

BAB IV
TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP
JUAL BELI *FOLLOWER TWITTER*

A. Analisis Praktik Jual Beli Follower *Twitter*

Twitter adalah sebuah situs *web* yang dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter Inc., yang menawarkan jejaring sosial berupa *microblog* sehingga memungkinkan penggunaanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (*tweets*). Seiring berkembangnya situs jejaring sosial *Twitter*, menjadikan *Twitter* tidak hanya sebagai media untuk berinteraksi saja, atau untuk mencari teman, namun *Twitter* bisa dijadikan sarana untuk mempromosikan produk dan bahkan untuk mempromosikan diri atau untuk tujuan popularitas. *Follower* atau pengikut dalam bahasa sederhananya adalah *fans* (penggemar), semakin banyak *follower* berarti semakin terkenal orang yang menggunakan akun itu. Hal tersebut yang memberikan peluang bagi sebagian orang untuk menjual *follower*.

Untuk mendapatkan *follower* secara gratisan sebenarnya dapat dilakukan sendiri hanya saja memerlukan waktu yang cukup lama. Pada kondisi biasa akun *Twitter* mendapat *follower* dengan cara manual, meng*follow* akun lain dan meminta untuk *followback*. Terdapat juga alamat

seperti *twiends.com*, *newfollow.info*, *followback.info*, *hitfollow.info* dan lain-lain.

Follower Twitter pun memiliki karakteristik, karakteristik dari *follower* tersebut terbagi dalam 2 hal yaitu *real human follower* dan *real looking follower*. *Real human follower* adalah *follower* yang dimiliki oleh seseorang dan melakukan aktivitas sedangkan *real looking follower* adalah *follower* pasif.¹ Untuk membedakan pada tampilan luarnya maka, *real looking follower* dapat diidentifikasi dari berbagai ciri diantaranya:

1. Pada tampilan luar rata-rata *bot follower* adalah *follower* luar negeri. Terdapat pula *follower* dalam negeri namun prosesnya *real human follower* tersebut dijadikan *bot follower*.
2. *Bot follower* memiliki nama-nama aneh seperti agustyawan 1, agustyawan 2, agustyawan 3 yang biasanya nama-nama ini berderet (tidak terpisah).
3. *Follower bot* tidak memiliki *photo profile* atau biasa disebut dengan *avatar*. *Follower* tersebut *avatarnya* adalah gambar telur yang merupakan bawaan asli dari *Twitter*. Jika *follower* tersebut memiliki *avatar* maka *avatar* tersebut dalam satu jenis seperti wanita semua.
4. Pada *timeline* akun tersebut hanya tampil 1-3 kali *tweet* bahkan ada yang tidak melakukan *tweet* sama sekali.

¹ Iman Fauzi Setyawan, *Wawancara, Yahoo Messenger*, 10 Desember 2012

5. Jika dibuka *profile followers*-nya (seperti pada *Uber Social*), akan ada info tanggal pembuatan akun tersebut, dan semua akun di atas dibuat pada tanggal yang sama.
6. *Followers* model ini selalu berturut-turut, selalu tak terpisahkan satu sama lain.
7. Biasanya setiap pertengahan tahun, akun ber-*followers bot* banyak di-*unfollow followersnya*.²

Dua karakteristik *follower* Twitter diatas masing-masing mempunyai cara tersendiri dalam sistem penjualannya. Pada *real human follower* pihak penjual akan meminta pembeli memberikan akun dan *passwordnya* sehingga akun tersebut dalam kekuasaan penjual. Sedangkan pada *bot follower*, pihak penjual tidak meminta akun dan *password* pembeli. Namun hanya meminta nama akunnya saja.

Transaksi ini pada dasarnya sama saja dengan transaksi pada umumnya terdapat penjual, pembeli, barang yang diperjualbelikan dan alat penukar. Dalam jual beli ini pun terdapat beberapa kasus yang ditemukan bahwa ada penjual yang mengelabui pembeli dengan mencampur antara yang *real human* dengan *real looking*, padahal sebenarnya pembeli menginginkan yang *real human* saja.

² *Ibid.*

Dalam proses penyerahan barang dalam jual beli ini dengan bertemu secara langsung atau tidak langsung yaitu dengan menghubungi nomor telepon yang tersedia pada iklan-iklan di internet. Sedangkan pada transaksi pembayarannya dapat dilakukan dengan tunai atau dengan mentransfer sejumlah uang ke rekening penjual.

B. Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Follower Twitter*

Jual beli merupakan bagian dari *ta'āwun*. Bagi pembeli menolong penjual yang membutuhkan uang (keuntungan), sedangkan bagi penjual juga berarti menolong pembeli yang sedang membutuhkan barang. Karenanya, jual beli merupakan perbuatan yang mulia dan pelakunya mendapat keridaan Allah swt. Bahkan Rasulullah menegaskan bahwa penjual yang jujur dan benar kelak di akhirat akan ditempatkan bersama para nabi, *syuhadā'*, dan orang-orang soleh.

Dalam persoalan muamalah Islam lebih banyak memberikan pola-pola dan kaidah-kaidah umum dibandingkan memberikan jenis dan bentuk muamalah secara terperinci. Asas muamalah adalah boleh selama tidak ada dalil yang melarangnya, atas dasar ini jenis dan bentuk muamalah yang kreasi dan perkembangannya diserahkan sepenuhnya kepada para ahli di bidang tersebut. Dalam persoalan-persoalan muamalah yang dipentingkan adalah substansi makna yang terkandung dalam bentuk muamalah serta sasaran yang akan dicapainya. Jika muamalah yang dilakukan dan dikembangkan

sesuai dengan substansi makna yang dikehendaki oleh *syara'*, dan bertujuan untuk kemaslahatan manusia dan meninggalkan kemudharatan dari mereka, maka jenis muamalah ini dapat diterima.³ Ulama sepakat bahwa hukum jual beli adalah boleh. Transaksi dapat dinilai sah apabila telah sesuai dengan syarat dan rukunnya, jumhur ulama' menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat, yaitu:

- a. *Al-muta'āqidaini* yaitu penjual dan pembeli
- b. *Ṣighat al'aqd* yaitu lafal *ijāb qabūl*
- c. *Al-ma'qūd* atau barang yang dibeli.
- d. Ada nilai tukar pengganti barang.

Adapun Syarat-syarat dari rukun-rukun diatas adalah:

- a. *Al-muta'āqidaini* haruslah cakap dalam bertindak terhadap harta dan berbuat kebajikan, Sempurna akal nya dan *mumayyiz*.⁴
- b. *Ṣighat al'aqd* harus jelas, adanya persesuaian kehendak sehingga terwujud kata sepakat, terdapat kerelaan dilaksanakan dalam satu majelis.⁵
- c. Syarat barang yang diperjualbelikan adalah suci barangnya, bermanfaat, milik orang yang melakukan akad, dapat diserahkan, mengetahui dan ada di tangan.⁶

³ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012), 6

⁴ Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), 196

⁵ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, 127

⁶ M Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, 123-124

d. Nilai tukar saat ini lebih lazim dikenal dengan uang.⁷

Jual beli *follower Twitter* sama halnya dengan jual beli yang ada dalam dunia maya lainnya, yaitu jual beli yang terdapat penjual, pembeli, barang yang dijual, nilai pengganti dan akad sebagai bentuk kesepakatan pihak yang melakukan transaksi.

Dalam proses penyerahan barang dan pembayarannya terdapat dua cara yaitu :

- a. Bertemu langsung atau bertatap muka antara pihak satu dengan pihak lainnya. Hal tersebut digunakan karena terdapat kekhawatiran jika terjadi penipuan kedepannya baik dari penjual maupun pembeli.
- b. Dengan tidak bertemu langsung. Pihak pembeli akan menghubungi penjual sesuai dengan nomor yang dapat dihubungi yang tertera pada iklan, setelah terjadi kesepakatan harga, pembeli cukup percaya sepenuhnya kepada penjual tanpa harus bertemu langsung. Hal seperti ini rentan dengan penipuan baik dari penjual maupun pembeli.

Berbagai aspek transaksi yang tergolong dalam berbagai proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat ketika perdagangan secara *face to face* mulai digantikan dengan perdagangan *online*. Orang yang bertemu dengan menggunakan media *online* atau cukup dengan menghubungi nomor telepon yang disediakan dalam iklan, jika terjadi kesepakatan yang

⁷ *Ibid.*, 124

menjadi landasan dalam mencapai kesepakatan adalah saling percaya antara kedua belah pihak, sedangkan dari masing-masing pihak tidak bertemu langsung. Pada kenyataannya cara ke dua yang lebih banyak dipilih karena dinilai lebih efisien, tanpa bertemu langsung.

Ijāb adalah suatu pernyataan kehendak yang pertama muncul dari suatu pihak untuk melahirkan suatu tindakan hukum, yang dengan pernyataan kehendak tersebut ia menawarkan penciptaan tindakan hukum yang dimaksud dimana bila penawaran itu diterima oleh pihak lain. Sedangkan *qabūl* adalah pernyataan kehendak yang menyetujui *ijāb* dan yang dengannya tercipta suatu akad. Dalam al-Qur'an dijelaskan:

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 di antara kamu.* (QS. Annisa': 29).⁸

Berdasarkan ayat tersebut ditekankan adanya saling kerelaan antara pihak-pihak yang bertransaksi, tanpa adanya tekanan atau paksaan. Dalam hal ini metode *istinbāṭ* hukum yang digunakan adalah *maṣlahah mursalah* yaitu mencari kemaslahatan yang tidak terdapat dalam al-Quran dan hadis,

⁸ *Ibid.*, 122.

bahwa terciptanya akad dalam jual beli dengan media *online*, khususnya jual beli *follower Twitter* adalah boleh dengan pertimbangan kemaslahatan dan kepentingan umum, bahwa cara ini sekarang sudah lazim digunakan masyarakat pada saat ini.

Bila dilihat dari sistem jual beli pada *follower Twitter* maka jual beli ini termasuk dalam jual beli *salam* dalam konteks muamalah. Definisi *salam* dalam terminologi *syara'* adalah akad yang terjadi pada sesuatu barang yang telah disebutkan akan sifatnya dalam tanggungan dalam suatu tempo, dan telah ditentukan harga yang disepakati pada saat terjadi kesepakatan transaksi di majlis akad.⁹

Dalam transaksi menggunakan media internet terdapat juga beberapa potensi pelanggaran terhadap prinsip-prinsip muamalah, tidak terkecuali pada jual beli *follower Twitter* seperti telah dijelaskan pada bab III, maka perlu adanya ketelitian pihak-pihak tertentu sebelum melakukan transaksi, agar tidak terjadi kerugian-kerugian di kemudian hari.

Bot follower yang dibuat dengan menggunakan *tool* adalah *follower* tiruan yang diinjeksi ke akun seseorang. Jika *bot follower* tersebut diketahui oleh pihak *Twitter* maka dapat dihapus. Hal tersebut sepenuhnya diketahui oleh penjual namun dari penjual tidak memberitahukan perihal barang ini kepada pembeli. Penjual hanya menyampaikan bahwa *bot follower* tersebut

⁹ Abdullah bin Muhammad Ath-Thayyar, *Ensiklopedi Muamalah*, (Yogyakarta: Maktabah al Hanif, 2009), 137

akan mengalami penyusutan, namun dari pihak penjual tidak dapat mengetahui sampai kapan *bot follower* tersebut bisa bertahan. Pada *bot follower* ini juga penjual tidak sepenuhnya memberikan hak milik barang kepada pembeli. *Bot follower* tersebut masih dalam kekuasaan penjual karena untuk menjaga tidak terhapus oleh *Twitter* dibutuhkan *tool* berbayar seperti *proxy*. Sebenarnya pembeli harus memiliki *tool* tersebut, dikarenakan harganya cukup mahal, pembeli memberikan kuasa terhadap penjual dalam mengelolanya, sedangkan pembeli cukup mendapatkan manfaat pada tampilan luar akun *Twitter*.

Pada bab II telah dijelaskan bahwa seorang penjual harus mempunyai kuasa terhadap barang yang dijual, tidak boleh memperjualbelikan barang yang bukan haknya atau barang yang tidak dikuasai atau tidak dapat diserahterimkannya, barang tersebut haruslah bermanfaat, suci dan diketahui.

Dalam kesepakatan jual beli lahir kewajiban-kewajiban di mana si penjual dan si pembeli selaku pihak-pihak yang terlibat harus memenuhinya. Jika salah satu pihak tidak mau menunaikan kewajibannya, maka ia dianggap melakukan wanprestasi dan berpotensi membatalkan jual beli. Dengan sendirinya para pihak tidak saja hanya menuntut apa yang menjadi haknya, namun sebelumnya juga harus menunaikan kewajibannya sesuai kelaziman atau yang diperjanjikan. Hak dan kewajiban harus seimbang dan proporsional

sehingga terciptalah keadilan yang diharapkan. Kewajiban bagi penjual diantaranya adalah menyerahkan hak milik atas barang yang diperjualbelikan. Kewajiban menyerahkan hak milik meliputi segala perbuatan yang menurut hukum diperlukan untuk mengalihkan hak milik atas barang yang diperjualbelikan itu dari penjual kepada pembeli.

Kewajiban lainnya adalah menanggung kenikmatan atas barang tersebut dan menanggung terhadap cacat-cacat yang tersembunyi. Kewajiban ini merupakan konsensus dari jaminan yang oleh penjual diberikan kepada pembeli bahwa barang yang dijual dan *deliver* itu sungguh-sungguh miliknya sendiri yang bebas dari sesuatu beban atau tuntutan dari sesuatu pihak.¹⁰

Pada bab III dijelaskan latar belakang pembelian *follower Twitter* yaitu untuk keperluan bisnis dan untuk popularitas. *Bot follower* adalah *follower* pasif yang tidak melakukan kegiatan apapun, manfaat dari *follower* ini adalah untuk menarik pengguna *Twitter* yaitu *real human follower* untuk mengikutinya dengan menunjukkan jumlah *follower* yang banyak. Namun dampak negatif dari *follower* ini khususnya bagi bisnis adalah tidak tercapainya tujuan bisnis karena *follower* tersebut tidak dapat diajak berinteraksi dan jika diketahui oleh masyarakat maka dapat menurunkan reputasi perusahaan atau perorangan yang memanfaatkan *bot follower* ini.

¹⁰ Mukhamad Djakfar, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syari'ah*, (Malang: UIN Malang Press, 2009), 184

Dampak lainnya bagi masyarakat yang tidak teliti akan tertipu dengan banyaknya jumlah *follower* pada akun *Twitter* seseorang.

Bot follower dibagi menjadi dua yaitu *bot follower* yang dibuat banyak menggunakan *tool* dan *real human follower* yang sengaja dikonversi menjadi *bot follower*. Pada *bot follower* yang ke dua ini biasanya dilakukan oleh pebisnis yang membutuhkan kemudahan dengan melakukan perintah otomatis sesuai dengan pengaturannya. Perintah-perintah otomatis seperti mengirim *direct message*, *retweet* dan *mentions*. Pembeli khususnya pebisnis *online* yang menggunakan *Twitter* ini mencampur antara *real human follower* dan *bot follower*, setelah *real human follower* sudah banyak, mereka merubah akunnya menjadi *bot follower*. Dengan dirubahnya akun tersebut, maka sistem pada akun yang mengikutinya akan mengalami gangguan, artinya sistem tidak berjalan sebagaimana mestinya.

Dianalisa dari sudut pandang obyek yang diperjualbelikan bahwa *bot follower Twitter* lebih banyak mendatangkan *maḍārat* dari pada *maṣlahat*. *Maṣlahat* dalam konteks muamalah yang dilakukan seseorang adalah bermanfaat bagi pihak-pihak yang melakukan transaksi dan juga harus dirasakan oleh masyarakat. Prinsip *maṣlahat* merupakan hal yang paling esensial dalam bermuamalah. Muamalah yang memungkinkan keuntungan yang bersifat sementara, tetapi pada akhirnya akan mendatangkan kerugian bagi semua pihak hendaklah ditinggalkan.

Dengan demikian bahwa jual beli *bot follower Twitter* ini memberikan lebih banyak dampak negatif dari pada dampak positifnya. Dalam kaidah fiqh disebutkan:

جَلْبُ الْمَصَالِحِ لِيُذْفَعَ مَفَاسِدُ

Artinya : “*menarik kemaslahatan dan menolak mafsadat.*”¹¹

Dari analisa di atas secara rukun, syarat, cara penyerahan barang dan cara pembayaran sudah sesuai dengan hukum Islam. Akan tetapi jika melihat dampak yang diakibatkan oleh jual beli *bot follower Twitter* adalah tidak sesuai dengan asas muamalah yang mengedepankan prinsip kemaslahatan.

¹¹ Rahmat Syafei, *Ilmu Usul Fiqih* (Bandung: Pustaka Setia, 2010), 272