

Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktek Jual Beli Likes Instagram

(Studi Kasus pada Akun Instagram @TokoPrinter_Bandung)

Review of Ethics Business Islamic againts Selling and Buying Likes Instagram (Case Study on the @TokoPrinter_Bandung)

¹Ivan Nuryat ²Ramdan Fawzi, ³Nanik Eprianti

^{1,2,3}*Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung
Jl. Tamansari No.1 Bandung 4011*

Email: ¹Ivanronaldo931@gmail.com, ²randanfawzi@unisba.ac.id,

Abstarct. Transactions Buying and selling are human activities that continue to develop from time to time. Especially with the development of communication and information tools and devices that are so fast. This makes economic activities more varied and more intense. Creativity in developing transaction and product models is increasingly high. The formulation of the problem discussed in this thesis is how the concept of buying and selling is based on Islamic business ethics, how likes and buying practices are carried out by the TokoPrinter_Bandung account, and how Islamic business ethics is reviewed against buying and selling likes made by the TokoPrinter_Bandung account. This research includes the type of field research (Field Research), is a method to find specifically and reality about a phenomenon that occurs in society. In selling Buy likes when someone is aiming to raise personal branding, socialize, even popularizing oneself is a source of origin not contrary to Islamic law, in accordance with the principle of muamalah namely "Basically, all forms of muamalah are permissible unless there is an argument that forbids them". But what happens in selling buying likes is not valid and is a fair sale, because it does not fulfill one of the several conditions in buying and selling, namely the object of buying and selling which must be the full ownership of the seller for the buyer. Likewise, when viewed in terms of the principles of Islamic business ethics, buying and selling is the opposite of one of the principles, namely the principle of honesty wherein the seller buys and there is no openness with the buyer regarding the process of adding such likes.

Keywords : Ethics Business Islamic, Selling and Buying and Likes Instagram

Abstrak. Transaksi Jual beli merupakan kegiatan manusia yang terus mengalami perkembangan dari masa ke masa. Terlebih dengan perkembangan alat dan perangkat komunikasi dan informasi yang sedemikian kencang. Hal ini membuat aktivitas ekonomi semakin variatif dan semakin intens dilakukan. Kreativitas pengembangan model transaksi dan produk semakin tinggi. Rumusan masalah yang dibahas dalam skripsi ini adalah bagaimana konsep jual beli berdasarkan etika bisnis islam, bagaimana praktek jual beli likes yang dilakukan akun TokoPrinter_Bandung tersebut, serta bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap jual beli likes yang dilakukan oleh akun TokoPrinter_Bandung tersebut. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan(field Research), merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realitas tentang suatu fenomena yang terjadi di masyarakat. Dalam jual Beli likes ketika seseorang itu bertujuan untuk menaikkan personal branding, bersosialisasi, bahkan mempopulerkan diri adalah sebuah kebolehan asal tidak bertentangan dengan syariat Islam, sesuai dengan prinsip muamalah yaitu "Pada dasarnya, segala bentuk muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya". Namun yang terjadi dalam Jual beli likes ini tidaklah sah dan merupakan jual beli yang bathil, karena tidak memenuhi salah satu dari beberapa syarat dalam jual beli yaitu tentang objek jual beli yang mana harus merupakan kepemilikan penuh dari penjual untuk pembeli. Begitu juga bila dilihat dari segi prinsip etika bisnis islam-nya jual beli tersebut bertolak-belakang dengan salah satu prinsip yaitu prinsip kejujuran dimana dalam jual beli ini penjual tidak adanya keterbukaan dengan pembeli mengenai proses praktek penambahan like tersebut

Kata kunci : Etika Bisnis Islam, Jual Beli dan Like Instagram.

A. Pendahuluan

Akun tokoprinter_Bandung adalah Akun onlineshop yang melakukan kegiatan jual beli online

dalam produk printer. Akun inipun melakukan jual beli likers instagram untuk mendongkrak penjualannya. Jual beli tersebut berupa akun tokoprinter_bandung membeli jasa

penambah *like* kepada seorang penjual penambah *like* untuk menaikkan jumlah di postingan instagram akun tokoprinter_bandung. Tambahan like tersebut berasal dari akun-akun yang instagram yang aktif yang masih memiliki penggunanya, akan tetapi mereka tidak menyadari bahwa akun mereka sudah memberikan like kepada postingan akun tokoprinter_bandung, karena akun mereka sudah di kontrol oleh suatu sistem penambah like yang dimiliki oleh penjual jasa penambah like. Setelah akun tokoprinter_bandung membeli jasa like kepada seorang penjual jasa penambah like, maka sesudah akun jualbeliprinter_bandung memposting produk mereka berupa sebuah unit Printer maka beberapa saat kemudian mendadak postingan tersebut bertambah like nya sesuai dengan kategori pemesanan akun jualbeliprinter_bandung dalam membeli jasa penambah like untuk meningkatkan daya tarik dan minat pengguna akun sosial media yang lainnya dalam membeli produk yang akun tokoprinter_bandung jual dalam postingan miliknya.

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka dapat dianalisa tujuan dalam melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui konsep jual beli berdasarkan etika bisnis islam.
2. Untuk memahami praktik jual beli likers instagram pada akun tokoprinter_bandung.
3. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis islam terhadap jual beli *likers Instagram* pada akun tokoprinter_bandung.

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan studi kasus sebagai bagian dari penelitian kualitatif, studi kasus berfokus pada spesifikasi kasus dalam kejadian baik itu mencakup individu, kelompok budaya, ataupun potret

kehidupan dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *yuridis empiris*, yaitu pendekatan yang digunakan untuk mengkaji seputar jual beli *likers instagram* menurut tinjauan etika bisnis islam.

B. Landasan Teori

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang boleh punya seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al-Quran dan hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan, termasuk dalam bisnis.

Etika dalam bisnis berfungsi untuk menolong pebisnis memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan moral dalam praktek bisnis yang mereka hadapi. Etika bisnis Islam harus dipahami secara benar sehingga kemungkinan kehancuran bisnis akan kecil dan dengan etika yang benar tidak akan merasa dirugikan dan mungkin masyarakat dapat menerima manfaat yang banyak dari kegiatan jual dan beli yang dilakukan.

Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqh

sering disebut Al-ba'i yang menurut etimologi yaitu menjual atau mengganti. Wahbah Al-Zuhaily mengartikan secara bahasa dengan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Kata Al-ba'i dalam bahasa arab terkadang digunakan untuk lawannya, yaitu kata Al-syira (beli). Dengan demikian, kata Al-ba'i berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.

Menurut ulama sayyid sabiq, definisi jual beli menurut beliau ialah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan. Yang dimaksud harta dalam definisi di atas yaitu segala yang dimiliki dan bermanfaat, maka dikecualikan yang bukan milik dan tidak bermanfaat. Yang dimaksud dengan ganti yaitu agar dapat dibedakan dengan hibah (Pemberian), sedangkan yang dimaksud dengan dapat dibenarkan (ma'dzun fih) agar dapat dibedakan dengan jual beli yang terlarang.

Konsep Likes Instagram

Menurut Wikipedia Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, serta membagikannya ke sejumlah jejaring sosial, termasuk aplikasi Instagram.

Salah satu fitur yang terdapat di instagram adalah fitur *like* yang berbentuk love yang berfungsi untuk menandakan bahwa seseorang atau pemilik akun menyukai suatu postingan di instagram. Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan double tap (mengetuk dua kali) pada postingan foto yang disukai.

Jadi berdasarkan deskripsi di

atas konsep dari likers instagram yaitu berawal dari memilih suatu gambar apapun baik berupa barang atau jasa yang dipilih oleh pemilik akun tersebut yang kemudian nanti pemilik akun tersebut akan memposting atau menampilkan gambar tersebut kemudian nanti gambar tersebut tersebar dengan sendirinya kepada pemilik jejaring sosial lainnya dan kemudian apabila ada salah satu jejaring sosial yang melihat tampilan gambar tersebut lalu menyukainya pemilik akun tersebut bisa menekan tombol berbentuk love yang tersedia dalam tampilan gambar postingan tersebut.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Jual beli likes ini tidaklah sah karena tidak memenuhi salah satu dari beberapa syarat dalam jual beli, yaitu mengenai syarat objek transaksi harus dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya serta tidak menimbulkan kerusakan dan objek jual beli haruslah kepemilikan penuh penjual. Dalam jual beli likes yang dijual merupakan objek barang yang tidak dimiliki secara penuh oleh penjual, karena likes yang dijualnya tersebut bersifat sementara dimana pemilik akun bisa meng-unlikes kapan saja ketika akunnya tersebut telah memberi *likes* kepada orang secara otomatis dan ketika dia (pemilik akun) menyadari telah memberi *likes* orang yang tidak disukai ataupun kurang menarik maka dia bisa meng-unlikesnya. Bila dilihat dari segi kemanfaatannya, jual beli ini tidak mengandung manfaat, sebaliknya yaitu lebih banyak mengandung kemudharatan di dalamnya.

Adapun jenis akad yang digunakan adalah akad jual beli salam. Jual beli salam adalah menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-

cirinya disebutkan dengan jelas dengan pembayaran modal terlebih dahulu, sedangkan barangnya diserahkan dikemudian hari. Dalam jual beli *likes*, pembeli melakukan pemesanan terlebih dahulu kepada penjual, dalam hal ini tidak terjadi tawar-menawar harga karena pada dasarnya penjual telah mencantumkan harga dalam promosinya/ iklannya/ postingannya di instagram, sehingga pembeli yang memesan, secara otomatis ia telah menyepakati harga yang telah ditentukan. Setelah memesan dan melakukan pembayaran, barulah penjual memprosesnya sesuai dengan kategori yang di pesan oleh pembeli.

Melihat fenomena diatas maka jual beli *likes* pada dasarnya lebih banyak mendatangkan kemudharatan dari pada manfaat. Dalam hal ini bukan hanya pembeli yang merasakan kerugian tetapi juga masyarakat umum yang kurang teliti. Karena bisa saja dia tertipu dengan banyaknya jumlah *likes* padahal itu bukanlah dari akun instagram yang sepenuhnya aktif. Hal tersebut dilarang di dalam Islam karena tidak sesuai dengan prinsip dasar muamalah yaitu unsur mendatangkan manfaat serta menghindarkan mudharat. Begitu pula bila dilihat dari segi prinsip etika bisnis islam-nya jual beli tersebut bertolak-belakang dengan salah satu prinsip yaitu prinsip kejujuran. Konsekuensi dari prinsip ini adalah bahwa segala bentuk muamalah yang dapat merusak atau mengganggu kehidupan masyarakat tidak dibenarkan dan juga karena jual beli *likes* ini adalah suatu bentuk penipuan atau ketidak jujuran terhadap masyarakat (pembongkaran publik). Ia menipu dengan menjadikan akun instagramnya seakan-akan banyak penggemar dan banyak yang mengamatinya serta memberikan respon positif terhadap postingan mereka tersebut (*follower* dan *likes*)

padahal pada faktanya tidak seperti itu, Hal ini hanya akan menjadikan jiwa tidak tenang karena kebohongan yang dilakukannya.

D. Kesimpulan

1. Konsep jual beli berdasarkan Etika bisnis Islam harus mempunyai rumusan yang jelas agar dapat diaplikasikan dengan baik, karena sebagaimana kita ketahui mempelajari etika bisnis bukan berarti belajar akan kejujuran, kesopanan, kerajinan dan sebagainya dalam bekerja. Lebih dari sekedar itu, kita perlu memadukan antara nilai agama dan perilaku keberagamaan. Dalam proses jual beli penting sekali adanya etika. Etika jual beli sangat diperlukan bagi siapa saja yang hendak melakukan transaksi jual beli. Dalam hal ini biasanya yang melakukan proses jual beli adalah penjual dan pembeli. Jadi perlu adanya etika bagi para penjual dan pembeli, agar dalam transaksi jual beli dapat terlaksana dengan baik yang sesuai dengan etika dan syara'.
2. Awal mula, TokoPrinter_Bandung tersebut memilih pesanan dalam kategori penjualan jumlah *likes* yang sebelumnya sudah dicantumkan oleh penjual kemudian setelah konsumen tersebut memilih pesanan jumlah *like* yang diinginkan barulah penjual memprosesnya dengan menambah jumlah *like* sesuai dengan kategori yang di pesan oleh konsumen terhadap postingan foto yang berada dalam akun TokoPrinter_Bandung tersebut.
3. Berdasarkan hasil analisis,

maka jual beli likes ini tidaklah sah karena tidak memenuhi salah satu dari beberapa syarat dalam jual beli, yaitu mengenai syarat objek transaksi harus dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya serta tidak menimbulkan kerusakan dan objek jual beli haruslah kepemilikan penuh penjual. Dalam jual beli *likes* yang dijual merupakan objek barang yang tidak dimiliki secara penuh oleh penjual, karena *likes* yang dijualnya tersebut hanya bersifat sementara dimana pemilik akun bisa meng-unlikes kapan saja ketika akunnya tersebut telah memberi *likes* kepada orang secara otomatis dan ketika dia (pemilik akun) menyadari telah memberi *likes* orang yang tidak disukai ataupun kurang menarik maka dia bisa meng-unlikesnya.

Daftar Pustaka

- Abu Ja'far Muhmmad bin Jarir At Tabari, *Tafsir At-Tabari Jami'ul Bayan An Ta'wili ail Quran Jilid X*, Tahqiq Dr. Abdullah bin Abdul Muhsin At-Turki, Kairo:Dar Hijr, 2001, hlm 333.
- Al-Zuhaily Wahbah, (2005) *Al-Fiqh Al-Islami wa Adillatuh* Bandung : PT. Karya Kita.
- Arif Yusuf, *Jual Beli " account game online " dalam Perspektif Hukum Islam.* (studi kasus di Budi Bodong Traitor Purwokerto) (Skripsi – IAIN Purwokerto), 2018.
- Dany Hidayat, "Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat", *JurnalJESTT*, Vol. 2, No. 11, November 2015, hlm. 914.
- Depatemen Agama RI, *Q.s Al- Baqarah ayat 275 (Al-Qur'an dan Terjemahannya)*, CV. Penerbit Diponegoro, Bandung, 2000, hlm., 48.
- Depatemen Agama RI, *Q.s An-Nisa ayat 29 (Al-Qur'an dan Terjemahannya)*, CV. Penerbit Diponegoro, Bandung, 2000, hlm., 84.
- Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil". *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 6 (1), 2014, hlm 135.
- Ghufron A. Mas'adi, (2002), *fiqh muamalah konstektual*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Hendra Kusuma, *Jual Beli Chip Poker Secara Online Perspektif Konsep Jual Beli Madzhab Syafi'i.* (Skripsi – UIN Maulana Malik Ibrahim), 2018.
- Husaini usman dkk, (2008), *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT.Bumi Askara.
- Imam Gunawan, (2014), *Metode penelitian kualitatif: Teori dan Praktik*, Jakarta: PT Bumi Askara.
- Imam Mustofa, (2016), *Fiqh Muamalah Kontemporer* Jakarta : Rajawali
- John W. Creswell, (2016) *Research design*, Pustaka Pelajar yogyakarta.
- Mardani, (2012), *Fikih Ekonomi Syari'ah Fikih Muamalah* Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Penebar Plus, Jakarta: 2012, hlm. 30.
- Nasrun Haroen, *fiqh muamalah*, (Jakarta : Gaya Media Pratama: 2007), hlm 9.
- Rachmat Syafei, (1999), *Ilmu Usul Fiqh*, Bandung : Pustaka Setia.

Hlm 283.

Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*,
Pustaka Setia, Bandung, 2001,
hlm. 76.

Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah XII*,
Terjemahan Kamaluddin A.
Marzuki, hlm.45.