

Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penggunaan *Social Media Marketing Panel* Pada Akun Instagram *Invitasee*

Muhammad Luthfi Anshoruddin

Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung

E-mail: luthfiufi0@gmail.com

Abstract

*The study aims to determine the mechanism of the use SMM Panel by *Invitasee* and legal review of economic sharia him. This research method using qualitative descriptive analysis which the authors seek a fact which happened with the proper interpretation such as the problems that occur in business activities, as well as the procedures that apply in the business by the account instagram *Invitasee* include parties to a transaction, products and services, marketing and sales. The authors collect data by conducting interviews to businesses, buyers, as well as the general public. The results of this study concluded that the use of social media marketing panel on the account instagram *Invitasee* contains elements of engineering that deceive consumers and belong to in the practice of *bai' najasy*. In doing business, businesses are required to be honest and open and not trick the consumer.*

Keywords: *Sharia Business Ethic, Online Transaction, Marketing*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme penggunaan SMM Panel oleh *Invitasee* dan tinjauan hukum ekonomi syariah terhadapnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif analitis yaitu penulis mencari suatu fakta yang terjadi dengan interpretasi yang tepat seperti masalah-masalah yang terjadi dalam kegiatan bisnis, serta tata cara yang berlaku dalam bisnis oleh akun instagram *Invitasee* meliputi pihak yang bertransaksi, produk dan jasa, pemasaran dan penjualan. Penulis mengumpulkan data dengan melakukan wawancara kepada pelaku usaha, pembeli, serta masyarakat umum. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan *social media marketing panel* pada akun instagram *Invitasee* mengandung unsur rekayasa yang menipu konsumen dan tergolong ke dalam praktik *bai' najasy*. Dalam melakukan bisnis, pelaku usaha wajib jujur dan terbuka serta tidak mengelabui konsumen.

Kata Kunci : *Etika Bisnis Syariah, Jual Beli Online, Marketing*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman seiring dengan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin modern, berpengaruh terhadap perubahan kebiasaan masyarakat hampir di semua aspek kehidupan saat ini. Salah satunya, internet tidak hanya digunakan untuk saling bertukar informasi, namun juga digunakan sebagai media untuk berbisnis atau sering dikenal dengan istilah bisnis *online*. Penelitian yang dilakukan Marketeers, salah satu media marketing Indonesia menyebutkan bahwa Instagram sangat diminati oleh para pelaku bisnis *online* di Indonesia. Tercatat 87% responden pelaku bisnis *online* setuju bahwa penjualan mereka meningkat tajam berkat Instagram.

Hal ini dikarenakan Instagram sangat memperhatikan kelangsungan penggunaannya yang merupakan pelaku bisnis *online*. Diantaranya yaitu terdapat fitur-fitur yang dirancang untuk membuat interaksi pebisnis *online* dengan konsumen menjadi lebih mudah, aman, nyaman dan menarik sehingga hubungan antara pelaku bisnis *online* dengan konsumen menjadi lebih bermakna. Selain itu, Instagram memberikan kesempatan kepada pelaku bisnis *online* agar dapat menjangkau konsumen potensial baik di daerah tempat pelaku bisnis *online* berada maupun konsumen dalam cakupan nasional bahkan internasional.¹

Konsekuensinya banyak pelaku bisnis *online* mengambil bidang usaha yang sama, sehingga menimbulkan persaingan diantara pelaku usaha. Tidak hanya demikian, konsumen pun menjadi lebih selektif dalam menentukan pembelian. Sehingga beragam upaya dilakukan agar toko *online* mendapatkan banyak penjualan. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan *Social Media Marketing Panel* atau yang lebih dikenal dengan SMM Panel. SMM Panel merupakan layanan untuk mengoptimalkan pemasaran toko *online* yang berada di media sosial. Layanan ini menyediakan berbagai kebutuhan bagi para pelaku bisnis *online* meliputi *follower, likes, views, share, save, dan subscribers* pada akun media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter dan Youtube.² Cara tersebut juga digunakan oleh Invitasee dan terbukti efektif dalam menaikkan jumlah penjualan.

Penggunaan SMM Panel mengandung polemik, dikarenakan jumlah *follower, like, view* atau *comment* didapat dari hasil membeli, bukan secara organik. Praktik seperti demikian merupakan hal yang baru dan belum banyak penelitian yang membahasnya. Melihat kepada praktik yang dilakukan, tampak pelaku bisnis *online* tersebut membuat suatu kondisi tertentu agar calon pembeli menjadi tertarik. Padahal pada kenyataannya, kondisi tersebut terkesan dibuat-buat dan telah diatur sebelumnya dengan tujuan memperoleh banyak pembeli. Maka dari itu, penulis bermaksud mengkaji dan melakukan penelitian terhadap penggunaan *social media marketing panel* yang dilakukan oleh akun Instagram Invitasee.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Penggunaan SMM Panel

Mekanisme penggunaan SMM Panel oleh akun Instagram Invitasee melalui tiga tahapan, yaitu : item dan penggunaan SMM Panel untuk promosi. Dalam tahap persiapan awal, Invitasee menganalisa kebutuhan konten mana yang akan di-*boost* serta apakah konten itu membutuhkan

¹ <https://marketeers.com/instagram-makin-populer-di-kalangan-umkm/> (diakses pada 25 Januari 2021 pada pukul 17.10 WIB)

² <https://cariduit.net/blog/apa-itu-smm-panel-indonesia/> (diakses pada 26 Januari 2021 pada pukul 06.55 WIB)

follower, like, view atau *comment*. Setelah melalui tahap persiapan awal, langkah selanjutnya yaitu pemesanan item yang dilakukan dengan cara mencari penyedia jasa layanan SMM Panel terlebih dahulu, setelah mendapatkan penyedia jasa, dalam hal ini adalah SMM Bos, Invitasee melakukan pendaftaran dan membayar sejumlah uang sebagai deposit. Berdasarkan hasil analisa pada tahap awal, Invitasee melakukan pemesanan *follower, like, view* dan *comment* sesuai jumlah yang dibutuhkan dan ditujukan kepada tautan konten yang dimaksud. Setelah itu, menunggu proses 1x24 jam dan pesanan sudah diselesaikan. Langkah terakhir adalah penggunaan SMM Panel untuk promosi. Pada tahap ini, konten yang telah dioptimasi dengan SMM Panel siap untuk dipromosikan dengan harapan dapat menarik minat banyak pembeli. Hasil dari penggunaan SMM Panel tersebut cukup signifikan, banyak diantara pengguna jasa adalah para klien baru. Ketika banyak klien yang menjadi pengguna jasanya, kondisi ini menjadi kesempatan bagi Invitasee untuk menaikkan harga demi mendapatkan lebih banyak keuntungan.

Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penggunaan SMM Panel oleh Akun Instagram Invitasee

Hukum ekonomi syariah merupakan suatu ilmu yang mempelajari tentang cara-cara manusia dalam mencapai kesejahteraan dan mendistribusikan ekonomi berdasar kepada hukum Islam. Kesejahteraan yang dimaksud didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memiliki nilai dan harga, meliputi harta kekayaan dan jasa yang diproduksi dan dialihkan, baik dalam bentuk menjual atau membeli oleh para pelaku usaha, maupun dalam bentuk transaksi atau kegiatan usaha lainnya dan dilaksanakan menurut prinsip-prinsip yang sesuai dengan tuntunan agama Islam.³ Ekonomi syariah dibangun atas prinsip dasar lima nilai universal, yakni:⁴

1. Tauhid (keimanan), bahwa segala perbuatan dalam bisnis akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT;
2. Adil (keadilan), tidak menzalimi orang lain dalam rangka mendapatkan keuntungan;
3. Nubuwwah (kenabian), meneladani sifat-sifat Rasul yaitu jujur, bertanggung jawab, bijaksana dan komunikatif;
4. Khilafah (pemerintah), wakil Tuhan dalam rangka menjaga kegiatan bisnis agar sesuai dengan syariat; dan
5. Ma'ad (hasil), bahwa hasil yang didapat bukan materi dunia semata, melainkan pahala yang akan dituai di akhirat.

Dari lima nilai universal tersebut, dibangun tiga prinsip derivatif yang mencirikan ekonomi syariah. Ketiga prinsip tersebut diantaranya *multiple ownership, freedom to act*, dan *social justice*⁵. Atas prinsip lima nilai universal beserta tiga prinsip derivatif tersebut, akhlak menempati posisi puncak sebagai *output* dari tindak-tanduk kegiatan manusia, sebagaimana tujuan utama Nabi Muhammad SAW diutus yaitu menyempurnakan akhlak manusia. Maka dari itu, akhlak senantiasa diterapkan

³ Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Grafika, 2008) hal. 3.

⁴ Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 17

⁵ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara dan Pasar*, Cet. Ke-3; (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014) hal. 25.

pada setiap sendi kehidupan manusia, termasuk dalam kegiatan bisnis ekonomi syariah.⁶

Analisis Pemesanan Item SMM Panel

Transaksi pemesanan *item* SMM Panel dilakukan antara Invitasee sebagai pengguna dan SMM Bos sebagai penyedia jasa. Invitasee membayar sejumlah uang sebagai biaya jasa atau upah untuk SMM Bos. Dalam ekonomi syariah, praktik transaksi ini sesuai dengan konsep *ijarah' ala al-a'mal* yaitu menjadikan jasa dari seseorang sebagai objek akad *ijarah (ma'qud 'alaih)*. Transaksi *ijarah* dapat dinyatakan sah apabila terpenuhi syarat dan rukunnya. Dalam praktiknya, Invitasee berperan sebagai *musta'jir* dan SMM Bos sebagai *'ajir*. Jasa yang diberikan SMM Bos merupakan *ma'qud alaih* dan bukan merupakan pekerjaan yang diharamkan. Biaya yang terpotong dari saldo deposit merupakan upah (*ujrah*) bagi SMM Bos berupa uang. Sedangkan konfirmasi pemesanan sebagai *shigat*/pernyataan akad yang memuat jumlah pesanan, estimasi pengerjaan, serta biaya yang harus dibayarkan. *Shigat* dapat diungkapkan melalui perantara elektronik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Analisis penulis tentang *shigat* berdasar kepada fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia nomor 112 tahun 2017 tentang Akad *Ijarah* yang berbunyi: “Akad *Ijarah* boleh dilakukan secara lisan, tertulis, isyarat, dan perbuatan/tindakan, serta dapat dilakukan secara elektronik sesuai dengan syariat dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.” Selain itu, pasal 302 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah berbunyi: “Akad *ijarah* dapat dilakukan dengan tatap muka maupun jarak jauh.”⁷ Adapun fatwa internasional menegenai hal tersebut sebagaimana diputuskan oleh Majma' Al Fiqh Al Islami (Divisi Fiqih OKI) keputusan nomor 52 (3/6) tahun 1990, yang berbunyi :

“Apabila akad terjadi antara dua orang yang berjauhan tidak berada dalam satu majlis dan pelaku transaksi, satu dengan lainnya tidak saling melihat, tidak saling mendengar rekan transaksinya, dan media antara mereka adalah tulisan atau surat atau orang suruhan, hal ini dapat diterapkan pada faksimili, teleks, dan layar komputer (internet). Maka akad berlangsung dengan sampainya *ijab* dan *qabul* kepada masing-masing pihak yang bertransaksi. Bila transaksi berlangsung dalam satu waktu sedangkan kedua belah pihak berada di tempat yang berjauhan, hal ini dapat diterapkan pada transaksi melalui telepon ataupun telepon seluler, maka *ijab* dan *qabul* yang terjadi adalah langsung seolah-olah keduanya berada dalam satu tempat.”⁸

Berdasarkan beberapa fatwa tersebut, penulis menyatakan bahwa praktik pemesanan *item* SMM Panel oleh Invitasee kepada SMM Bos adalah sah berdasarkan syariat dan peraturan yang berlaku. Praktik tersebut telah memenuhi rukun dan syarat yang ditentukan. Apabila ditinjau dari prinsip-prinsip ekonomi syariah, transaksi tersebut dilakukan secara terbuka, komunikatif, tidak ada perilaku zalim, dan sesuai dengan tuntunan syariat sebagaimana terpenuhinya akad dan syarat pada bahasan di atas.

Analisis Promosi Menggunakan SMM Panel

Apabila ditinjau dari *business process* yang dijalankan, Invitasee bertindak sebagai penyedia jasa, sedangkan kliennya bertindak sebagai pengguna jasa. Dalam ekonomi syariah, praktik

⁶ Akhmad Mujahidin, loc.cit.

⁷ _____, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Dirjen Badilag Mahkamah Agung Republik Indonesia, 2011), hal. 81.

⁸ Munir Salim, “Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam”. *Addaulah* Vol. 6 No. 2, Desember 2017, hal. 378.

transaksi ini sesuai dengan konsep *ijarah' ala al-a'mal* yaitu menjadikan jasa dari seseorang sebagai objek akad ijarah (*ma'qud 'alaih*).⁹ Maka apabila ditinjau dari rukun dan syarat akad ijarah, Invitasee sebagai *'ajir* dan pengguna jasa sebagai *musta'jir* yang keduanya telah cakap hukum. Keduanya bertransaksi atas jasa/pekerjaan sebagai *ma'qud alaih* dengan jumlah bayaran tertentu sebagai upah (*ujrah*). Akad dilakukan dengan pernyataan persetujuan antara Invitasee dan klien (*shigat*) baik secara langsung maupun melalui perantara perangkat elektronik. Ketentuan mengenai keabsahan *shigat* melalui perantara perangkat elektronik adalah sah sebagaimana yang telah dipaparkan di atas.

Sedangkan apabila ditinjau dari prinsip-prinsip serta etika bisnis dalam ekonomi syariah, Invitasee telah berbuat zalim baik kepada audiens maupun kliennya dengan perincian sebagai berikut:

1. Melakukan rekayasa; rekayasa yang dilakukan meliputi manipulasi jumlah *follower, like, view* dan *comment* pada akun instagramnya. Hal ini merupakan perbuatan tidak jujur dan menipu.
2. melakukan *bai' najasy*; jual beli *najasy* merupakan suatu akad jual beli yang dilakukan seseorang/pihak untuk memberikan harga yang lebih pada barang dagangan/produk dan dirinya tidak bermaksud untuk membeli barang dagangan/produk tersebut, melainkan dia hanya ingin memberikan manfaat kepada penjual agar ada pembeli yang melebihi harga darinya dan merugikan pihak pembeli.¹⁰

Dalam konteks kontemporer, *bai' najasy* merupakan salah satu bentuk rekayasa atau manipulasi pasar dalam *demand* atau permintaan atas suatu produk atau jasa. Pihak produsen akan menaikkan permintaan produk dengan meleakakan rekayasa permintaan palsu yang kemudian akan menyebabkan peristiwa kenaikan harga pada produk atau jasa tersebut. Dewasa ini, hal tersebut dilakukan dengan cara yang beragam, baik dengan cara melakukan pesanan palsu, menyebar isu, hingga meminta kerabat atau teman melakukan penyanjungan maupun pembelian pancingan.¹¹

Termasuk bentuk praktik *bai' najasy* pada era kontemporer lainnya yakni iklan/promosi dengan menggunakan media audio visual maupun media cetak secara berlebihan, padahal isi iklan/promosi tersebut tidak sesuai dengan realita yang sesungguhnya. Selain itu, meninggikan harga barang untuk memberikan kesan "eksklusif" agar audiens/calon pembeli berkeinginan membeli barang. Maka diantara praktik jual beli *najasy* yang terlarang dewasa ini adalah jual beli *follower*, jual beli poin, jual beli reputasi, demi mendongkrak penjualan.¹² Adapun hukum mengenai praktik *bai' najasy* dapat diketahui dengan perincian sebagai berikut.

Mengenai keabsahan akad praktik *bai' najasy* para ulama mengemukakan pendapat yang berbeda. Menurut sebagian ulama, termasuk Imam Syafi'i berpendapat bahwa jual belinya tetap sah. Sedangkan menurut sebagian lainnya, termasuk aliran rasionalis yang dianut oleh Abu Bakar bahwa jual beli tersebut batil. Sesuai dengan perkaatan Imam Malik bahwa larangan itu menunjukkan arti rusak.¹³ Sedangkan menurut pengarang kitab Al-Mughni mengatakan bahwa,

⁹ Firman Setiawan, *loc. cit*,

¹⁰ Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid. terj. Abu Usamah Fakhur Rokhman*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), hal. 45.

¹¹<https://www.ibec-febui.com/bai-najasy-fake-demand-dalam-kasus-kotemporer/> diakses pada 28 Agustus 2021 pukul 21.13 WIB

¹² Nahdiah dan Syarif Hidayatullah, "*Analisis Bai' Gharar Terhadap Jual Beli Follower di Instagram*", al-Mizan, Vol.3 No. 2, Agustus 2019. Hal. 226.

¹³ Muhammad Syarifuddin Khathab dkk., *Terjemah Al-Mughni Jilid 5*, (Jakarta: Pustaka Azzam, ___), hal.736.

larangan mengenai *bai' najasy* kembali kepada *najasy* bukan kepada pihak yang melakukan akad (transaksi), sehingga mempengaruhi di dalam jual beli. Larangan tersebut berkenaan dengan hak anak adam, sehingga tidak merusak kepada keabsahan akadnya.¹⁴

Adapun mengenai hukum pelaku *bai' najasy* terutama bagi penjual dan pihak yang bersekongkol dengannya, Imam Ar-Rafii menyatakan bahwa kebohongan dan praktik rekayasa dalam *bai' najasy* tersebut merupakan dasar ditetapkannya pelaku sebagai orang yang telah berbuat maksiat, terutama jika pelaku tersebut mengetahui bahwa praktik yang dilakukannya adalah terlarang namun tetap melakukannya.¹⁵ Namun apabila perbuatan tersebut dilakukan, sedangkan pelaku tidak mengetahui hukumnya dalam syara, maka berangkat dari pendapat Imam Ar-Rafii di atas, pelaku tersebut tidak dihukumi maksiat disebabkan unsur kebodohnya.¹⁶

Berangkat dari uraian dan pendapat para ulama di atas, penulis berpendapat bahwa transaksi yang dilakukan *Invitasee* dengan pembeli/pengguna jasanya tetap sah, namun apabila pembeli/pengguna jasa *Invitasee* mengetahui bahwa dia terpengaruh dan terperdaya dengan praktik *bai' najasy* dan merasa dirugikan, maka berhak baginya *khiyar* atas transaksi tersebut. Adapun dalam hal ini, pihak *Invitasee* tidak mengetahui bahwa praktik tersebut dilarang dalam hukum syara', mereka mengira bahwa praktik ini adalah boleh dan merupakan salah satu trik pemasaran yang cerdas dan efektif untuk mendongkrak penjualan. Maka, berdasar kepada pendapat Imam Ar-Rafii di atas, *Invitasee* tidak dihukumi maksiat melainkan bodoh atau tidak tahu terhadap hukum syara mengenai perbuatannya tersebut.

KESIMPULAN

Mekanisme penggunaan SMM Panel dilakukan dengan cara memesan *item follower, like, view* dan *comment* kepada penyedia jasa, dalam hal ini kepada SMM Bos sebagai penyedia jasa SMM Panel bagi *Invitasee*. Setelah jumlah *item follower, like, view* dan *comment* pada suatu konten ditambah, kemudian konten tersebut dipromosikan kepada audiens sehingga tampak seolah konten tersebut memiliki jumlah *item follower, like, view* dan *comment* dan berhasil menarik perhatian audiens. Ketika banyak pengguna jasa baru, *Invitasee* menaikkan harga untuk menambah margin. Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik penggunaan SMM Panel oleh *Invitasee* pada dasarnya syarat dan rukun akad sudah terpenuhi. Namun terdapat ketidaksesuaian dengan prinsip dan etika bisnis ekonomi syariah yaitu berupa perbuatan rekayasa yang membuat konsumen tertipu. Praktik ini dapat digolongkan ke dalam kategori *bai' najasy*. Akad yang dilakukan tetap sah, serta *Invitasee* tidak dihukumi maksiat dikarenakan belum mengetahui hukumnya dalam syara.

REFERENSI

- Al-Asqalani, Ibn Hajar. ____ *Fathu al-Bari Syarah Shahih Bukhari li Ibn Hajar al-Asqalani*, Juz 4.
Ali, Zainuddin. 2008. *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Grafika.
Karim, Adiwarmanto A. 2015. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

¹⁴ Muhammad Syarifuddin Khathab dkk., loc.cit.

¹⁵ Ibn Hajar Al-Asqalani, op.cit, hal. 417.

¹⁶<https://islam.nu.or.id/post/read/122461/bai--najasy-jual-beli-dengan-rekayasa-permintaan><https://islam.nu.or.id/post/read/122461/bai--najasy-jual-beli-dengan-rekayasa-permintaan-dan-provokasi-harga> dan provokasi-harga diakses pada 29 Agustus 2021 pukul 6.38 WIB.

- Mujahidin, Akhmad. 2014. *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara dan Pasar*, Cet. Ke-3. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nahdiah dan Syarif Hidayatullah, 2019. *Analisis Bai' Gharar Terhadap Jual Beli Follower di Instagram*. al-Mizan, Vol.3 No. 2.
- Rusyd, Ibnu. 2007. *Bidayatul Mujtahid. terj. Abu Usamah Fakhtur Rokhman*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Salim, Munir. 2017. *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*. Addaulah Vol. 6 No. 2.
- Setiawan, Firman. 2015. *Al-Ijarah Al-A'mal Al-Mustarakah Dalam Perspektif Hukum Islam*. Dinar. Vol. 1 No. 2.
- Syarifuddin Khathab, Muhammad dkk. _____. *Terjemah Al-Mugni Jilid 5*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Hadis Sahih Bukhari Nomor 6448, <https://www.hadits.id/hadits/bukhari/6448> diakses pada 28 Agustus 2021 pukul 20.05 WIB.
- <https://islam.nu.or.id/post/read/122461/bai--najasy-jual-beli-dengan-rekayasa-permintaan-dan-provokasi-harga> diakses pada 28 Agustus 2021 pukul 20.23 WIB.
- <https://marketeers.com/instagram-makin-populer-di-kalangan-umkm/> (diakses pada 25 Januari 2021 pada pukul 17.10 WIB) <https://www.ibec-febui.com/bai-najasy-fake-demand-dalam-kasus-kontemporer/> diakses pada 28 Agustus 2021 pukul 21.13 WIB