

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia ialah makhluk sosial yang saling berinteraksi serta saling memberikan manfaat untuk yang lainnya. Untuk mempertahankan hidupnya manusia diberi keleluasan dan kebebasan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Keleluasan atau kebebasan tersebut harus tetap sesuai dengan aturan hukum dan syara'. Dalam berinteraksi menyebabkan adanya hubungan antara seseorang dengan orang yang lain yang bisa memberikan adanya berbagai perubahan yang berhubungan dengan sifat manusia selaku makhluk sosial, pelaku ekonomi yang bisa merubah diri serta merubah lingkungannya. Jual beli termasuk sebuah ide dari praktek hasil intraksi sesama manusia, yang mana ide praktik tersebut adalah kegiatan hukum yang menyebabkan munculnya perubahan hak pada suatu benda dari yang awalnya dimiliki oleh pihak penjual kemudian berubah menjadi barang yang dimiliki oleh pembeli yang biasa disebut dengan jual beli. Seiring berjalannya waktu kegiatan jual beli termasuk salah satu aktivitas manusia yang pada waktu ke waktu selalu mengalami perubahan. Bisnis sebagai aspek terpenting dalam aktifitas ekonomi, dimana aktifitas tersebut sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia. Baik ekonomi, informasi serta komunikasi yang menyebabkan adanya perkembangan yang luar biasa. Sehingga bisa memberikan kemudahan para manusia dalam melakukan interaksi yang memungkinkan aktivitas ekonomi tersebut bisa mempunyai variasi yang banyak dan bisa sering dilaksanakan.¹

Dalam berinteraksi, masyarakat baik ketika bertransaksi maupun tidak, terdapat aturan-aturan dan norma yang berlaku untuk mengatur keberlangsungan hidup manusia dalam bergaul atau berinteraksi. Diberlakukannya penegakan hukum untuk menata seluruh ketertiban dan keadilan masyarakat. Menegakkan hukum

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

merupakan suatu hal yang tidak berdiri sendiri tetapi saling berhubungan antara permasalahan sosial yang ada di masyarakat dengan yang lainnya. Hukum dilakukan penegakan tidak hanya melakukan pertahanan terhadap pola lama namun juga melakukan rekayasa baru.

Di era modern, perniagaan tidak lagi menggunakan cara tradisional, dimana seorang pebisnis harus mengumpulkan dagangan dan membuka lapak di pasar, swalayan, kemudian menawarkan kepada orang yang ditemui. Perkembangan teknologi yang semakin maju menjadikan perniagaan sekarang dilakukan lebih simpel melalui internet, yaitu dengan memanfaatkan dunia maya untuk melaksanakan tindakan jual beli yang disebut dengan e-commerce. Istilah ini sudah akrab di telinga para remaja, orang dewasa, bahkan anak-anak. Belanja online merupakan suatu hal yang sudah menjadi kebiasaan yang sering dilakukan.² Media social termasuk suatu hal yang mempunyai sifat dinamis pada dunia sekarang, tidak hanya bisa dijadikan sebagai jembatan komunikasi pada berbagai manusia di dunia maya, namun sosial media telah berubah menjadi suatu hal yang mempunyai beragam fungsi untuk memenuhi beragam kebutuhan manusia. Salah satunya adalah menjadi sumber penghasilan manusia. Bisnis online ataupun biasa dikenal dengan istilah e-commerce awal mulanya terdengar asing, tak jarang banyak masyarakat yang merasa tertipu saat melakukan transaksi online dikarenakan barang yang di pesan tidak sesuai dengan ekspektasi pembeli, namun walaupun demikian saat ini bisnis online justru menjadi budaya tersendiri bagi kaum remaja maupun orang dewasa untuk mengumpulkan pundi-pundi rupiah dan memenuhi berbagai macam kebutuhan. Secara teoritis jual beli haruslah bertemu dengan cara langsung diantara cara pihak penjual dengan pihak pembeli

² Nindi Apridha Jamil dkk, "EKISISBANK," *Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers dalam Perpektif Ekonomi Islam di Media Social Instagram* 4, no.1 (2020), 8.

yang diadakan di suatu tempat dan pada waktu tertentu untuk menentukan harga barang atau produk.³

Jual beli umumnya dilaksanakan di pasar, mall, toko, serta lain sebagainya, tetapi seiring berkembangnya teknologi, tradisi dan budaya jual beli tersebut mulai terkikis dan tergantikan dengan budaya baru yaitu adanya jual beli online. Penjualan secara online mulai merambah dunia seiring dengan berkembangnya internet, semakin majunya perdagangan online maka mulai berubahlah paradigma pebisnis dalam memasarkan produknya. Mereka mulai memanfaatkan website, akun media social sebagai wadah bisnis atau bahkan dijadikan sebagai objek bisnis. Budaya jual beli dari cara tradisional menjadi transaksi online ini cukup menguntungkan bagi banyak pihak, apalagi pada masa pandemi virus Corona saat ini, jual beli online ini sangat disarankan sebab tidak adanya tatap muka pada pihak penjual serta pihak pembeli secara langsung. Media social menjadi sebuah hal yang mendasar pada kehidupan seseorang di masa digital seperti ini. Organisasi serta lembaga bisnis pada masa sekarang banyak yang membangun tempat sosial sendiri serta mengajak semua orang yang mempunyai minat dalam berpartisipasi dengan memberikan kontribusi serta umpan balik, tanggapan dan melakukan pembagian informasi pada waktu yang cepat tentang sebuah produk. Inilah yang menjadikan media social sebagai ajang bisnis dari satu pihak ke pihak lain yang semakin hari semakin membudidaya.⁴

Budaya dalam jual beli saat ini memang sedikit mengubah perekonomian dan kesulitan manusia dalam bertransaksi namun juga menjadi penyebab terpecah belahnya hubungan baik sesama manusia sebab bisnis online bukan suatu perkara yang dapat diawasi secara langsung baik dhoir maupun batinnya. Dalam bisnis online kedua belah pihak hanya bisa mengandalkan unsur saling percaya, namun kadangkala hal tersebut tidak

³ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: CV PustakaSetia, 2001), 15.

⁴ Dani El-Qari, "Transaksi Jual Beli Follower Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam", *Miyah* 15, no.2 (2019): 3.

diindahkan dengan baik. Sistem hukum telah banyak mengatur jual beli offline maupun jual beli online, namun di era sekarang telah menguat kesadaran bahwa tidak seluruh permasalahan bisa dilakukan penyelesaian dengan adanya pembentukan peraturan hukum. Banyak ahli hukum yang memakai budaya hukum sebagai sebuah aspek dalam menegakkan aturan yang terdapat dalam hukum. Budaya ini mempunyai kedudukan yang sederajat serta sama vitalnya dengan aspek substansi, struktur serta fasilitas. Berbagai unsur mempunyai hubungan dan saling memberikan pengaruh dan mempunyai kemampuan yang sama, kualitas budaya hukum menentukan kualitas penegakan hukum. Sebaik apapun peraturan hukum dibuat, yang akan melaksanakannya yaitu manusia yang hidup pada suatu budaya. Pada saat budaya belum mengalami perubahan, peraturan serta sistem tidak akan terlaksana sesuai dengan keinginan.⁵

Jual beli atau bisnis online itu tidak jauh beda dengan jual beli yang dilakukan secara offline, yang membedakan hanya tempat berlangsungnya transaksi tersebut. Jual beli online telah menjadi trik baru masyarakat dalam membangun perekonomian, dilihat dari perkembangannya, ekonomi masyarakat kelas menengah kebawah semakin membaik. Hal ini membawa pengaruh positif bagi masyarakat, namun juga membawa dampak negatif bagi pedagang offline. Masyarakat yang belum paham teknologi mengaku mengalami penyurutan akibat ramainya onlineshop. Kebiasaan baru tersebut bukan suatu hal yang mudah diterima di masyarakat, awal mula masyarakat yang ragu dan tidak percaya adanya belanja online kini menjadi hal yang lumrah. Masyarakat sudah terbiasa dan nyaman dengan kedatangan kurir yang setiap hari mengantar orderan dibanding harus keluar untuk berbelanja di pasar atau swalayan.

Jual beli termasuk jenis perjanjian yang telah diatur pada KUHPerdara, dan jual beli secara online merupakan

⁵ M Gaffar, Janedriji. "Budaya Hukum dalam Penegakan Hukum." kamis 27 Desember 2012. www.sindonews.com.

hasil kecerdasan manusia yang merombak sistem transaksi perjualbelian pada umumnya yang mempunyai implikasi inovasi teknologi internet selaku media transaksi sehingga menjadikan model perjualbelian yang mempunyai sistem modern. Keinginan kedua belah pihak atas pemindahan kepemilikan diwujudkan dalam kesepakatan yang kemudian mengikatkan keduanya pada suatu perjanjian yang dapat dinyatakan secara lisan maupun tulisan. Secara otomatis perjanjian tersebut mengikat kedua pihak dengan sebab akibat hukumnya. Sesuai pasal 1 ayat 2 UU No 11 tahun 2008 mengenai ITE memberikan penjelasan mengenai transaksi secara elektronik yaitu tindakan hukum yang dilaksanakan dengan memakai komputer, jaringan komputer ataupun media digital lainnya.⁶ Dalam Pasal 20 angka 1 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) dirumuskan bahwa akad adalah kesepakatan dalam suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan atau tidak melakukan perbuatan hukum tertentu.⁷ Dalam aturan perniagaan online, Pasal 1313 KUHPerdara juga menjelaskan jika sebuah persetujuan ialah sebuah perbuatan seseorang yang mengikatkan dirinya kepada individu lain.⁸ Suatu kontrak atau perjanjian jual beli dianggap sah apabila memenuhi syarat yang telah ditentukan pada pasal 1320 KUHPerdara. Pada syarat itu tertulis apabila syarat pertama yaitu kesepakatan terpenuhi namun syarat kedua yaitu kemampuan yang tidak bisa dipenuhi sehingga kontrak atau perjanjian itu bisa dilakukan pembatalan. Namun jika yang tidak bisa terpenuhi adalah syarat yang ketiga, itu sebuah hal serta syarat yang keempat yaitu sebuah sebab yang diperbolehkan maka kontrak itu batal di mata hukum.⁹ Hal ini menggaris bawahi adanya peraturan hukum dalam melakukan jual beli online yang tidak dapat dilakukan

⁶ UU No.11 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 2.

⁷ Pasal 20 KHES.

⁸ Setia Putra “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce” *Jurnal ilmu hukum* 4 no.2 (2014): 291.

⁹ Setia Putra “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce”, 292.

sesuka hati, dalam artian tidak bertanggung jawab atas transaksi yang telah diproses pada kesepakatan awal. Hukum telah mengatur sedemikian rupa syarat pada jual beli yang dilakukan secara online, walaupun kedua belah pihak tidak melakukan tatap muka dengan cara langsung. Masyarakat harus melakukan itikad baik pada saat melakukan transaksi. Merambahnya bisnis online saat ini disebabkan karena puasnya masyarakat dalam melaksanakan jual beli online, tidak adanya rasa kecewa antara kedua belah pihak. Oleh karena itu bisnis online semakin diminati di era sekarang. Awal mula masyarakat takut membeli atau melakukan jual beli online adalah adanya penipuan, pada tahun 2018 beberapa masyarakat sempat kecewa karena membeli barang tidak sesuai gambar yang ditawarkan hingga akhirnya mereka meninggalkan jual beli online dan memilih melakukan transaksi secara langsung. Namun berbeda dengan hari ini, jual beli online menduduki peringkat pertama di hati masyarakat, dari pihak yang menjual ataupun dari pihak yang membeli mempunyai kesamaan dalam merasakan kepuasan dan ketagihan untuk terus melangsungkan transaksi online.

Salah satu media social yang highclass di kalangan milenial adalah instagram. Media ini merupakan suatu aplikasi yang melakukan pembagian berbagai gambar, video, foto, sorotan, dan history seseorang untuk menjadi konsumsi public. Di dalam instagram menyediakan berbagai layanan fitur yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil foto menggunakan filter, video panjang ataupun pendek atau boomerang. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Napoleon cat, dalam bulan Januari sampai Mei 2020 pemakai Instagram di negara Indonesia berjumlah 69,2 juta pemakai. Pencapaian tersebut termasuk peningkatan dari periode ke periode pada pemakaian aplikasi ini. Pada bulan Januari terdapat catatan yang membuktikan jika terdapat sekitar menang 62,23 juta pemakai, lalu pada bulan Februari mengalami kenaikan menjadi 62,47 juta pemakai. Setelah itu pada bulan selanjutnya yaitu bulan Maret pemakainya semakin mengalami kenaikan dan dan adanya pemakai yang

berjumlah 64 juta. Setelah sebulan berikutnya didapatkan data pemakai yang berjumlah 65,7 juta, dan pada bulan Mei terdapat catatan pengguna dengan jumlah sebanyak 69, 2 juta pemakai. Meningkatnya pemakaian aplikasi tersebut juga tidak bisa dilupakan dari kebijakan WFH "work from home" yang dilaksanakan oleh para lembaga usaha pada pegawainya di tengah wabah virus Corona.¹⁰

Dari data tersebut terlihat jelas kepopuleran instagram saat ini, semakin populernya instagram membuat masyarakat semakin banyak yang memanfaatkannya untuk berbisnis. Penggunaan instagram yang mudah dan selalu menampilkan sesuatu yang lebih menarik dibanding facebook membuat penggunanya naik setiap waktu dan disukai oleh banyak pemuda yang terdapat di berbagai belahan dunia. Media sosial instagram pada umumnya digunakan untuk saling mensharing atau membagikan foto, video, dan menambah relasi pertemanan atau untuk sekedar tau kabar terbaru artis. Pada instagram dalam mencari teman digunakan istilah *follow* atau mengikuti serta *follower* atau pengikut. Apabila terdapat jumlah follower yang banyak maka hal ini menandai bahwa akun tersebut sudah mempunyai banyak teman, sehingga menjadikan seseorang yang memiliki akun tersebut merasa populer. Di era sekarang, kepopuleran adalah laksana mutiara paling berkilau di mata kaum milenial. Mereka menjadikan apapun agar terlihat menonjol di media social. Instagram adalah media social paling bergengsi di kalangan remaja, bagi mereka yang sudah memiliki *followers* banyak akan dianggap sebagai *selebgram*, yang dimana *selebgram* adalah artis dalam dunia instagram. Namun, dilain sisi banyak juga remaja yang menjadikan instagram sebagai objek pertama untuk bisnis online. Biasanya akun yang sudah terpercaya atau kualitasnya terjamin dan terkenal dimanapun, memiliki banyak *followers*. Oleh karena itu, instagram semakin membooming di masyarakat, selain fungsinya sebagai ajang mengartiskan diri juga sebagai

¹⁰ Mustafa, Iman. "Pengguna Instagram di Indonesia didominasi Wanita dan Generasi Milenial." 14 Juni 2020. Goodnewsfromindonesia.id.

ajang bisnis serta tempat dimana orang bisa mencari apapun yang ingin di beli dan di jumpai tanpa harus keluar rumah.¹¹

Dengan kepopulerannya instagram menjadi salah satu asset terbesar bagi pebisnis online, instagram bisa dijadikan sebagai suatu media untuk melakukan promosi dan merupakan strategi yang sesuai untuk pebisnis. Instagram sebagai sebuah aplikasi yang bisa mengembalikan foto yang yang bisa diketahui oleh para pengikut ataupun pengguna Instagram lain dari pemilik akun yang mengunggah foto tersebut serta saling memberi komentar antara satu sama lain. Layanan ini termasuk sebuah saluran media sosial yang terkenal di Indonesia dan penggunaanya juga banyak. Pemanfaatan aplikasi ini untuk keperluan bisnis merupakan pemanfaatan yang tepat faktanya para pebisnis baik dari usaha kecil menengah maupun perusahaan besar memperoleh hasil maksimal dari promosi yang dilakukan di instagram. instagram menjadi fasilitas dalam melakukan promosi serta menjual barang yang dilakukan pemasaran dengan tidak harus melakukan pengeluaran berbagai biaya pemasaran. Pengguna instagram yang hedon dirasa efektif untuk menjadikannya wadah bisnis.¹²

Dari fenomena tersebut dapat memperoleh beragam peluang dalam bisnis baru di media sosial terutama pakde aplikasi Instagram sebagai contohnya ialah melakukan penjualan jasa seperti jasa menambah jumlah follower yang terdapat di Instagram. Follower adalah akun yang mempunyai media social, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa kepopuleran seseorang dinilai dari seberapa banyak jumlah *followers* akun mereka. Maka dari itu para pengguna akun media sosial Instagramfokus pada jumlah *followers*. Selain sebagai kepopuleran diri, pembeli *followers* menggunakan follower untuk keperluan bisnisnya

¹¹ Nur Anisa, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli Follower, likes, dan viewer di Media Sosial Instagram”, (Skripsi UIN Raden Intan Lampung), 5.

¹² Nugraheni Larasati, “Analisis Jual Beli Followers di Instagram dalam Perspektif FATWA DSN-MUI No.110/ DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Jual Beli”, (Skripsi IAIN Surakarta), 4.

yang yang memiliki onlineshop, sebab dengan bertambah jumlah followernya maka semakin terkenal juga toko tersebut dan membuat seseorang berfikir bahwa *onlineshop* tersebut sudah terpercaya.

Jual beli tersebut menjadi bisnis yang menjanjikan setelah melihat instagram sebagai strategi pemasaran yang pas dan top bagi onlineshop serta selebgram. Bisnis ini awalnya tidak banyak yang tau dan sedikit yang melakukan transaksi tersebut, namun kini bisnis tersebut hampir semua remaja mengetahui dan melakukan jual beli tersebut. Di era pandemic seperti saat ini, remaja memanfaatkan medsos untuk mengisi kekosongan waktu mereka dengan bermain media social untuk berbagai macam hal, salah satunya adalah berbisnis dengan jual beli *followers* tersebut. Selain sedang trend, bisnis tersebut juga mudah dilakukan dan tidak memerlukan tenaga serta modal yang besar. Jadi bisa dilakukan oleh semua kalangan, apalagi di era pandemic banyak perekonomian yang menurun drastis dari kalangan keluarga menengah kebawah. Dengan melakukan bisnis online tersebut selain untuk mengisi kekosongan waktu juga menghasilkan uang. Tidak hanya di instagram biasanya di facebook juga terdapat grup yang melakukan penyediaan khusus untuk perjualbelian follower yang ada di seluruh Indonesia, namun pembeli lebih mempercayakan instagram untuk kualitas. Di sisi lain, Instagram juga bisa memberikan kemudahan bagi seseorang dalam mencari suatu hal dengan menggunakan hashtag, hastag bisa memberikan kemudahan pada orang lain untuk melakukan pencarian topik yang saling berkaitan. Jual beli *followers* menjadi salah satu pilihan untuk menghasilkan uang. Bagi pebisnis jual beli bukan lagi hal yang sulit karena instagram adalah pasar yang melek teknologi.¹³

Dari sinilah kenapa *followers* yang terdapat dalam sosial media banyak dilakukan penawaran dengan harga yang relatif murah, di sisi lain hal ini terjadi karena adanya jumlah permintaan yang banyak maka banyak penyedia

¹³ Rizky Fadillah, "Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam", (Skripsi IAIN Bengkulu), 3.

layanan tersebut memberikan patokan harga yang bervariasi, sesuai dengan kebutuhan serta keperluan. Apabila melihat dari berbagai iklan yang terdapat di sosial media, ada yang memberikan penawaran dengan harga Rp. 20.000 per 100 follower aktif serta RP. 10.000 per 100 followers pasif. Untuk melakukan pemesanannya bisa dilakukan cara mentransfer melalui bank yang sudah ditetapkan, dengan pembayaran yang bisa dilakukan melalui ovo atau dana kemudian juga disertakan username akun yang akan dilakukan penambahan jumlah followernya. Aktivitas jual beli ini sama dengan jual beli yang dilakukan secara online pada umumnya. Diawali dengan melakukan penawaran, melaksanakan kesepakatan sampai dengan pembayaran pada barang yang dilakukan transaksi memakai internet. Objek yang akan diperjualbelikan pada transaksi ini tidak termasuk benda bergerak akan tetapi dalam wujud follower pada akun Instagram.¹⁴

Pada transaksi ini ditawarkan 2 jenis follower yaitu follower aktif serta follower pasif. Follower aktif ialah akun-akun orang Indonesia yang masih aktif dan bisa menyukai serta berkomentar seperti biasa, namun bisa sewaktu-waktu mengunfollow. Sedangkan followers pasif tidak bisa menyukai dan berkomentar karena akun tersebut tidak memiliki pengguna. Dari dua macam followers tersebut, konsumen juga bisa melakukan pemilihan kewarganegaraan yang akan ditentukan pada followernya, seperti halnya Indonesia, Singapura, Amerika dan bisa juga dilakukan secara random. Prosedur yang digunakan dalam jual beli ini sama dengan jual beli yang dilakukan secara online pada umumnya, Yakni dengan melaksanakan transaksi sebelumnya, setelah itu pihak penjual akan melakukan proses yang akan diinginkan oleh pembeli. Proses yang akan dilaksanakan biasanya memakan waktu sehari untuk penambahan jumlah follower.¹⁵

¹⁴. Elsava Chairu Bhariatta dkk, "Jual beli followers, likes, viewers di instagram perspektif hukum ekonomi syariah", *el-Qist* 9, No.1 (2019): 37.

¹⁵ Dani El-Qari, "Transaksi Jual Beli Follower Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam", *Miyah* 15, no.2 (2019): 25.

Jual beli *followers* menjadi budaya bisnis bagi kaum instagram, yang mana kedua pihak sama-sama membutuhkan. Para khalayak yang membutuhkan popularitas di instagram dan khalayak yang memanfaatkan popularitas tersebut sebagai bisnis. Bisnis tersebut bukanlah suatu hal yang dapat dibenarkan menurut nilai dan hukum muasalnya. Dalam muamalah, salah satu syarat jual beli adalah objeknya harus berwujud dan miliki sendiri. Begitu pula dalam hukum positif suatu kespekatan dapat dikatakan sah apabila adanya kecakapan. Model bisnis *followers* adalah bisnis yang masih ambigu kehalalannya, namun jika dilihat masyarakat saat ini sangatlah membutuhkan *followers* seperti menjadi kebutuhan primer. *Followers* merupakan suatu objek yang tidak berwujud dan tidak memiliki kepastian keberadaanya namun mampu mengubah kondisi masyarakat, seperti yang telah dijelaskan bahwa sebuah bisnis atau onlineshop seseorang dapat berjalan dengan adanya *followers* tersebut. Apalagi di era pandemi persaingan branding tidaklah mudah, hal ini sedikit membantu para pebisnis kecil dalam melakukan digital branding. Jual beli *followers* yang hukum muasalnya belum jelas dan dapat merugikan suatu saat, namun telah menjadi keuntungan bagi banyak orang. Meskipun dari adanya hal tersebut, tidak sedikit pula yang merasa dirugikan akibat merasa terbohonginya seseorang karena mengira onlineshop yang telah memiliki banyak *followers* memang benar-benar digemari publik. Fenomena ini menjadi tanda tanya besar krena jika dilihat dari dua sisi yang berbeda bisnis ini menjadi kebiasaan yang menguntungkan bagi beberapa pihak, namun juga merugikan bagi beberapa pihak juga.

Dari periode ke periode hukum terus mengalami perkembangan pada aspek muamalah, kerana kehidupan yang mengikuti arus zaman. Kebutuhan, akal, dan budaya manusia semakin maju dan sedikit demi sedikit berubah membuat hukum harus fleksibel mengikuti perkembangannya. Tindakan jual beli pada masa sekarang semakin mengalami perkembangan, dan mengikuti perkembangan yang ada pada global dalam upaya

pemenuhan keperluan manusia. Perkembangan tersebut terlihat pada bagaimana konsep perniagaan saat ini dan terjadi sebab kecanggihan otak manusia dalam mengatur teknologi. Dalam suatu kasus perjualbelian terjadi perkembangan yaitu pada aspek objek ataupun konsep barang yang dijual ataupun yang dibeli. Menurut pandangan agama Islam segala bentuk muamalah dibolehkan selama tidak adanya pelarangan secara nash ataupun dasar hukum yang lain. Salah satu syarat perjualbelian dalam Islam adalah objek atau benda yang diperjualbelikan harus mempunyai wujud, bisa dimanfaatkan serta mempunyai manfaat untuk orang lain, kepunyaan sendiri (benda tersebut tidak merupakan benda milik orang lain atau sifatnya bukan milik sendiri). Misalnya tidak membolehkan melakukan penjualan ikan yang masih ada di dalam laut serta buah yang kematangannya masih belum jelas.¹⁶

Dalam hal ini, *followers* bukanlah barang yang nyata milik seorang penjual melainkan milik orang lain. Pertambahan jumlah follower ialah suatu objek yang tidak mempunyai wujud nilai serta sifatnya bukan milik seseorang. Dari cara penjual memperoleh *followers* dapat beresiko yang akan ditanggung oleh pembeli jika *followers*nya hilang karena sebuah *followers* bukan suatu objek yang dapat dipegang. *Followers* bisa saja mengunfollow akun pembeli sewaktu-waktu. Ada dua tipe penjual, yang pertama penjual yang dari awal memebri tahu kepada pembeli sebelum melakukan transaksi bahwa jika mereka membeli *followers* aktif maka sewaktu-waktu *followers* tersebut bisa berkurang. Kedua, penjual yang tidak memberi tahu kekurangan dalam transaksi tersebut, sehingga pada kasus ini jual beli bisa dikategorikan sebagai jual beli *gharar*. Salah satu bentuk dari jual beli *gharar* ialah tidak adanya jaminan barang yang diperjualbelikan bisa digunakan atau tidak. Wahbah az-zuhaili mengatakan

¹⁶ Abdul Rahman Ghazaly dkk, *Fiqh muamalah*, (Jakarta:kencana Prenada Media Grup). 75-76.

bahwa ketidakpastian status barang atau objek yang diperjualbelikan merupakan salah satu bentuk *gharar*.¹⁷

Dari fenomena yang terlihat bagaimana transaksi saat ini berkembang, banyaknya jual beli *followers* instagram menjadi tanda tanya sendiri bagaimana sebuah hukum dalam menafsirkan fenomena tersebut. Pada pasal 1458 KUHPerdara kegiatan jual beli bisa dilakukan dengan cara lisan serta tertulis. Apabila dilaksanakan dengan cara lisan maka harus adanya barang bukti yang bersifat tertulis, seperti halnya faktur penjualan, dan kuitansi. Apabila dilaksanakan dengan cara tertulis maka perjanjiannya bisa dibuat dalam model akte otentik dihadapan notaris atau dibuat dibawah tanda tangan oleh pihak-pihak sendiri. Sedangkan aturan perniagaan online, dapat diterapkan dalam KUHPerdara pasal 1313, memberikan penjelasan jika sebuah tindakan dimana seseorang ataupun lebih dalam mengikat dirinya pada seseorang atau lebih, pada pasal 1320 KUHPerdara, sebuah kontrak atau perjanjian dapat dikatakan sah jika telah memenuhi persyaratan yakni kesepakatan para pihak, kecakapan, sebuah hal, sesuatu penyebab yang halal. Sedangkan menurut KHES unsur jual beli terdiri dari para pihak, obyek, dan kesepakatan.¹⁸ Mengenai syaratnya berlaku pada segala jenis akad jual beli kecuali ada ketentuan khusus yang dapat menyampingkan, misalnya terdapat syarat bahwa barang yang diperjualbelikan harus sudah ada pada jual beli dilakukan.¹⁹ Oleh karenanya, jual beli *followers* tersebut menjadi budaya hukum bisnis sendiri di Indonesia, yang mana memerlukan pengkajian lebih mendalam untuk menemukan hukum dari transaksi yang telah dilakukan hampir seluruh masyarakat.²⁰

Dari persoalan tersebut, jual beli *followers* merupakan perjualbelian yang masih mempunyai tanda

¹⁷ Nahdiah & Syarif Hidayatullah, "Analisis bai' gharar terhadap jual beli follower di instagram", *al-Mizan* 3, No.2, (2019): 97.

¹⁸ Pasal 56 KHES.

¹⁹ Pasal 73 KHES.

²⁰ Tira Nur Fitria "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3 No.1 (2017): 53.

tanya dalam pengkajiannya, mengapa jual beli *followers* menjadi bisnis yang marak di kalangan milenial dan menjadi pilihan untuk berbisnis di era pandemic seperti saat ini, kemudian bagaimana transaksi serta akad seperti apa yang digunakan bila dikolerasikan dengan hukum ekonomi syariah, apakah mengandung unsur gharar atau tidak. Sehingga penulis merasa tertarik serta memiliki tujuan an-nur melakukan penelitian mengenai permasalahan tersebut dengan kajian yang berjudul “BUDAYA BISNIS JUAL BELI FOLLOWERS INSTAGRAM DI ERA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH”

B. Fokus Penelitian

Fokus kajian ini yaitu budaya hukum dalam bisnis perjualbelian *followers* instagram di era pandemic covid-19 dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Untuk memberikan jawaban pada fokus kajian tersebut diperlukan fokus yang yang mempertanyakan tentang budaya hukum pada bisnis jual beli *followers* yang awal mulanya sudah ada dan semakin berkembang di era covid-19, serta transaksi jual beli *followers* pada perspektif hukum ekonomi syariah.

Kajian ini dilakukan untuk melakukan pendeskripsian serta melakukan analisa kejadian, peristiwa, tindakan sosial, sikap persepsi secara individu ataupun kelompok.²¹ Peneliti melakukan pendekatan dengan cara langsung pada berbagai pihak yang yang berkaitan seperti beberapa pihak penjual followers serta pihak yang membeli followers. Hal ini memungkinkan peneliti mengembangkan tingkat detail tentang individu yang diteliti, dan akan sangat terlibat dalam pengalaman yang nyata dari pelaku jual beli *followers*. Penetapan fokus kajian lebih difokuskan pada rasio kebaruan informasi yang menggunakan prosedur sistematis guna mengembangkan teori dan data yang akan diperoleh dari situasi social, ini disediakan untuk

²¹ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2013), 30.

membatasi kajian yang mampu melakukan pemilihan mana data yang sesuai serta mana data yang tidak sesuai.²²

C. Rumusan Masalah

1. Mengapa budaya hukum dalam bisnis jual beli *followers* instagram dilakukan di era pandemic covid-19 ?
2. Bagaimana bentuk transaksi bisnis jual beli *followers* instagram di era pandemic covid-19 ?
3. Bagaimana budaya hukum dalam bisnis jual beli *followers* instagram di era pandemic covid-19 dalam perspektif hukum ekonomi syariah ?

D. Tujuan Penelitian

Kajian ini dilaksanakan dengan berbagai tujuan seperti berikut ini:

1. Untuk melihat budaya hukum pada bisnis perjualbelian *followers* instagram di era pandemic covid-19.
2. Untuk mendeskripsikan transaksi budaya hukum dalam bisnis jual beli *followers* instagram di era pandemic covid-19.
3. Untuk mendeskripsikan budaya hukum dalam bisnis perjualbelian *followers* Instagram di era pandemic covid-19 pada perspektif hukum ekonomi syariah.

E. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang bisa diperoleh dalam kajian ini ialah seperti berikut:

1. Dari kasihan ini diharap mampu menambah wawasan serta pengetahuan bagi perkembangan ilmu terkait dengan aktivitas muamalah pada kehidupan sehari-hari yang mempunyai kesesuaian dengan hukum dan syariat.
2. Dapat memberikan gambaran kepada masyarakat terkait dengan jual beli *followers* agar tidak

²² Umrati, dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*, (Sulawesi Selatan: ISBN, 2020), 87.

menimbulkan kerugian atau manipulasi dikemudian hari.

3. Sebagai kontribusi ilmu dan masukan bagi pengelola media instagram agar melakukan kegiatan bisnis dengan bijak sehingga memberikan perlindungan kepada berbagai hak dengan yang lain.

F. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun skripsi, peneliti akan menguraikan sistematika penulisan yang terbagi dalam 5 (lima) bab yang diuraikan menjadi sub-sub bab agar mempermudah dalam memahami skripsi ini. Sebelumnya penulis mengawali dengan halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian skripsi, halaman abstrak, halaman motto, halaman persembahan, halaman pedoman transliterasi arab-latin, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, kemudian dilanjutkan dengan lima bab sebagaimana berikut:

Bab Pertama: Pendahuluan, berisikan: latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab Kedua: Kerangka teori, berisikan: poin pertama meliputi pengertian budaya hukum, bisnis, pengertian jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, macam-macam jual beli, bentuk-bentuk dalam jual beli dan berbagai ketentuan di dalamnya, jual beli online menurut hukum positif, mekanisme dan transaksi jual beli followers di media instagram yang berisikan sejarah singkat media Instagram, gambaran jual beli followers di media Instagram. Poin kedua Penelitian terdahulu, dan poin ketiga kerangka berfikir.

Bab Ketiga: jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, keabsahan data, dan teknik analisis data.

Bab keempat: data budaya hukum dalam bisnis jual beli followers, data transaksi budaya jual beli followers, data budaya hukum dalam bisnis jual jual beli followers instagram di era pandemic covid'19 dalam perspektif hukum ekonomi syariah dan analisis budaya hukum dalam

jual beli followers instagram di era pandemic covid'19 dalam pandangan hukum ekonomi syariah.

Bab kelima: Penutup yang berisikan: kesimpulan, saran-saran dan kata penutup. Daftar Pustaka, berisi: data-data tulisan atau suatu karya ilmiah atau buku-buku yang terkait dengan penulisan ini.

