

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks penelitian

Perekonomian lahir melalui kegiatan perdagangan maupun usaha yang sehat untuk menjamin terjalannya kegiatan bisnis. Transaksi jual beli dapat diartikan sebagai aktivitas ekonomi yang memiliki aspek penting dalam kehidupan manusia. Kegiatan jual beli terus mengalami perubahan dan peningkatan dari tahun ke tahun. Semakin berkembang teknologi jual beli pada masyarakat beralih ke jual beli online. Jual beli online menurut ulama diperbolehkan apabila dalam jual beli tersebut tidak mengandung *gharar* (unsur penipuan).

Di era melianial sekarang ini, banyak orang yang menggunakan jasa jual beli online, jual beli online mempermudah cara penjual maupun cara pembelinya. Konsumen tidak harus datang ke tempat penjual barang tersebut, akan tetapi melalui media sosial kita bisa membeli barang apa yang kita perlukan. Saat ini, jual-beli *online* tidak hanya terbatas oleh barang keperluan sehari-hari, Seiring dengan perkembangan zaman, muncul berbagai macam jual-beli, salah satunya adalah jual beli jasa yang berupa penambahan *followers*, *likes*, dan *viewers* di sosial medi TikTok.

Follower adalah akun yang mengikuti media sosial seseorang, berbagai harga ditawarkan oleh para pelaku bisnis *followers* mulai dari harga yang murah sampai harga yang mahal. Semakin tinggi harga tersebut maka semakin banyak pula *followers* yang didapatkan. Dalam hal ini, para pelaku bisnis menawarkan dua macam *followers*, yaitu *follower* atau *real human follower* dan *followers*

pasif atau *bot followers*. Perbedaan dari keduanya adalah jika *followers* aktif merupakan kumpulan akun-akun orang asli.

Keunggulan dari *followers* aktif yaitu dapat *comment* dan *like* selayaknya real akun, namun kelemahan dari *followers* aktif adalah dapat *diunfollow* jika tidak tertarik. Akun tersebut sangat cocok untuk sebuah online shop agar mendapatkan pelanggan yang cepat. Sedangkan *followers* pasif apabila tidak tertarik maka akun tersebut dapat dijadikan suatu *online shop* untuk dapat memperoleh pelanggan dengan cepat.

Dari paparan yang sudah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa fenomena di atas menciptakan berbagai peluang bisnis baru di media sosial TikTok, diantaranya memperjual belikan jasa yang berupa penambahan *followers*, *like*, dan *viewers*. Pada awalnya, pembelian *followers*, *like*, dan *viewers* untuk kepentingan bisnis online shop, dikarenakan semakin menambahnya *followers*, *like*, dan *viewers* maka semakin banyak juga yang mengenal online shop tersebut.

Bagi seseorang dengan jumlah *follower*, *like*, dan *viewers* yang naik dapat menjadikan seseorang itu sebagai public popular atau bahkan yang terkenal saat ini sebagai *Influencer*, dan bisa membuatnya terkenal dan menjadi tatapan popular di media sosial TikTok¹. Keberadaan penjualan *follower*, *like*, dan *viewers* sangat mudah ditemukan, seperti di platform media sosial atau di platform online shop seperti bukalapak, tokopedia, dan lain sebagainya. Harga yang ditawarkan bervariasi *follower*, *like*, dan *viewers* bergantung pada keinginan dan kebutuhan seorang calon pembeli.

¹ Muhamad Ridwan, Wawancara, PenggunaAkunTikTok @Sultanriduwansidoarjo (6 Desember 2021)

Melihat dari beberapa iklan, ada yang menawarkan harga Rp.35.000/100 *follower* aktif, Rp.90.000/300 *followers*. Untuk pembelian *follower, like, dan viewers* bisa dengan dua metode yakni, dengan transfer rekening melau bank dan dengan menggunakan via aplikasi Dana atau Ovo². Ada beberapa cara yang digunakan penjual untuk mendapat *followers, like, dan viewers* dengan meminta username dari akun pembeli yang mau ditambahkan.

Zaman sekarang, aplikasi TikTok adalah salah satu aplikasi terkenal, banyak orang khususnya anak muda yang menggunakan aplikasi tersebut, begitu pula para remaja dan orang-orang di Kota Sidoarjo juga banyak yang menggunakan TikTok. Pada tahun 2020 ini di Indonesia, media sosial yang mengalami perkembangan pesat hingga menjadi budaya populer di Indonesia adalah aplikasi TikTok. TikTok merupakan aplikasi media sosial yang menjadi budaya populer di Indonesia mulai awal tahun 2020 ini. Di sisi lain TikTok dapat menjadi sumber penghasilan uang tambahan bagi kalangan remaja-remaja di Sidoarjo. Dilansir dari Forbes berikut beberapa langkah menghasilkan uang dari TikTok, salah satunya membangun *branding* atau merk ialah kunci agar bisa dikenal secara mudah.

Di bidang pemasaran (marketing), merk yang berkesan adalah dasar dari bisnis apapun yang bisa menghasilkan uang, dengan banyaknya *follower* atau dengan meningkatnya jumlah *follower*, uang bisa datang dengan mudah salah satunya menjadi *influencer* TikTok, sebagaimana media sosial lain, *influencer* TikTok mendapatkan pekerjaan mempromosikan produk, merk, atau layanan suatu perusahaan dengan harapan bisa meningkatkan penjualan.

² Dedy Prastyo, Wawancara, Dedy Prastyo, Penjual follower media sosial @Serba_Murahing (7 Desember 2021)

Dalam Islam, setiap berbisnis pelaku usaha diharuskan memiliki sifat amanah yaitu dengan menunjukkan sifat terbuka dan kejujuran. Dalam hal ini, penjual jasa penambahan *follower* harus terbuka dan jujur mengenai transaksinya. Dengan sifat amanah dan jujur tersebut pelaku usaha memiliki rasa tanggung jawab terhadap konsumen. Islam mengajarkan kejujuran dalam melakukan pekerjaan maupun aktivitas kegiatan yang lainnya.

TikTok tersebut menggunakan sistem mengikuti dan tidak mengikuti dalam istilahnya yakni *follow-unfollow*, dimana kita dapat melihat status terbaru atau kabar terbaru dari seseorang yang kita ikuti atau yang kita *follow*. TikTok sendiri mempunyai istilah yang sangat populer kepada penggunanya yaitu *following* dan *follower*. *Following* adalah member lain yang mengikuti kita atau ditambahkan dari daftar teman kita. Sedangkan *follower* beda lagi istilahnya yakni member lain yang mengikuti atau menambahkan kita ke dalam daftar temannya di akun media sosial TikTok nya

Melihat kesimpulan di atas peneliti tertarik untuk mengkaji masalah ini. Maka peneliti tertarik mengkaji terkait jual beli *follower* pada media sosial TikTok ini. Dapat dilihat ketika sebuah bisnis berkembang dan menggunakan media sosial seperti TikTok untuk memperkenalkan bisnis secara online atau hanya untuk mencari ketenaran dan mengikuti tren pada masanya.

Biasanya para pengguna media sosial TikTok mereka fokus pada *follower* karena akan memberi keuntungan untuk lebih mempromosikan yang sedang dilakukan dengan bertujuan untuk mengikat calon konsumen atau calon pembeli, dengan ketentuan seberapa banyak *follower tersebut* adalah real user atau akun real, bukan akun yang dibuat oleh softwer tertentu. Atau kata

istilahnya akun pasif alias akun bot atau fake. Bot *follower* bisa dikenal dengan akun robot yang dibuat oleh softwer tertentu hingga mampu membuat ribuan *follower* dalam jangka waktu beberapa hari saja. Berbeda dengan *follower* yang asli, *follower* aktif, yang memang dijalankan oleh manusia di dunia nyata.

Ketika ada akun *pasif* alias akun Bot yang jumlahnya banyak bahkan ribuan di beberapa akun media sosial TikTok akan sama saja karena tidak ada interaksi dengan para pengguna akun lain yang berada di media sosial TikTok atau tidak ada interaksi seperti menyukai postingan kita karena *follower* nya pasif. Inilah alasan orang membeli *follower* media sosial yang banyak ditawarkan dengan harga murah. Di sisi lain dari permintaan tersebut, banyak pula penyedia jasa penambah *follower* dan memberikan harga dengan berbagai macam dari yang paling murah terjangkau sampai harga ratusan ribu rupiah yang dia tawarkannya.

Proses jual beli ini dilakukan secara online, melalui penawaran produk, melakukan kesepakatan antara pembeli dan penjual dan hingga pembayarannya benda yang diperjual belikan menggunakan internet. Dan objek yang diperjualkan dalam transaksi ini bukan benda bergerak namun dalam bentuk *follower*.

Melihat persoalan seperti ini mungkin bagi orang awam dalam media sosial menanyakan. Apakah penambahan *follower* ini bentuk objek transaksi yang berwujud atau bernilai dan apakah dapat manfaat bagi orang lain dan bagaimana penjual mendapatkan akun TikTok yang nantinya akan diperjual belikan sebagai *follower*, dan bagaimana resiko yang akan ditanggung oleh pembeli ketika para follower tersebut berhenti meng *follow*nya.

Pada dasarnya, dalam jual beli hukum Islam secara khusus mensyaratkan objek yang dapat diperjual belikan diantaranya adalah barang tersebut harus berwujud, harus dimanfaatkan, dan bermanfaat bagi manusia. Memiliki barang yang sifat kepemilikannya bukan milik seseorang tidak dapat diperjual belikan. Dengan seperti itu, maka kita harus mengetahui wujud dari barang objek tersebut, apakah bermanfaat bagi manusia, apa wujud barang tersebut dan apakah objek tersebut kepunyaan dari penjual.

Oleh karena itu, ketika barang dagangan berupa *follower* terdapat dua kemungkinan, pertama sangat bermanfaat ketika seseorang tersebut sangat membutuhkannya, contohnya dalam menarik pelanggan agar tertarik mengunjungi akun miliknya, karean dipercaya dengan jumlah *follower* yang banyak tersebut. Namun, sebaliknya ketika membeli untuk bertujuan bergaya demi kepuasan semata.

Transaksi jual beli online memang rentan terhadap penipuan karena transaksi pembayaran terlebih dahulu, maka yang dipesan akan dikirim. Dalam hal ini, penjual tidak adanya keterbukaan dalam melakukan jual beli *follower* dimana unsur ini mengandung gharar (penipuan). Hal tersebut juga terjadi di Sidoarjo, ada seorang penjual followers yang melakukan penjualan secara tidak terbuka. Padahal dalam jual beli harusnya terbuka dan transparan agar tidak menimbulkan kecurigaan dan hal-hal yang tidak diinginkan. Maka dari uraian di atas, peneliti beragumen bahwa jual beli ini belum sesuai dengan syariat Islam, bisnis yang baik adalah bisnis berdasarkan muamalah. Maka dalam hal tersebut peneliti akan meneliti **“Jual Beli Follower Pada Media Sosial**

TikTok Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Kabupaten Sidoarjo)”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktek jual beli *follower* media sosial TikTok di wilayah Sidoarjo?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam terhadap praktek jual beli *follower* media sosial Tik-tok di wilayah Sidoarjo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian didasarkan pada rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, adapun tujuannya ialah :

1. Untuk mendeskripsikan praktek jual beli *follower* media sosial TikTok di wilayah Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terkait akad transaksi dalam jual beli follower media sosial TikTok di wilayah Sidoarjo

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat yang baik, adapun kegunaannya sebagai berikut :

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian secara teoritis dapat menambah keilmuan bagi mahasiswa khususnya di bidang hukum ekonomi syariah maupun dari penelitian sejenisnya dan dapat mendapatkan jelas mengenai jual beli *follower*.

2. Kegunaan praktis
 - a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah keilmuan mengenai jual beli follower dan akad pada jual beli tersebut.

b. Bagi para pihak

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan memberikan pemahaman yang lebih baik serta tambahan pengetahuan bagi pihak yang ingin meneliti tentang masalah jual beli tersebut.

E. Telaah Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti tidak hanya merujuk pada dokumen-dokumen terkait dan melakukan observasi di lapangan. Peneliti juga merujuk pada penelitian terdahulu namun peneliti bukan melakukan duplikasi oleh penelitian-penelitian terdahulu.

1. Skripsi ditulis oleh Nurmalia dari Universitas Islam Medan, pada tahun 2018 yang berjudul. "Jual Beli Salam (Pesanan) Secara Online Di Kalangan Mahasiswa UIN-SU Medan" (Tinjauan Menurut Syafi'iyah). Pada penelitian ini dijelaskan banyak pembeli yang merasakan tidak puas dan merasa ditipu dalam jual salam di kalang Mahasiwa UIN-SU, misalnya barang yang dipesannya tidak sesuai dengan apa yang difoto. Dalam transaksi *online* sering terjadi penjual barang menerapkan tawar menawar antara pembeli. Lemahnya kedudukan pembeli dan penjual di transaksi *online* dapat menimbulkan kerugian konsumen itu sendiri. Perbedaannya adalah penelitian ini mengangkat masalah tentang jual beli *salam* (pesanan) secara *online*, persamaan dari pengamatan sebelumnya merupakan sama-

sama melakukan pengamatan mengenai jual beli *online* dalam perspektif Islam.

2. Skripsi ditulis oleh Nugraha Farid Dwi dari Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2010 dengan berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Chip* Dalam *Game* Poker *Online*”. Pada penelitian ini dijelaskan bahwa ada seseorang memperjual belikan chip dimana pada praktek jual belinya belum menerapkan hukum jual beli secara tinjauan hukum Islam. Persamaan dari pengamatan sebelumnya merupakan sama-sama melakukan pengamatan mengenai jual beli *online* dalam perspektif Islam. Dan perbedaannya objek yang diteliti mengenai *Chip* pada permainan game online.
3. Skripsi ditulis oleh Dimas Uzar Khawansyah dari IAIN Tulung Agung pada tahun 2018 dengan berjudul “ jual beli *Chip* Dalam *Game Online Indoplay* Menurut Fiqh Muamalah”. Pada penelitian ini dijelaskan skripsi ini mengenai transaksi jual beli *Chip Game Online Indoplay* peminatnya dari semua kalangan anak kecil sampai orang dewasa. Perbedaan dalam penelitian ini objeknya pembelinya masih ada yang di bawah umur atau belum baliq. Menurut Islam, jual beli dibilang sah, apabila dalam transaksi jual beli harus dilaksanakan sesuai berdasarkan rukun dan syarat yang telah ditetapkan. Jual beli dianggap telah terjadi jika sudah terpenuhi dalam melakukan suatu perbuatan hukum. Sedangkan persamaan dari pengamatan sebelumnya merupakan sama-sama melakukan pengamatan mengenai jual beli *online* dalam perspektif Islam. Dan perbedaannya objek yang diteliti mengenai *Chip* pada permainan game online .