beli *follower* media sosial instagram.
2. Untuk mengetahui pandangan hukum islam pada mekanisme jual-beli *follower* media sosial instagram.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian yang penulis lakukan yakni :

1. Manfaat Penelitian
 - a) Manfaat Teoritis
Secara teoritis, untuk menambah ilmu dengan pengetahuan dan memperoleh wawasan terkait dengan masalah yang penulis angkat.
 - b) Manfaat Praktis
 - 1) Bagi penulis, untuk meningkatkan pengetahuan dan memperoleh wawasan terkait dengan masalah yang penulis angkat.
 - 2) Bagi pembaca, untuk tahu bagaimana pandangan hukum islam terhadap perdangan *follower* media sosial instagram.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi pada penelitian ini yakni:

1. Bagian Awal
Pada bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan, halaman abstrak, halaman motto, halaman persembahan, halaman transliterasi, halaman kata pengantar, dan halaman daftar isi.

2. Bagian isi

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini yakni bab pengantar dan memberikan pengantar secara umum: mengetahui latar belakang masalah, prioritas penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori-teori terkait dengan judul Perspektif Hukum Islam Terhadap perdangan Follower media sosial Instagram, penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan, *setting* penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini meliputi gambaran obyek penelitian, deskripsi data penelitian, dan analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bagian penutup dimana berisikan tentang kesimpulan dari pembahasan dan berisi saran-saran penulis.

