

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kajian fiqh muamalah dari masa ke masa senantiasa mengalami perkembangan yang sangat pesat, khususnya diranah jual-beli. Baik perkembangan dari segi konsep, maupun objek yang diperjual belikan. Dalam fiqh muamalah, agama itu mengatur hubungan antar individu dengan individu yang lain, individu dengan negara, maupun negara islam dengan negara lainnya. Dengan tujuan menjaga hak-hak dari setiap individu untuk merealisasikan suatu kemaslahatan dan menjauhkan dari kemudharatan yang mungkin timbul dikemudian hari.¹

Manusia sebagai makhluk sosial yang tidak bisa lepas dari bantuan manusia yang lain untuk melakukan suatu hal. Termasuk dalam bermuamalah, yang salah satu contohnya adalah jual beli. Yang mana jual beli disini adalah suatu perjanjian tukar menukar barang yang memiliki nilai dengan didasari saling rela diantara kedua belah pihak, pihak pertama menerima barang yang telah dibeli dan pihak kedua menerima pembayaran atas barang yang telah dijualnya. Oleh sebab itu jual beli ini diperbolehkan dalam Islam, sebagaimana firman Allah dalam surat Al Baroh ayat 275 sebagaimana berikut:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

¹ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalah Sistem Transaksi dalam Fiqih Islam*, terj. Nadirsyah Hawari, (Jakarta: Amzah, 2014), 6.

*Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*²

Dan dalam Al Qur'an surat An Nisa ayat 29:

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

تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sendiri, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*³

Dari kedua firman Allah diatas dijelaskan bahwasanya, manusia diperbolehkan melakukan jual beli selama masih didalam ranah syariat islam. Adapun perubahan konsep dalam melakukan jual beli tersebut bermula dari kemajuan ilmu pengetahuan dan juga teknologi yang didorong oleh kebutuhan manusia itu sendiri, sehingga hukum islam berubah seiring perkembangan zaman dan juga kondisi dari masyarakat.

Dengan perkembangan teknologi di zaman sekarang, menjadikan proses transaksi dalam suatu perekonomian tidak harus menggunakan cara lama, yakni dengan mengumpulkan barang dagangan di pasar, kemudian menawarkan barangnya kepada semua orang yang ditemui. Melainkan, bisa dilakukan lebih mudah melalui internet. Pemanfaatan kemajuan teknologi berbasis internet yang digunakan manusia untuk menciptakan perekonomian dan menjalankan bisnis terbaru ini dikenal dengan sebutan bisnis *online* atau

² Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an Terjemah*, (Bandung: Jabal, 2010), 47.

³ Ibid., 83.

e-commerce.⁴ Berbelanja melalui online sekarang telah menjadi kebiasaan dan gaya hidup tersendiri. Oleh karena itu sosial media dizaman sekarang tidak lagi hanya sebagai sarana komunikasi antar sesama di dunia maya, melainkan sudah beralih berbagai fungsi. Banyak yang memanfaatkan sosial media sebagai wadah untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan, mulai dari mengekspresikan diri, mengejar ketenaran, menyimpan berbagai dokumentasi kegiatan yang telah diabadikan, hingga mencari penghasilan.

Melihat perkembangan sosial media khususnya *youtube* yang saat ini menjadi jejaring sosial paling populer, khususnya di Indonesia. Sebagaimana yang telah dirangkum *Kompas Tekno* dari *We Are Social*, yang menyatakan bahwa penggunaan *youtube* di Indonesia menduduki peringkat pertama dengan persentase mencapai 43 % dari penggunaan sosial media yang ada.⁵ Dengan ketenarannya kini popularitas *youtube* digunakan untuk berbagai macam keperluan, termasuk untuk kepentingan bisnis dan promosi suatu produk.

Fakta menunjukkan bahwa penggunaan *youtube* untuk keperluan bisnis sudah banyak. *Youtube* dijadikan sebagai alat untuk menawarkan produk yang dipasarkan, tanpa perlu menghabiskan banyak biaya dan tenaga sehingga dirasa efisien bagi sebageian banyak pebisnis. Yang mana hanya perlu membuat video tentang produk yang ditawarkan kemudian mengunggahnya ke *youtube*. Keuntungan yang diperoleh setelah video yang diunggah itu selesai, selain produk yang ditawarkan itu mempunyai peluang

⁴ Sudaryono, *Pengantar Bisnis Teori dan Contoh Kasus*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 253.

⁵<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia> diakses pada 12 Januari 2019 pukul 20.16 WIB.

besar untuk dibeli orang lain, pemilik akun juga bisa memperoleh bayaran dari pihak *youtube* atas video yang telah diunggah dan ditonton oleh banyak orang.

Berdasarkan peraturan terbaru dari pihak *youtube* tentang prosedur dan persyaratan untuk mendapatkan penghasilan dari video yang telah diunggah, yaitu setiap akun diharuskan memiliki 1000 *subscriber* dan juga 4000 jam penayangan dari keseluruhan video yang telah diunggah.⁶ Dari situlah yang menyebabkan banyak pemilik akun *youtube* pemula sedikit kesulitan untuk melengkapi persyaratan dari pihak *youtube* tersebut.

Fenomena tersebut juga yang menyebabkan munculnya berbagai peluang bisnis baru di *youtube*. Diantaranya adalah bisnis jasa penambahan *subscribe channel youtube*, *like*, dan juga jam tayang suatu video. Para pemilik jasa penambah *subscribe* memberikan jalan alternatif bagi semua pengguna *youtube* yang menginginkan penghasilan tambahan dari video yang telah diunggah, namun tidak perlu susah payah untuk mendapatkan 1000 *subscriber* sebagaimana yang telah disyaratkan oleh pihak *youtube*. Cukup membeli *subscribe* dengan harga yang telah ditentukan, maka persyaratan dari pihak *youtube* pun bisa langsung terpenuhi dan *channel* pun sudah siap untuk dipasang iklan dan bisa mendapatkan penghasilan tambahan dari video yang telah diunggah.

Seperti itulah alasan kenapa seseorang terdorong untuk membeli *subscriber youtube* yang banyak ditawarkan dengan harga yang cukup murah.

Dilihat dari sisi lain, banyaknya permintaan jasa penambahan *subscribe*

⁶https://support.google.com/youtube/answer/1311392?visit=partner_program_policies&hl=id&rd=1 dikases pada 12 Januari 2019 pukul 20.55 WIB

disuatu channel *youtube* mengakibatkan semakin banyaknya penjual atau penyedia jasa penambahan *subscribe* yang bermunculan dan menawarkan dengan harga yang cukup murah yakni Rp 25.000/ 500 *subscriber* pasif dan Rp 50.000/ 100 *subscriber* untuk *subscribe* aktif.⁷ Untuk transaksinya pun dilakukan secara online. Mulanya penjual menawarkan jasa penambahan *subscribe* itu dengan membuat promosi di grup *whatsapp* atau pun sosial media yang lain. Bilamana ada yang tertarik untuk membeli, pembeli diharuskan untuk menghubungi nomor HP yang sudah tertera. Kemudian pembeli memesan sesuai dengan kebutuhan. Semisal pembeli membutuhkan 1000 *subscribe*, maka pembeli cukup membayar sebesar Rp 50.000 untuk 1000 *subscribe*, yang bisa dibayarkan melalui tranfer bank atau pun bisa berupa pulsa dengan mengirimnya ke nomor penjual.

Setelah proses pembayaran diselesaikan diawal, selanjutnya penjual akan meminta pembeli untuk mengirimkan *link URL* channel *youtube* yang akan ditambah *subscribenya*. Dan proses penambahannya tersebut akan diproses secepatnya selama 24 jam.⁸ Tidak lepas dari objek yang diperjual belikan, *subscribe* ini termasuk objek yang abstrak karena tidak memiliki wujud tersendiri, melainkan hanya sekedar penambahan jumlah angka *subscribe* di *channelyoutube*. Oleh karena itu, saat barang yang diperjual belikan ini berupa *subscribe*, maka terdapat dua kemungkinan, yakni: sangat

⁷ Wawancara dengan Ahmad Mufti Febriyan seorang penjual *subscribe* via *chating whatsapp* pada Sabtu, 19 Januari 2019 pukul 15.00 WIB

⁸ Wawancara dengan Ahmad Mufti Febriyan seorang penjual *subscribe* via *chating whatsapp* pada Sabtu, 19 Januari 2019 pukul 15.00 WIB

bermanfaat dan juga bisa menjadi kurang bermanfaat bilamana pembeli hanya bertujuan untuk mencari ketenaran belaka.

Mulai dari sini, penulis mulai muncul ketertarikan untuk mengkaji lebih mendalam mengenai praktik jual beli *subscriber youtube* ini dengan mencari bagaimanakah mekanisme pelaksanaan jual beli *subscriber youtube* tersebut dan juga tinjauan fiqh muamalah terhadap praktik jual beli *subscriber youtube*.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana mekanisme pelaksanaan jual beli *subscriber youtube* di grup *whatsapp* calon *youtuber* sukses tersebut berlangsung ?
2. Bagaimana tinjauan fiqh muamalah terhadap praktik jual beli *subscriber youtube* tersebut ?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian:
 - a. Untuk mengetahui berlangsungnya praktik jual beli *subscriber youtube* di grup *whatsapp* calon *youtuber* sukses.
 - b. Untuk mengetahui tinjauan fiqh muamalah terhadap jual beli *subscriber youtube* tersebut, mulai dari jenis akad yang digunakan, dan hukum jual belinya.
2. Kegunaan Penelitian:
 - a. Bisa mengetahui bagaimana praktik jual beli *subscriber youtube* yang dilakukan di grup *whatsapp* calon *youtuber* sukses.

- b. Bisa memahai bagaimanakah tinjauan fiqih muamalah terhadap jual beli *subscriber youtube* tersebut.
- c. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan bagi penelitian berikutnya dalam masalah jual beli *subscriber youtube*.
- d. Diharapkan bisa bermanfaat dan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan dari telaah yang telah penulis lakukan terhadap kepustakaan yang ada, maka penulis bisa membandingkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, seperti:

1. Skripsi yang ditulis oleh Mufida Herdani, seorang mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2014 dengan judul “*Jual Beli Follower Sosial Media Twitter dalam Perspektif Hukum Islam*”. Yang mana dihasil penelitiannya dijelaskan bahwa, jual beli *follower* sosial media *twitter* menurut tinjauan hukum islam ini dikategorikan kedalam *bai‘ as-salam*. Karena dalam praktiknya, barang atau penambahan *follower* akan diproses dan ditambahkan ke akun pembeli pada kemudian hari, dan pembayarannya dilakukan diawal. Dan implikasi hukum atas jual beli yang dilakukan ini adalah *fāsid* (rusak), karena masih terdapat unsur ketidakjelasan dan bersifat spekulasi yang berdampak kepada pembeli.
2. Hasil skripsi mahasiswi Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2018 dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam tentang*

Praktik Jual Beli Follower, Like, dan Viewer di Media Sosial Instagram".

Nur Anisa menyimpulkan dalam hasil skripsinya bahwa, jual beli *Follower, Like, dan Viewer* di Media Sosial *Instagram* yang dilakukan itu tidak sah dan termasuk jual beli yang haram untuk dilakukan karena tidak memenuhi salah satu syarat yang ada, yaitu objek jual beli harus milik pribadi dari penjual. Dan jika dilihat dari segi fiqih muamalah yaitu unsur yang mendatangkan manfaat serta menghindarkan madharat. Jual beli yang dilakukan itu tetap ada manfaatnya tapi bersifat fiktif, bahkan bisa mendatangkan madharat karena ada unsur penipuan yang bisa merugikan pembeli.

3. Hasil skripsi mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto atas nama Mustiqoh Septiyani pada tahun 2017 dengan judul "*Tinjauan Hukum Islam terhadap Transaksi Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram*". Dalam skripsi Mustiqoh Septiyani ini menyebutkan bahwa transaksi jual beli yang dilakukan itu sudah memenuhi rukun jual beli seperti adanya 'aqid (penjual dan pembeli), adanya lafadz (*ijab* dan *qobul*) dan adanya *ma'qud 'alaih*. Namun dari segi objek akad dalam jual beli *followers* termasuk jual beli yang tidak sah. Adapun alasan hukumnya bahwa jual beli *followersitu* merupakan jual beli yang dilakukan oleh seorang terhadap benda yang bukan miliknya, maka jual beli itu termasuk jual beli *fudhuli* (jual beli tanpa seizin pemiliknya), maka jual beli itu dianggap batal.

Berdasarkan kajian pustaka yang telah penulis peroleh diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan tersendiri. Persamaannya tersebut terletak pada subjek yang dikaji, yaitu tentang jual beli *online*. Dan untuk perbedaannya terletak pada segi objek penelitian yang diteliti. Penelitian yang penulis angkat ini lebih kepada penggunaan akad dalam transaksi jual beli *subscriber youtube* tersebut, dan hukum jual beli yang telah dilakukan.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami skripsi ini, maka peneliti menyusun sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I (Pendahuluan): Berisi tentang pengantar skripsi ini secara menyeluruh. Yang terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II (Landasan Teori): memuat penjelasan tentang teori-teori yang dimuat dalam penelitian, dan yang bertujuan sebagai landasan dari pembahasan dan penyelesaian masalah yang berhubungan tinjauan fiqh muamalah terhadap jual beli *subscriber youtube*.

BAB III (Metode Penelitian): Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan peneliti dalam sebuah penyusunan skripsi ini yang meliputi: jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV (Hasil Penelitian): Pada bab ini berisi tentang hasil dari penelitian dan analisis hukum yang telah didapat dari penelitian yang sudah dilakukan.

BAB V (Penutup): Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian dan diakhiri dengan saran-saran dari peneliti.