

DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMAHAMAN MASYARAKAT TENTANG LARANGAN RIBA DI ERA DIGITAL DI KELURAHAN PADANG NANGKA KECAMATAN SINGARAN PATI KOTA BENGKULU

Rado Ricardo¹, Romi Adetio Setiawan², Makmur³
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

ABSTRACT

The development of digital technology has brought significant changes in people's lives, including in the dissemination of religious information. This study aims to analyze the impact of social media on the public's understanding of the prohibition of usury in Islam in the digital era. The research was conducted in Padang Nangka Village, Bengkulu City, using a qualitative approach and case study method. Data was collected through observations and in-depth interviews with 10 informants aged 20–35 from diverse social backgrounds. The results show that social media, especially through platforms like YouTube, Instagram, and TikTok, has become an effective means of delivering education on the prohibition of usury. Accessibility, engaging presentation styles, and the role of digital religious figures have been the main supporting factors. However, there are also challenges such as the spread of invalid information and the gap in understanding between the younger and older generations.

Keywords: Social Media, Prohibition of Usury, Digital Education, Sharia Financial Literacy.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam hal penyebaran informasi keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak media sosial terhadap pemahaman masyarakat mengenai larangan riba dalam Islam di era digital. Penelitian dilakukan di Kelurahan Padang Nangka, Kota Bengkulu, dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap 10 informan berusia 20–35 tahun dengan latar belakang sosial yang beragam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, terutama melalui platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, menjadi sarana efektif dalam menyampaikan edukasi mengenai larangan riba. Kemudahan akses, gaya penyampaian yang menarik, serta peran tokoh agama digital menjadi faktor pendukung utama. Namun demikian, terdapat pula tantangan berupa penyebaran informasi yang tidak valid, serta kesenjangan pemahaman antara generasi muda dan tua.

Kata-kata Kunci: Media Sosial, Larangan Riba, Edukasi Digital, Literasi Keuangan Syariah

Korespondensi: Rado Ricardo. Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211. Email: rado.rocardo@mail.uinfasbengkulu.ac.id

PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini telah bergerak dari era konvensional menuju pengembangan berbasis IT. Munculnya ekonomi digital menghadirkan layanan inovatif dalam transaksi dan model bisnis, mendorong perusahaan untuk menyesuaikan diri demi mendominasi pasar masa kini dan mendatang. Hal ini dibuktikan dengan menjamurnya toko-toko online, baik melalui marketplace maupun platform lainnya di berbagai belahan dunia. Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi, bisnis digital menjadi landasan utama pengembangan usaha lintas sektor. Dalam beberapa dekade terakhir, penggunaan media sosial meningkat pesat secara global. Di Indonesia, hampir seluruh lapisan masyarakat memiliki akses ke platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube yang kini tak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sumber utama informasi dan edukasi masyarakat.

Tabel 1. Lama Menekuni Bisnis Menggunakan Media Sosial Instagram

Tahun	Jumlah Akun Peminjam (Nasional)	Total Pinjaman Disalurkan (Nasional)	Jumlah Peminjam (Bengkulu)	Total Pinjaman Disalurkan (Bengkulu)
2021	76 juta akun	Rp 278,4 triliun	±42 ribu akun	Rp 195 miliar
2022	89 juta akun	Rp 394,6 triliun	±52 ribu akun	Rp 235 miliar
2023	101 juta akun	Rp 511,4 triliun	±64 ribu akun	Rp 272 miliar
2024	108 juta akun (perkiraan)	Rp 580 triliun (perkiraan)	±70 ribu akun (perkiraan)	Rp 310 miliar (perkiraan)

Sumber: Statistik Fintech Lending, OJK (2021-2024)

Statistik Fintech Lending – OJK (2021–2024), Data Bengkulu dari Kantor OJK Bengkulu & BPS Bengkulu. 2024 adalah data estimasi berdasarkan tren pertumbuhan hingga kuartal III tahun berjalan.

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada tabel diatas pinjaman online (pinjol) terus mengalami peningkatan signifikan dari tahun ke tahun, baik dari sisi jumlah penyelenggara fintech, jumlah akun peminjam, hingga total nilai penyaluran pinjaman. Fenomena ini juga merambah daerah-daerah seperti Provinsi Bengkulu. Berikut adalah data perkembangan pinjol di Indonesia dan Provinsi Bengkulu dalam beberapa tahun terakhir:

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), per Mei 2024, total pinjaman yang disalurkan oleh fintech peer-to-peer lending (pinjol) di Indonesia telah mencapai Rp 580 triliun, dengan lebih dari 108 juta akun peminjam yang terdaftar. Angka ini meningkat hampir dua kali lipat dibanding tahun 2021 yang masih berada di angka Rp 278 triliun.

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 7, No. 1, Juli 2025

Di tingkat regional, Provinsi Bengkulu juga mengalami peningkatan signifikan. Menurut data OJK Bengkulu (2023), terdapat lebih dari 64.000 akun aktif pinjol, dengan nilai total pinjaman yang mencapai Rp 272 miliar. Fenomena ini menunjukkan bahwa akses terhadap layanan keuangan digital telah menjangkau hampir seluruh lapisan masyarakat, termasuk di daerah-daerah. Namun, peningkatan ini tidak selalu diiringi dengan peningkatan pemahaman keuangan, terutama mengenai konsep riba dalam Islam.

Survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia (BI) dalam Laporan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 mengungkapkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia hanya sebesar 49,68%, meskipun tingkat inklusi keuangan sudah mencapai 85,10%. Ketimpangan ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin banyak menggunakan produk keuangan termasuk pinjaman namun belum memahami secara menyeluruh prinsip-prinsip yang mendasarinya.

Hal ini sejalan dengan hasil studi Burhanudin Harahap & Tastaftiyan Risfandy dalam jurnal "*Islamic Organization and the Perception of Riba in Indonesia*", yang menyatakan bahwa meskipun 93% masyarakat Muslim mengakui bahwa riba dilarang dalam Islam, sebagian besar dari mereka tidak dapat membedakan antara bunga bank dan riba, serta masih terlibat dalam praktik keuangan konvensional (Harahap&Risfandy 2022).

Di sisi lain, media sosial kini memainkan peran penting dalam edukasi keagamaan dan keuangan syariah. Menurut laporan We Are Social & Hootsuite lebih dari 170 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial, dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai 3 jam 18 menit per hari. Hal ini memberikan peluang besar bagi para ulama, influencer Muslim, serta lembaga keuangan syariah untuk mengedukasi masyarakat tentang larangan riba dan pentingnya bertransaksi sesuai syariat (Simon, 2023).

Esensi dasar pelarangan riba dalam Islam adalah menghindari adanya ketidakadilan dan kezaliman dalam segala praktik ekonomi. Sementara riba (bunga) pada hakekatnya adalah pemaksaan suatu tambahan atas debitur yang melarat, yang seharusnya ditolong bukan dieksploitasi dan memaksa hasil usaha agar selalu positif. Hal ini bertentangan dengan prinsip ajaran Islam yang sangat peduli dengan kelompok-kelompok sosio-ekonomi yang lebih rendah agar kelompok ini tidak dieksploitasi oleh orang-orang kaya (pemilik dana). Sebab ajaran ekonomi Islam mengemban misi humanisme, tatanan sosial dan menolak adanya ketidakadilan dan kezaliman yang mata rantainya berefek pada kemiskinan. Sebaliknya sistem ekonomi konvensional yang banyak digugah tidak hanya ekonomi-ekonomi muslim tetapi juga tokoh-tokoh non muslim sendiri (Royani, 2020).

Adapun fenomena yang peneliti lihat di lokasi penelitian adalah masih banyaknya masyarakat yang kurang memahami bahwa riba sangat dilarang dalam agama, karena riba sama dengan mengambil yang bukan hak kita secara paksa dengan dalih bunga. Masyarakat masih banyak yang meminjamkan uang dan meminta pengembalian dengan bunga (disebut "anak"), serta praktik menggadaikan kendaraan dengan

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 7, No. 1, Juli 2025

nominal dan tempo yang disepakati. Jika tidak ditebus tepat waktu, maka akan ditambahkan bunga lagi. Hal ini berdampak pada perekonomian masyarakat dan dapat memicu kriminalitas karena tekanan untuk melunasi barang yang digadai. Dari sinilah peneliti tertarik meneliti sejauh mana pemahaman masyarakat terhadap larangan riba karena maraknya praktik riba di daerah tersebut.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana dampak media sosial terhadap pemahaman masyarakat tentang larangan riba di era digital ?
2. Apa peran media sosial dalam menyebarkan informasi tentang larangan riba di kalangan masyarakat ?
3. Seberapa efektif media sosial dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang konsep dan bahaya riba ?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dampak media sosial terhadap pemahaman masyarakat tentang larangan riba di era digital
2. Mengetahui peran media sosial dalam menyebarkan informasi tentang larangan riba di kalangan masyarakat
3. Mengetahui seberapa efektif media sosial dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang konsep dan bahaya riba

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan medium berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, serta membentuk ikatan sosial secara virtual. Platform ini mencakup berbagai bentuk komunikasi digital yang digunakan untuk berbagai tujuan, seperti hiburan, informasi, pendidikan, hingga pemasaran. Perkembangan media sosial sangat pesat seiring kemajuan teknologi internet. Beberapa tonggak penting dalam sejarah media sosial antara lain munculnya Friendster (2002), MySpace (2003), dan Facebook (2004) yang memungkinkan pengguna membuat profil, menambah teman, dan berbagi konten. Selanjutnya, Twitter hadir pada 2006 dan Instagram pada 2010 dengan fokus pada berbagi foto dan video. Seiring meningkatnya penggunaan smartphone, media sosial semakin terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari dan menjadi bagian penting dalam berbagai aktivitas masyarakat.

Teori Komunikasi Massa

Teori komunikasi massa menjelaskan bahwa media, termasuk media sosial, berperan sebagai alat utama dalam menyebarkan informasi serta memengaruhi opini dan perilaku masyarakat. Salah satu teori yang relevan adalah *Agenda Setting Theory* yang dikembangkan oleh McCombs dan Shaw. Teori ini menyatakan bahwa media tidak selalu memberi tahu masyarakat apa yang harus dipikirkan, tetapi lebih

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 7, No. 1, Juli 2025

kepada apa yang dianggap penting untuk dipikirkan. Dalam konteks ini, jika media sosial secara konsisten menampilkan konten mengenai larangan riba, maka masyarakat akan menganggap isu tersebut penting dan layak untuk diperhatikan. Dalam konteks penelitian ini, media sosial menjadi agen penyebaran pesan keagamaan dan ekonomi Islam, di mana ulama, influencer, dan lembaga syariah menggunakan media ini untuk mengedukasi masyarakat tentang bahaya riba dan pentingnya transaksi keuangan yang sesuai syariat (Schafran & Weinberger 2011).

Teori Pembelajaran Sepanjang Hayat (*Lifelong Learning*)

Teori Lifelong Learning atau pembelajaran sepanjang hayat menekankan bahwa proses belajar tidak terbatas pada pendidikan formal, melainkan berlangsung terus-menerus sepanjang hidup manusia. Konsep ini diperkenalkan oleh UNESCO melalui laporan Delors Report, yang merumuskan empat pilar pembelajaran, yaitu: learning to know (belajar untuk mengetahui), learning to do (belajar untuk berbuat), learning to live together (belajar untuk hidup bersama), dan learning to be (belajar untuk menjadi diri sendiri). Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai sarana pembelajaran informal yang membantu masyarakat terus memperdalam nilai-nilai agama, termasuk hukum larangan riba. Melalui berbagai konten digital seperti ceramah video, infografis, podcast, serta kutipan ayat atau hadis, masyarakat dapat memperoleh pengetahuan baru yang aplikatif dalam kehidupan sehari-hari secara mandiri dan berkelanjutan (Drewery & Pretty, 2023).

Konsep Dakwah Digital dan Perannya dalam Kesadaran Religius

Dakwah digital merupakan transformasi dari kegiatan dakwah tradisional ke dalam bentuk yang memanfaatkan media digital. Dakwah kini tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau majelis taklim, melainkan telah berkembang melalui platform seperti media sosial, blog, YouTube, TikTok, dan podcast. Menurut Zulkifli Hasan, dakwah digital memiliki tiga peran utama, yaitu sebagai edukator, transformator, dan internalisator nilai-nilai Islam dalam kehidupan masyarakat. Keunggulan dakwah digital terletak pada kemampuannya menjangkau audiens yang lebih luas, lintas usia, dan latar belakang sosial, serta penyampaiannya yang interaktif dan dapat diakses secara berulang.

Dalam konteks pemahaman masyarakat terhadap larangan riba, dakwah digital memiliki peran penting, antara lain: memberikan pemahaman mendalam tentang riba dalam perspektif Islam, menjelaskan perbedaan antara sistem keuangan syariah dan konvensional, serta menyadarkan masyarakat akan bahaya riba dan dampaknya terhadap keberkahan hidup. Konten-konten dakwah yang disampaikan oleh tokoh agama populer seperti Ustaz Adi Hidayat, Buya Yahya, dan Felix Siauw melalui media sosial turut membentuk kesadaran religius masyarakat dan memengaruhi cara mereka dalam mengambil keputusan finansial (Faturrahman, Rumata, Iqbal, & Asman, 2021).

Integrasi Ketiga Teori

Ketiga teori yang telah dijelaskan sebelumnya saling melengkapi dan memberikan fondasi konseptual yang kuat dalam penelitian ini. Teori Komunikasi Massa menjelaskan bahwa penyebaran pesan tentang larangan riba melalui media sosial memungkinkan pesan tersebut diterima oleh khalayak yang luas secara efektif. Di sisi lain, Teori Lifelong Learning memberikan pemahaman bahwa proses belajar masyarakat terhadap nilai-nilai agama tidak terbatas pada pendidikan formal, melainkan terus berlangsung melalui pembelajaran informal yang disediakan oleh media digital. Sementara itu, konsep Dakwah Digital memperkuat bahwa konten-konten religius yang tersebar di media sosial seperti ceramah, kutipan ayat Al-Qur'an, maupun video dakwah, dapat membentuk kesadaran keagamaan dan memengaruhi perilaku masyarakat. Ketiganya membentuk satu kesatuan utuh bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, melainkan juga medium pembelajaran dan dakwah yang strategis dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman, termasuk larangan riba.

Jenis-jenis Media Sosial

Secara umum, media sosial dapat dibedakan ke dalam beberapa jenis berdasarkan fungsi dan tujuannya. Pertama, social networking atau jejaring sosial adalah media yang memungkinkan pengguna untuk saling terhubung dan berinteraksi dalam dunia virtual. Platform seperti Facebook dan LinkedIn merupakan contoh nyata dari jenis ini. Kedua, blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan tulisan, kegiatan harian, maupun opini pribadi kepada pengguna lain dalam bentuk teks panjang, seperti yang terdapat pada WordPress atau Blogger. Ketiga, microblogging adalah media sosial yang memungkinkan pengguna menulis dan membagikan aktivitas atau pendapatnya dalam format singkat, contohnya Twitter dan Threads. Keempat, media sharing adalah platform yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah dan berbagi media seperti video, gambar, audio, atau dokumen secara online. Instagram, TikTok, dan YouTube termasuk dalam kategori ini. Kelima, social bookmarking adalah media sosial yang digunakan untuk mengatur, menyimpan, dan mencari informasi secara kolaboratif seperti di Pinterest atau Diigo. Terakhir, wiki atau media kolaboratif merupakan situs yang kontennya disusun secara bersama-sama oleh para pengguna, dengan Wikipedia sebagai contoh yang paling dikenal.

Dampak Media Sosial dalam Kehidupan Masyarakat Media Sosial dalam Konteks *Integrated Marketing Communication* (IMC)

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi telah menyebabkan media sosial menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Media sosial seperti Instagram, YouTube, WhatsApp, Facebook, dan Twitter memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan mudah diakses oleh siapa saja. Dalam dunia pendidikan, media sosial telah menjadi sarana pembelajaran informal yang efektif. Di sisi positif, media sosial mempermudah interaksi antarindividu tanpa batasan ruang dan waktu, memperluas jaringan sosial,

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 7, No. 1, Juli 2025

serta memberikan ruang untuk mengekspresikan diri dan menyebarkan informasi secara cepat dan murah. Namun demikian, penggunaan media sosial juga tidak lepas dari dampak negatif. Salah satunya adalah menurunnya intensitas interaksi tatap muka karena ketergantungan pada komunikasi daring. Selain itu, media sosial juga berpotensi menimbulkan kecanduan, konflik sosial, pelanggaran privasi, serta menjadi sarana penyebaran konten negatif seperti perjudian online dan hal-hal yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, penggunaan media sosial harus disikapi secara bijak dan bertanggung jawab (Athian, Ferlitasari, 2016).

Riba

Riba merupakan praktik ekonomi yang telah ada sejak zaman jahiliyah, berupa tambahan atau bunga atas pinjaman yang merugikan pihak peminjam, terutama dari kalangan lemah. Islam melarang riba karena menimbulkan ketidakadilan dan bertentangan dengan prinsip tolong-menolong dalam muamalah.

Secara bahasa, riba berarti “tambahan” atau “pertumbuhan”. Dalam istilah syariah, riba adalah penambahan atas harta pokok yang timbul karena faktor waktu. Misalnya, dalam sistem perbankan konvensional, bunga atas pinjaman dianggap sebagai bentuk riba. Para ulama seperti Imam Syafi’i dan Imam Ahmad bin Hanbal sepakat bahwa tambahan karena penundaan pembayaran adalah bentuk riba yang diharamkan (Puspitarini, 2019).

Dasar Hukum Larangan Riba

Larangan riba ditegaskan dalam Al-Qur’an dan hadits. Beberapa ayat yang menegaskan keharamannya antara lain:

Surah Al-Baqarah ayat 275

وَحَرَّمَ الْبَيْعَ الَّذِي مِثْلُ الرِّبَا إِنَّهُمْ قَالُوا بِاتِّهَامِهِمْ ذَلِكَ فَالْمَسِينِ مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَفْعَلُ مَا لَا يُفْعَلُونَ لَا الرِّبَا يَأْكُلُونَ الَّذِينَ

Artinya: “Orang-orang yang makan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kerasukan setan lantaran tekanan penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...” (Q.S. Al-Baqarah: 275)

Surah Al-Baqarah ayat 276

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيلُ الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ

Artinya: “Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran dan selalu berbuat dosa.” (Q.S. Al-Baqarah: 276)

Hadits Rasulullah SAW juga menjelaskan secara rinci jenis-jenis riba yang dilarang, termasuk riba dalam barter dan pinjam-meminjam, serta melaknat pelaku dan pendukung praktik riba.

Pandangan Ulama Tentang Riba

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 7, No. 1, Juli 2025

Selain didukung oleh nash Al-Qur'an, keharaman riba juga ditegaskan oleh para ulama klasik melalui ijma' (keepakatan). Menurut Ibnul Mundzir, *"Umat Islam telah berijma bahwa pemberi piutang yang mensyaratkan kepada penghutang tambahan atau hadiah, lalu berakad atas syarat itu, maka hal tersebut adalah riba."* Pernyataan ini menegaskan bahwa segala bentuk tambahan yang disyaratkan dalam akad utang-piutang tergolong sebagai riba dan haram hukumnya. Senada dengan itu, Ibnu Qudamah menyatakan, *"Setiap utang yang disyaratkan ada tambahannya maka ia adalah haram tanpa khilaf (perbedaan pendapat),"* menunjukkan tidak adanya celah perbedaan pandangan di kalangan ulama tentang keharamannya. Bahkan Ibnu Taymiyyah memperkuat pernyataan tersebut dengan menyebutkan bahwa, *"Ulama telah bersepakat bahwa pemberi piutang jika mensyaratkan tambahan atas piutangnya, maka itu adalah haram."* Konsensus para ulama ini menjadi fondasi penting dalam memahami posisi tegas Islam terhadap praktik riba yang merusak keadilan dan keberkahan dalam transaksi keuangan (Rizqy 2021).

Mayoritas ulama sepakat bahwa setiap tambahan dalam pinjaman yang disyaratkan sejak awal adalah riba dan hukumnya haram. Seperti yang ditegaskan oleh Ibnul Mundzir, Ibnu Qudamah, dan Ibnu Taimiyah, segala bentuk pinjaman dengan syarat imbalan tambahan termasuk riba yang dilarang secara ijma'.

Jenis-jenis Riba

Ulama membagi riba menjadi beberapa jenis, dua di antaranya paling dikenal adalah:

1. Riba Fadhl: kelebihan dalam pertukaran barang sejenis yang tidak seimbang.
2. Riba Nasi'ah: tambahan karena penundaan waktu dalam transaksi pinjaman atau jual beli.

Keduanya dilarang karena menyalahi prinsip keadilan dalam transaksi Islam.

Dampak Media Sosial Terhadap Pemahaman Masyarakat

Perkembangan teknologi informasi telah membawa transformasi besar dalam masyarakat. Media sosial sebagai produk dari era digital telah mengubah pola komunikasi, budaya, dan pemahaman nilai-nilai keagamaan, termasuk dalam memahami larangan riba. Di Indonesia, yang memiliki populasi besar dan keberagaman budaya, media sosial memiliki potensi besar dalam membentuk opini dan perilaku masyarakat. Kehadiran platform seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan YouTube memungkinkan individu untuk saling berbagi informasi dan pandangan keagamaan tanpa batas ruang dan waktu. Dalam konteks ini, media sosial menjadi saluran dakwah yang strategis sekaligus tantangan dalam penyaringan informasi keislaman yang valid.

Secara teoritis, beberapa teori mendukung analisis ini. Pertama, Uses and Gratifications Theory menjelaskan bahwa masyarakat menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi dan keagamaan mereka. Kedua, Social Learning Theory menyatakan bahwa masyarakat belajar dan meniru perilaku, termasuk dalam hal praktik keagamaan, melalui apa yang mereka lihat dan dengar di media sosial. Ketiga, Agenda Setting Theory menekankan bahwa media sosial mampu membentuk fokus isu dalam

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 7, No. 1, Juli 2025

masyarakat, termasuk isu larangan riba. Keempat, Framing Theory menjelaskan bahwa cara informasi disajikan di media sosial sangat memengaruhi cara masyarakat memahami isu tersebut.

Media sosial telah menjadi sumber informasi alternatif yang cepat dan mudah diakses, namun juga membawa tantangan berupa penyebaran informasi yang tidak terverifikasi. Meski begitu, jika digunakan dengan bijak, media sosial dapat menjadi alat dakwah yang efektif dalam menanamkan nilai-nilai Islam. Misalnya, banyak dai dan lembaga keagamaan yang aktif memproduksi konten dakwah tentang larangan riba dan hukum muamalah Islam secara umum dalam bentuk video, infografis, maupun ceramah daring.

Dari sisi hukum Islam, larangan riba ditegaskan baik dalam Al-Qur'an maupun dalam fatwa-fatwa ulama. Dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 disebutkan:

"Orang-orang yang makan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (QS. Al-Baqarah: 275)

Dalam tafsir dan pandangan ulama, seperti yang disampaikan oleh Ibnu Mundzir, telah terjadi ijma (kesepakatan ulama) bahwa "pemberi piutang jika ia mensyaratkan kepada peminjam tambahan atau hadiah, lalu berakad atas syarat itu maka itu adalah riba." (Abdullah & Akhyati) Hal ini ditegaskan pula oleh Ibnu Qudamah yang menyatakan, "Setiap utang yang disyaratkan ada tambahannya maka ia adalah haram tanpa khilaf," serta ditegaskan kembali oleh Ibnu Taimiyah: "Para ulama telah sepakat bahwa pemberi utang jika mensyaratkan tambahan maka hukumnya haram." (Elpianti, Pakpahan, & Sahara 2019)

Dalam konteks Indonesia, Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah menetapkan fatwa Nomor 1 Tahun 2004 tentang larangan bunga bank yang dinilai sama dengan riba. MUI menilai bahwa bunga bank memiliki karakteristik yang menyerupai riba fadhli, riba nasi'ah, dan riba qard, karena keuntungan ditentukan di awal, dihitung berdasarkan jumlah uang yang dipinjamkan, dan tetap dibayar meski usaha merugi. Namun demikian, meski fatwa sudah dikeluarkan, sebagian masyarakat masih menggunakan layanan bank konvensional karena kurangnya pemahaman dan keterbatasan akses terhadap bank syariah. Di sinilah pentingnya peran media sosial sebagai sarana edukasi dan transformasi nilai-nilai keislaman dalam masyarakat digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi lapangan dan wawancara langsung kepada narasumber berusia 20 tahun ke atas. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggambarkan keadaan sebenarnya di lapangan dan bertujuan menggali pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti. Penelitian dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan di Kelurahan Padang

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 7, No. 1, Juli 2025

Nangka, Kecamatan Singgaran Pati, Provinsi Bengkulu, mengingat rendahnya pemahaman masyarakat tentang larangan riba yang masih berkembang di daerah tersebut. Informan dalam penelitian ini berjumlah sekitar 10 orang, terdiri dari tiga kategori: pelaku usaha (3 orang), masyarakat umum (4 orang), dan pegawai (3 orang). Rentang usia informan adalah 20-35 tahun dengan latar belakang sosial yang beragam serta tingkat keterpaparan terhadap media sosial. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan kriteria yang relevan dengan penelitian. Jumlah informan dianggap cukup karena telah memenuhi prinsip saturasi dalam penelitian kualitatif, yaitu ketika data tambahan tidak lagi memberikan informasi baru yang signifikan. Komposisi ini dianggap mampu mewakili variasi pemahaman masyarakat tentang larangan riba secara mendalam dan relevan di era digital. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara dan observasi oleh peneliti, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber lain, baik tertulis maupun lisan, yang relevan dan mendukung penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, yaitu pengamatan langsung terhadap perilaku dan kejadian di lapangan secara sistematis, serta wawancara langsung antara peneliti dan responden untuk menggali informasi dan pemahaman terkait topik penelitian. Dalam menganalisis data, digunakan dua teknik utama yaitu analisis tematik dan analisis naratif. Analisis tematik dilakukan dengan mengidentifikasi pola atau tema yang berulang dalam transkrip wawancara, catatan lapangan, atau konten terkait media sosial yang menggambarkan pemahaman masyarakat tentang larangan riba. Sementara itu, analisis naratif digunakan untuk memahami struktur cerita dan pola narasi yang disampaikan oleh responden dalam menjelaskan pandangan dan pengalaman mereka terkait praktik riba di lingkungan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Media Sosial terhadap Pemahaman Masyarakat tentang Larangan Riba di Era Digital

Peneliti menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pemahaman masyarakat Kelurahan Padang Nangka tentang larangan riba. Melalui wawancara terhadap sepuluh responden dari berbagai latar belakang, diketahui bahwa platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan WhatsApp menjadi sumber utama informasi tentang riba.

Ibu Desi Azizah menyatakan pemahamannya semakin kuat setelah menonton ceramah dari tokoh agama di media sosial. Hal serupa disampaikan oleh Ibu Elti Resita yang bahkan memutuskan berhenti memakai pinjaman online karena konten edukatif dari ustaz-ustaz di TikTok. Kedua responden menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai sarana dakwah digital, sesuai dengan teori Uses and Gratifications, di mana masyarakat mencari konten sesuai kebutuhan, termasuk keagamaan.

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 7, No. 1, Juli 2025

Namun, tidak semua responden memahami riba secara utuh. Ada yang masih menganggap bunga bank belum tentu riba, tergantung konteksnya. Sebagian masyarakat juga menyadari adanya praktik riba di sekitar mereka, namun tetap melakukannya karena faktor ekonomi dan keterbatasan pemahaman.

Hasil penelitian menggambarkan temuan utama dari penelitian. Sajian dalam hasil dan pembahasan ditulis secara sistematis, hanya hasil data/ informasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Pembahasan dalam artikel penelitian menjelaskan hasil yang didapat dari penelitian.

Penulis menyusun, menganalisis, mengevaluasi, menginterpretasi serta membandingkan hasil dari temuan terbaru dengan temuan penelitian yang telah ada. Penulis harus memperhatikan konsistensi artikel mulai dari judul hingga daftar pustaka.

Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Informasi tentang Larangan Riba di Kalangan Masyarakat

Media sosial menjadi sarana dominan dalam menyebarkan informasi secara cepat dan luas. Hasil wawancara menunjukkan bahwa media sosial mempermudah akses informasi mengenai larangan riba. Tokoh agama dan praktisi keuangan syariah memanfaatkannya untuk menyampaikan dakwah dan edukasi hukum Islam secara digital.

Responden seperti Ibu Vella Aviola merasa terbantu dengan ceramah Buya Yahya di YouTube yang menggunakan bahasa sederhana dan mudah dipahami. Ia menilai media sosial lebih efektif dari pengajian konvensional karena lebih praktis dan dapat diakses dari rumah.

“...konten ceramah yang ada pada media sosial sangat membantu untuk saya lebih memahami lagi apa itu riba...”

Bapak Popi juga menyampaikan bahwa sebagian besar pengetahuannya tentang riba berasal dari Instagram dan YouTube. Ia menganggap media sosial mudah diakses dan kontennya lebih mudah dipahami.

“...konten-kontennya lebih mudah dipahami.”

Media sosial tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga sarana edukasi keagamaan yang membentuk pemahaman masyarakat secara tidak langsung. Hal ini memperkuat Teori Agenda Setting, bahwa media memiliki kekuatan dalam membentuk fokus perhatian publik. Dalam hal ini, isu larangan riba telah berhasil menempati ruang dalam kesadaran masyarakat melalui media sosial.

Efektivitas Media Sosial dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat tentang Konsep dan Bahaya Riba

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat, dapat disimpulkan bahwa efektivitas media sosial dalam meningkatkan pemahaman tentang riba tergolong tinggi, khususnya bila dibandingkan dengan pendekatan dakwah konvensional. Beberapa responden, seperti Ibu Demi, Bapak Toni, dan Ibu Navisa, menyampaikan bahwa setelah mengakses konten dakwah di media sosial, terjadi perubahan nyata dalam pemahaman dan perilaku mereka sehari-hari terkait praktik riba. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 7, No. 1, Juli 2025

tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga mampu menjadi instrumen yang efektif dalam membentuk pola pikir dan sikap masyarakat terhadap isu keuangan yang bersinggungan dengan nilai-nilai agama.

Kemudahan akses terhadap konten digital yang disampaikan secara visual dan interaktif oleh para dai serta influencer syariah menjadi faktor kunci keberhasilan tersebut. Platform seperti TikTok dan Instagram, dengan karakteristik konten yang pendek dan menarik, secara khusus efektif dalam menarik perhatian generasi muda. Konten-konten tersebut mampu menjelaskan konsep riba secara sederhana, disertai contoh nyata dalam kehidupan sehari-hari, sehingga lebih mudah dicerna dan diingat.

Meskipun demikian, tidak semua pemahaman masyarakat sepenuhnya terbentuk dengan utuh. Beberapa responden seperti Bapak Popi masih menunjukkan ambiguitas dalam membedakan antara bunga bank dan riba. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada kelemahan dalam penyampaian konten yang kurang menyentuh aspek kontekstual dan mendalam. Maka dari itu, meskipun media sosial terbukti efektif sebagai medium dakwah dan edukasi, perlu adanya peningkatan kualitas dan validitas isi konten agar mampu memberikan pemahaman yang komprehensif dan tidak menimbulkan kesalahpahaman di kalangan masyarakat.

KESIMPULAN

Dampak Media Sosial terhadap Pemahaman Masyarakat tentang Larangan Riba di Era Digital

Media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk pemahaman masyarakat terkait larangan riba. Sebagian besar responden mengaku mengenal dan memahami konsep riba melalui konten dakwah yang disebar di media sosial, seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Konten-konten tersebut umumnya berisi penjelasan dari para tokoh agama tentang bahaya dan keharaman riba dalam Islam. Paparan informasi ini tidak hanya meningkatkan kesadaran, tetapi juga mengubah sikap sebagian masyarakat untuk mulai menghindari praktik ekonomi yang mengandung unsur riba.

Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Informasi tentang Larangan Riba di Kalangan Masyarakat

Media sosial berperan sebagai sarana strategis dalam menyampaikan informasi keagamaan, termasuk larangan riba. Dengan adanya akun dakwah, ceramah daring, dan diskusi keagamaan di media sosial, masyarakat lebih mudah memperoleh akses terhadap pengetahuan syariah tanpa harus hadir secara fisik dalam pengajian atau majelis ilmu. Tokoh-tokoh agama yang aktif berdakwah melalui media sosial menjadi referensi utama masyarakat dalam memahami hukum Islam, menjadikan media sosial sebagai alat dakwah yang efektif di era digital.

Efektivitas Media Sosial dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat tentang Konsep dan Bahaya Riba

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 7, No. 1, Juli 2025

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial cukup efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap riba, baik secara konseptual maupun aplikatif. Beberapa responden menyatakan bahwa setelah mengakses konten edukatif mengenai riba, mereka menjadi lebih sadar akan bahayanya, lebih berhati-hati dalam memilih lembaga keuangan, dan sebagian telah beralih ke sistem keuangan syariah. Meskipun demikian, masih terdapat masyarakat yang belum sepenuhnya memahami atau bahkan merasa ragu dalam membedakan antara riba dan bunga bank. Oleh karena itu, efektivitas media sosial masih dapat ditingkatkan melalui penyajian konten yang lebih menarik, kontekstual, dan mudah dipahami.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdusshamad, Saifullah, 'Pandangan Islam Terhadap Riba', *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 1.1 (2014), P. 70
- Adetio Setiawan, Romi,(2023) *The Future Of Islamic Banking And Finance In Indonesia, Performance, Risk and Regulation*. London: Routledge.
- Athian, Reni Ferlitasari, Ignatius Soni Kurniawan, 'Pemanfaatan Instagram Bagi Remaja', *Socio Religia: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Agama*, 1(2), pp. 43-52
- Cahaya Putri, Naila, And Helda Mayanti, 'Eksistensi Ekonomi Digital Dalam Perspektif Islam', *Religion : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3.2 (2024), Pp. 246-255 (H.246-247)
- Drewery, David, And Judene Pretti, 'How Approaches To Learning Explain Lifelong Learners' Successful Work Adjustment', *International Journal Of Work-Integrated Learning*, 24.3 (2023), Pp. 359–70
- Efendi, Erwan, Abdilah Taufiqurrohman, Tris Supriadi, And Eki Kuswananda, 'Teori Agenda Setting', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.1 (2023), Pp. 1715–18
- Elpianti, Pakpahan, Sahara, 'Pengharaman Riba Dalam Islam', *Jurnal Ilmiah Al-Hadi*, 4.02 (2019), Pp. 865–76
- Fauziah, Isna Nadifah Nur, Selly Ade Saputri, And Yusuf Tri Herlambang, 'Teknologi Informasi: Dampak Media Sosial Pada Perubahan Sosial Masyarakat', *Indo-Mathedu Intellectuals Journal*, 5.1 (2024), Pp. 757–66
- Ghofur, Abdul, 'Konsep Riba Dalam Al-Qur'an', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 7.1 (2016), Pp. 7–8
- Harahap, Burhanudin, And Tastaftiyan Risfandy, 'Islamic Organization And The Perception Of Riba (Usury) And Conventional Banks Among Muslims: Evidence From Indonesia', *Sage Open*, 12.2 (2022)
- Haridakis, Paul, And Zachary Humphries, (2019). *An integrated approach to communication theory and research* (3rd ed., pp. 139–153). New York:Routledge.
- Bandura, Albert. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Ida Royani, Aldrian Erlangga Rusmana, 'Program Studi Hukum Ekonomi Syari ' Ah (Hesy) Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Musaddadiyah Garut', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*,1, 2020
- Laila, Alfa, And Neni Widyawati, 'Persepsi Masyarakat Tentang Riba Pada Transaksi Di Bank Konvensional (Survey Masyarakat Di Kabupaten Tangerang)', *Pekan Ilmiah Mahasiswa FKIP UNIS*, December, 2021, P. 2021
- Latif, Hamdiah, 'Bahaya Riba Dalam Perspektif Hadis', *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah*, 17.2 (2020), Pp. 179–81
- Nur Haida. Gama Pratama, 'Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Riba Terhadap Minat Bertransaksi Di Bank Syariah', *Ecobankers : Journal Of Economy And Banking*, 2.2 (2021), P. 131
- Puspitarini, Dinda Sekar, And Reni Nuraeni, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House) ', *Jurnal Common |*, 2019, III
- Rachmad Rizqy, 'Bahaya Riba Qardh Dan Alternatif Akad Qardh Sebagai Solusi Dalam Lembaga Keuangan', *Hukum Ekonomi Syariah*, 2021, Pp. 6–7
- Romadi, Romadi, Zainun Kamaluddin Fakhri, And Kholilurrohman Kholilurrohman, 'Perancangan Strategi Pemasaran Usaha Di Era Digital: Perspektif Al-Qur'an', *Comserva : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3.12 (2024), Pp. 5014–35
- Romi Adetio, 'Why An Interest-Free Economy Was Instituted From Early Religious Zeal?', *Australian Journal Of Islamic Studies*, 6.2 (2021), Pp. 31–48
- Romi Adetio Setiawan, 'Peranan Pasar Modal Dalam Perekonomian Ummat Islam' *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 1(2), 37–51.