

**JUAL BELI *FOLLOWERS* DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM
DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008
TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK**



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT PENULISAN SKRIPSI**

OLEH:

AANG SOBARI SAEFUL RISAL

16360012

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

PEMBIMBING

Prof. Dr. SUSIKNAN AZHARI

NIP: 19680611 199403 1 003

**PERBANDINGAN MAZHAB
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2022 M/1443 H.**

ABSTRAK

Transaksi jual beli merupakan kegiatan manusia yang terus mengalami perkembangan dari masa ke masa. Dengan adanya perkembangan alat dan perangkat komunikasi dan informasi yang sedemikian maju, hal ini membuat aktivitas ekonomi semakin variatif dan semakin intens dilakukan. Salah satu bentuk transaksi yang mengalami perkembangan adalah transaksi jual beli *followers* di instagram. Hal tersebut dilakukan dengan berbagai alasan yaitu sebagai sarana promosi bisnis, untuk menaikkan *personal branding* hingga mempopulerkan diri sendiri. Instagram merupakan media sosial yang bukan hanya membuka peluang untuk berbisnis bagi para penggunanya, akan tetapi lebih dari itu, media ini menjadi ajang popularitas bagi pengguna yang ingin menjadi *selebrgram*. Kebanyakan pengguna instagram akan fokus pada jumlah *followers* seseorang, inilah alasan mengapa banyak orang menjual *followers* instagram. Jual beli *followers* merupakan model perdagangan baru yang aspek-aspek hukumnya perlu dikaji secara mendalam. Praktik jual beli *followers* berada di dunia maya sama seperti jual beli *online* lainnya, hanya saja dalam hal ini objeknya bukan berupa barang namun berbentuk penambahan *followers* pada akun instagram pembelinya. Tetapi yang perlu diingat, *followers* yang dijual tidak semuanya akun aktif, namun ada juga akun pasif. *Followers* pasif ini tidak memiliki kemampuan untuk memberikan *like* dan *comment*, serta sewaktu-waktu dan tidak dapat diprediksi, akun palsu tersebut akan di non-aktifkan oleh pihak instagram.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian pustaka (*library research*) yang dilakukan dengan cara mengkaji dan menelaah jual beli *followers* instagram menurut hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Sifat penelitian ini adalah deskriptif analisis, dalam penelitian ini dideskripsikan dan menganalisa untuk menarik kesimpulan dan status hukum tentang jual beli *followers* di media sosial instagram. Sumber data yang diperoleh dari kitab-kitab fikih serta sumber-sumber lainnya yang berkaitan. Adapun teori yang digunakan penyusun adalah menggunakan teori *Maṣlaḥah Mu'tabarāh* dan Hukum Perikatan.

Berdasarkan metode yang digunakan, maka penulis menarik kesimpulan bahwa jual beli *followers* instagram menurut hukum Islam terbagi menjadi dua, yaitu sah jika tujuannya untuk kepentingan bisnis, dan tidak sah jika hanya untuk popularitas saja. Adapun jual beli *followers* instagram menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sudah sesuai, sebagaimana sudah dijelaskan dalam Pasal 17-21 yang menyatakan bahwa dalam jual beli harus ada penjual dan pembeli, objek transaksi, terdapat alat tukar yaitu berupa uang dan objek transaksi, transaksi dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (*cod* maupun *transfer*), dan terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Kata kunci: *Followers* Instagram, Hukum Islam, Hukum Positif

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aang Sobari Saeful Risal

NIM : 16360012

Prodi : Perbandingan Mazhab

Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas plagiarisme. Jika di kemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 2 April 2022 M

1 Ramadan 1443 H

menyatakan,



Aang Sobari Saeful Risal

NIM. 16360012

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Aang Sobari Saeful Risal

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Aang Sobari Saeful Risal

NIM : 16360012

Judul : Jual Beli *Followers* dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Perbandingan Mazhab (PM) Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar strata satu dalam Ilmu Hukum Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi atau tugas akhir dari saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 22 April 2022 M
21 Ramadan 1443 H

Pembimbing,


Prof. Dr. Susiknan Azhari

NIP: 19680611 199403 1 003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-765/Un.02/DS/PP.00.9/06/2022

Tugas Akhir dengan judul : **JUAL BELI FOLLOWERS DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **AANG SOBARI SAEFUL RISAL**
Nomor Induk Mahasiswa : **16360012**
Telah diujikan pada : **Rabu, 18 Mei 2022**
Nilai ujian Tugas Akhir : **A**

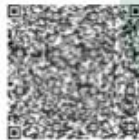
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



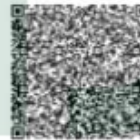
Ketua Sidang
Prof. Dr. H. Susikan, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 62901ab2959b



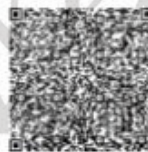
Penguji I
Vita Fitria, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6290672aaf59b



Penguji II
Dr. Muhammad Anis Mashduqi, Lc.
SIGNED

Valid ID: 629a692af1603b



Yogyakarta, 18 Mei 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 629058d4c4e9

MOTTO

*“Uang bisa dicari,
Ilmu bisa di gali,
Tapi kesempatan untuk mengasahi orang tua,
Takkan terulang kembali”.*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, Bapak Sholihan dan Ibu Qona'ah, saudara kandung saya Purohim dan Zezen Zaenudin Ali, berkat doa restu, dukungan, arahan, serta perjuangannya yang sangat luar biasa sehingga bisa mengantarkan saya pada titik ini.

Saya persembahkan kepada guru-guru saya yang selalu mendoakan dan memberikan banyak ilmu, pengetahuan serta pengalaman sehingga saya bisa mengerti dan memahami banyak hal.

Saya persembahkan kepada keluarga, sanak kerabat saya, yang selalu mendoakan serta memberi semangat.

Saya persembahkan kepada teman-teman seperjuangan Perbandingan Mazhab 2016, dan seluruh teman-teman yang sudah membantu dalam proses penyelesaian skripsi, semoga kebaikan selalu menyertai kalian. Āmin...

*Saya persembahkan kepada Program Studi Perbandingan Mazhab
Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَالصَّلَاةَ وَالسَّلَامَ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا
عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ لَا نَبِيَّ بَعْدَهُ. أَمَّا بَعْدُ.

Sebuah perjuangan akan terasa ketika semua proses sudah dilalui, dengan petunjuk-Nya dan semua kemudahan-Nya penulis akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Jual Beli *Followers* dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik”. Alhamdulillah dengan kemurahan-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan segala keterbatasan yang ada, meskipun peneliti bertanggungjawab penuh atas hasil dari penyusunan skripsi ini, peneliti sadar bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud dengan adanya bantuan, support, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, beserta para Wakil Dekan dan seluruh staf-stafnya.
3. Bapak H. Wawan Gunawan Abdul Wahid, Lc., S.Ag., M.Ag, selaku Ketua Prodi Perbandingan Mazhab Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak H. Nurdin Baroroh, S.H., M.S.I, selaku Sekretaris Prodi Perbandingan Mazhab UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.


5. Bapak Dr. Ali Sodiqin, M.Ag, selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah ikhlas dan sabar meluangkan waktu serta senantiasa memberikan bimbingan dan arahan kepada saya baik selama proses perkuliahan hingga proses penulisan skripsi ini.
6. Bapak Prof. Dr. Susiknan Azhari, selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah sabar dan ikhlas meluangkan waktu serta senantiasa memberikan bimbingan dan arahan kepada saya baik selama proses perkuliahan hingga proses penulisan skripsi ini.
7. Segenap Dosen dan Karyawan di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Terima kasih telah memberikan bantuan serta pelayanan selama perkuliahan.
8. Orang tua tercinta, Bapak. Solihan dan Ibu Qona'ah yang selalu memberikan doa restu, motivasi, semangat, arahan serta dukungan dalam perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
9. Kakak tersayang Purohim, Zezen Zaenudin Ali, S.Th.I, Nina, Wiwin Aryanti, S.Ag, yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi, bantuan yang sangat luar biasa. Dan keponakan tersayang Muhammad Farid, Nur Haifa, Muhammad Gibran dan Alma Mahira Ibn Zen yang selalu memberikan motivasi.
10. Semua guru-guru, Kyai yang selalu memberikan banyak pelajaran untuk saya hingga saya bisa seperti ini.
11. Keluarga Besar Pondok Pesantren Miftahul Khoer, Dukuh Gempol, Bantarkawung, Brebes. K. Asep Muhtady, Z.A dan Ny. Siti Habibah dan Keluarga Besar Pondok Pesantren Ibda Binafsi, Munggang, Kalierang, Bumiayu, Brebes. K. Jaenudin dan Ny. Siti Mubayyinah, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk belajar dan memahami berbagai ilmu disana.
12. Keluarga Besar Masjid Ambargama, Ambarrukmo, Caturtunggal, Bapak. H. Syahridlo, Bapak. Alm. H. Dede Sobarudin, Bapak. Hisyam Saefudi, Bapak. Supriyadi, Bapak. Alm. Ade Susilo, dan yang lainnya yang tidak bisa saya tulis satu persatu. Dan teman-teman takmir Masjid Ambargama, Khoerul

Anam, Dwi Nur Cahyo, Arif Musafa, Mutakaliman, Nur Febri Atmojo, Mastuhin, Bagus Apriliyantoro, Arif Kurniawan, Tantan Qital Barozi, Nur Hidayat, Yusril, dan Rafiq. Dan teman-teman RISMA Ambargama (Remaja Islam Masjid Ambargama), Bagus, Iput, Anto, Fata, Tirta, Aji, Hendi dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebut satu persatu, Dan Adik-adik TPA Ambargama, yang sudah menemani dalam keseharian saya selama tinggal di Yogyakarta.

13. Teman-teman Perbandingan Mazhab angkatan 2016 yang sudah menemani selama perkuliahan, bertukar pikiran, membantu serta menyemangati selama perkuliahan. Dan teman-teman ngopi bareng pejuang skripsi, Miftah, Winda, Muafi, Bian, Alfin, Sauqi, Ade, Kafa, Danial, Rizal Adi, Rahmat, Azki.
14. Teman-teman organisasi Kordiska (Korp Dakwah Islamiyah Sunan Kalijaga) dan organisasi JQH Almizan yang sudah memberikan pengalaman dalam berorganisasi.
15. Seluruh pihak yang sudah mendoakan serta memberikan semangat dalam perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini. Semoga semua kebaikan yang telah kalian berikan kembali kepada kalian semua dan semoga Allah mencatat sebagai amal yang baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Peneliti menyadari karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan peneliti dengan segala upaya telah mencurahkan semaksimal mungkin agar skripsi ini selesai dengan baik mungkin. Penelitian berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Terima kasih.

Yogyakarta, 2 April 2022 M
1 Ramadan 1443 H
Penyusun,


Aang Sobari Saeful Risal

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi yang digunakan dalam karya tulis ini adalah Pedoman Transliterasi Arab-Latin yang merujuk pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor. 158 Tahun 1987 dan 0543b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er

ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Ẓa	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah

مُتَعَدِّةٌ	Ditulis	Muta'addidah
عِدَّةٌ	Ditulis	'iddah

C. Ta' Marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis "h"

حِكْمَةٌ	Ditulis	Hikmah
عِلَّةٌ	Ditulis	'illah

(Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan "h"

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	Karāmah Al-Auliya'
--------------------------	---------	--------------------

3. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat fathah kasrah dan dammah ditulis "t" atau "h"

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	Zakāh Al-Fiṭri
-------------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

اَ	Fathah	Ditulis	A
كَتَبَ		Ditulis	Kataba
اِ	Kasrah	Ditulis	I
عَلِمَ		Ditulis	‘Alima
اُ	Dammah	Ditulis	U
يُكْرَمُ		Ditulis	Yukramu

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	Jāhiliyah
Fathah + ya’ mati	Ditulis	Ā
قَوِيٌّ	Ditulis	Qawā
Kasrah + ya’ mati	Ditulis	Ī
كَرِيمٌ	Ditulis	Karīm
Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
فُرُوعٌ	Ditulis	Furū’

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati بَيْنَكُمْ	Ditulis	Ai
	Ditulis	Bainakum
Fathah + wawu mati قَوْلُ	Ditulis	Au
	Ditulis	Qaul

G. Vokal Pendek Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	A'antum
لَعْنُ شَكُمْ	Ditulis	La'in syakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf “*alif lam*”, namun dalam transliterasi ini kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Bila diikuti Huruf Qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh Huruf Qomariyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya.

الْقَمَرُ	Ditulis	Al-Qomar
الْقِيَاسُ	Ditulis	Al-Qiyas

2. Bila diikuti Huruf Syamsiah ditulis dengan menggandakan Huruf Syamsiah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “*el*” nya.

الشَّمْسُ	Ditulis	Asy-Syamsu
-----------	---------	------------

السَّمَاءُ	Ditulis	As-Samā'
------------	---------	----------

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

Contoh:

أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	Ahl As-Sunnah
السَّيِّدُ السَّابِقُ	Ditulis	As-Sayyid Sābiq

J. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi namun huruf ini juga digunakan. Penggunaan huruf kapitalis seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Nama diri yang didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital adalah huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ Qul Huwallāhu Ahad

K. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia yang terdapat didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, misalnya kata: hadis, lafaz, shalat, zakat dan sebagainya.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku Al-Hijab, Fiqh Mawaris, Fiqh Jinayah dan sebagainya.
3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya: Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh dan sebagainya.

4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya: Mizan, Hidayah, Taufiq, Al-Ma'arif dan sebagainya.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
DAFTAR ISI.....	xviii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Dan Kegunaan.....	13
D. Telaah Pustaka.....	14
E. Kerangka Teoritik	18
F. Metode Penelitian.....	21
G. Sistematika Pembahasan	24
BAB II	
TINJAUAN UMUM TENTANG <i>MAŞLAĦAH MU'TABARAH</i>	
DAN HUKUM PERIKATAN	26
A. <i>Maşlahah Mu'tabarah</i>	26
1. Pengertian	26
2. Macam-macam <i>Maşlahah</i>	29
3. Kehujjahan <i>Maşlahah</i>	33
4. Contoh perkembangan <i>Maşlahah</i>	36
B. Hukum Perikatan.....	42
1. Perikatan dan hukum perikatan.....	42
2. Sumber hukum perikatan	52
3. Asas-asas hukum perikatan.....	53
4. Macam-macam hukum perikatan.....	54
5. Hapusnya/berakhirnya suatu perikatan	57
BAB III	
PRAKTIK JUAL BELI <i>FOLLOWERS</i> INSTAGRAM	
MENURUT HUKUM ISLAM	
DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008	
TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK	61

A. Jual beli <i>followers</i> instagram.....	61
1. Jual beli <i>online</i>	61
2. Media sosial instagram	68
3. Jual beli <i>followers</i> instagram	69
B. Praktik jual beli <i>followers</i> instagram menurut hukum Islam	70
C. Praktik jual beli <i>followers</i> instagram menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.....	78
BAB IV	
ANALISIS PERBANDINGAN TERHADAP JUAL BELI <i>FOLLOWERS</i> MENURUT HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK	
86	
A. Analisis jual beli <i>followers</i> instagram dalam tinjauan <i>Maṣlahah Mu'tabarah</i>	88
B. Analisis jual beli <i>followers</i> instagram dalam tinjauan Hukum Perikatan.....	93
BAB V	
PENUTUP.....	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Lampiran 1: Terjemahan	I
Lampiran 2: Biografi Tokoh.....	II
CURICULUM VITAE.....	XII

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan ajaran Allah yang bersifat *universal* yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia. Manusia sebagai makhluk sosial dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, baik secara materiil maupun secara spiritual selalu berhubungan antara satu dengan yang lainnya.¹

Salah satu yang diatur oleh agama Islam adalah persoalan muamalah. Muamalah adalah hukum yang mengatur hubungan antara satu individu dengan individu lain, atau hubungan negara Islam dengan negara lain. Seluruh aturan ini bertujuan menjaga hak-hak manusia, merealisasikan kemaslahatan dan menjauhkan segala kemudharatan yang akan terjadi atau akan menimpa mereka.² Muamalah bagian dari nilai-nilai agama yang mengatur hubungan antar sesama manusia baik seagama maupun tidak seagama seperti praktik perkawinan, perwalian, waris, wasiat, hibah, perdagangan, perburuhan, perkoperasian, sewa, pinjam meminjam, hukum tata negara, hukum antar bangsa, dan antar golongan.³

Manusia merupakan makhluk yang membutuhkan bantuan orang lain termasuk dalam bermuamalah, yaitu salah satunya pada transaksi jual beli.

¹ Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah (Klasik dan Modern)*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), hlm. 29-30.

² Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalah Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*, (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 6.

³ Masjfuk Zuhdi, *Studi Islam (Jilid III Muamalah)*, cet. Ke-2 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 2.

Jual beli merupakan kegiatan yang bisa dikatakan tidak bisa ditinggalkan oleh masyarakat, hampir setiap hari orang melakukan transaksi jual beli dan menjadikan jual beli menjadi sarana tolong menolong antar sesama untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pembeli membutuhkan barang yang ditawarkan oleh penjual, begitupun penjual yang membutuhkan uang demi memenuhi kebutuhan hidupnya.⁴

Jual beli merupakan aktivitas yang dihalalkan Allah. Setiap muslim diperkenankan melakukan aktivitas jual beli. Hal ini merupakan sunatullah yang telah berjalan turun-temurun. Jual beli memiliki bentuk yang bermacam-macam. Jual beli biasanya dilihat dari cara pembayaran, akad, penyerahan barang, dan barang yang diperjualbelikan. Islam sangat memperhatikan unsur-unsur ini dalam transaksi jual beli. Islam memiliki beberapa kaidah dalam jual beli.⁵ Oleh karenanya, jual beli diperbolehkan dalam agama Islam sebagaimana telah ditegaskan dalam firman Allah Swt. yang berbunyi⁶:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

Jual beli juga telah dianjurkan, sebagaimana firman Allah Swt. yang berbunyi⁷:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِيَعًا عَنْ تَرَضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

⁴ Mustiqoh Septiyani, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers Di Media Sosial Instagram", *Skripsi* (Purwokerto: Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah IAIN Purwokerto, 2017), hlm. 7.

⁵ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: CV Pustaka Setia, 2001), hlm. 15.

⁶ Al-Baqarah (2): 275.

⁷ An-Nisā' (4): 29.

Kedua ayat di atas secara eksplisit menjelaskan bahwa jual beli merupakan sesuatu kegiatan yang diperbolehkan dalam Islam. Islam memperbolehkan kegiatan tersebut selama masih dalam batas-batas tertentu dan selama masih berpegang teguh pada aturan-aturan dalam syariat Islam.

Adapun etika dalam jual beli yakni, hendaknya perdagangan yang dilakukan dengan memperdagangkan barang-barang yang diperbolehkan bukan dari barang yang haram, dilarang menipu dalam perdagangan, dilarang menimbun barang, dilarang bersumpah, dilarang menaikkan harga barang yang telah baku atau mencari laba yang besar, wajib mengeluarkan zakat atas keuntungan yang diperoleh bila memenuhi syarat yang telah ditetapkan oleh agama, dan wajib bagi pedagang muslim untuk tidak meninggalkan perintah-perintah agamanya disamping kesibukannya.⁸

Allah mensyaratkan bahwa untuk sahnya jual beli harus sesuai dengan perjanjian antara mereka kecuali ada syarat khair mereka berdua atau antara pihak-pihak.⁹ Tentang transaksi jual beli, apakah praktik jual beli yang dijalankan oleh seseorang itu sudah sesuai dengan syariat Islam atau belum, hal ini dilakukan agar mereka menggeluti dunia usaha dapat mengetahui hal-hal yang dapat mengakibatkan jual beli itu menjadi sah atau tidak. Rasulullah saw. melarang jual beli barang yang terdapat unsur penipuan sehingga mengakibatkan termakannya harta manusia dengan cara yang batil, begitu

⁸ Yusuf Al-Qardawi, *Hudal Islam, Fatwa Mu'ashirah*, Alih Bahasa Abdurrahman Ali Bauzir, cet ke-3, (Surabaya: Risalah Gusti, 1996), hlm. 374-375.

⁹ Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah: Hukum Ekonomi, Bisnis dan Sosial*, (Surabaya: Putra Media Nusantara, 2010), hlm. 144.

juga jual beli yang mengakibatkan lahirnya kebencian, perselisihan dan permusuhan di kalangan kaum muslim.¹⁰

Dahulu transaksi jual beli biasa dilakukan dengan cara barter atau harus membeli kebutuhannya secara langsung dimana kedua belah pihak hadir dalam satu tempat. Namun dalam perkembangannya jual beli yang dulu hanya dilakukan dengan cara barter kemudian berubah menggunakan alat transaksi berupa uang, dan kini disertai dengan pesatnya teknologi jual beli bisa dilakukan secara *online*. Hal tersebut dipengaruhi oleh teknologi informatika yang sangat dirasakan manfaatnya, berbagai jenis transaksi dan barang yang diperjualbelikan sangatlah beragam seperti jual beli barang atau jasa.¹¹

Teknologi yang semakin maju, menjadikan perniagaan tidak lagi harus menggunakan cara tradisional, mengumpulkan dagangan di pasar atau menawarkan kepada setiap orang yang ditemui. Akan tetapi, sekarang perniagaan dapat dilakukan lebih mudah melalui internet. Pemanfaatan dunia *online* untuk menjalankan bisnis atau lebih dikenal *e-commerce* sudah cukup terkenal di kalangan pengusaha seiring meningkatnya pengguna internet ditanah air. Belanja secara *online* telah menjadi kebiasaan dan gaya hidup. Oleh karena itu media sosial atau yang sering disebut jejaring sosial merupakan salah satu hal yang paling dinamis dunia saat ini, tidak lagi hanya menjadi jembatan komunikasi antara manusia di dunia maya, akan tetapi

¹⁰ Abu Bakar Jabir El-Jazari, *Pola Hidup Muslim (Minhajul Muslim) Etika*, Alih Bahasa Rachmat Djatnika dan Ahmad Sumpeno, cet. ke-2, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993), hlm. 45.

¹¹ Erwandi Tarmidzi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, cet. 12 (Bogor: PT. Berkat Mulia Insani, 2016), hlm. 264-265.

media sosial sudah berubah dengan berbagai fungsi. Banyak orang yang memanfaatkan media sosial untuk memenuhi beragam kebutuhan, mulai dari media mengekspresikan diri, mengejar ketenaran, menggalang dukungan, hingga mencari penghasilan.¹²

Jual beli di berbagai media sosial sudah menjadi hal yang lumrah di kehidupan masyarakat Indonesia saat ini. Salah satunya yakni di media sosial berupa Instagram. Di Instagram foto objek yang diperjual-belikan dapat di ekspos dengan cepat sampai ribuan orang dapat dengan mudah mengaksesnya. Jumlah *followers* akun instagram itu sendiri mempengaruhi gaya tarik dari pihak pembeli. Banyaknya *followers* dapat menaikkan ego dan rasa percaya diri dari si pemilik akun. Dengan kata lain, jumlah *followers* sebuah akun instagram menjadi barometer nilai tingkat pengaruh dan popularitas akun tersebut. Jual beli *followers* akun berbagai sosial media mulai diminati oleh semua kalangan yang mempunyai akun instagram, khususnya dari kalangan anak muda sekarang ini. Fenomena tersebut lagi-lagi menjadi peluang para pelaku usaha untuk mendapatkan sejumlah keuntungan, yaitu dengan cara menjual *followers* di sosial media.¹³

Instagram adalah salah satu media sosial yang fungsi utamanya adalah mengunggah dan membagikan (*sharing*) foto atau video secara *online*.

Instagram diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010 M bertepatan dengan

¹² Nurul Hasna, dkk. "Pendekatan Sosiologi Hukum terhadap Praktik Jual Beli Followers di media Sosial Instagram di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan", *Journal of Islamic and Law Studies*, Volume 3, Nomor 2, Desember 2019, hlm. 22-23 <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/jils/issue/view/472> diakses pada tanggal 25 Juni 2021 pukul 06.24 WIB.

¹³ Anifayaqun Nisa Shahab, "Tinjauan Hukum Perjanjian Syari'ah Terhadap Jual Beli Akun Sosial Media Instagram", *Skripsi* (Malang: Jurusan Hukum Bisnis Syari'ah Fakultas Syari'ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018), hlm. 3-4.

tanggal 27 Syawal 1431 H dan dirilis pertama kali untuk platform iOS. Sebanyak 25 ribu pengguna berhasil mendaftar di hari pertama. Pada tanggal 13 Oktober 2010 M bertepatan dengan tanggal 5 Dzulqa'dah 1431 H penggunaannya mencapai 100 ribu dan pada tanggal 21 Desember 2010 M bertepatan dengan tanggal 15 Muharram 1432 H mencetak rekor jumlah pengguna mencapai 1 juta dan terus bertambah hingga saat ini. Kini, Instagram sudah dapat digunakan dalam program *smartphone* lainnya seperti Android. Ini juga membuat penggunaan Instagram semakin luas.¹⁴

Instagram adalah aplikasi untuk *photo-sharing* dan layanan jejaring sosial *online*. Instagram sendiri ialah jaringan sosial yang paling populer khususnya di Indonesia. Dengan ini popularitas Instagram digunakan untuk berbagai keperluan termasuk untuk kepentingan bisnis. Tidak hanya sekedar tempat mengunggah foto dan video saja. Tetapi Instagram dijadikan sebagai sarana baik promosi ataupun penjualan dari produk yang dipasarkan. Tanpa harus mengeluarkan banyak biaya pemasaran dan dirasa efektif yang menjadikan alasan utama di kalangan pebisnis untuk menjadikan Instagram sebagai sarana berpromosi. Selain itu, aplikasi Instagram ini juga mampu menciptakan selebriti Instagram atau yang sering disebut dengan *selebgram*. Banyak para pengguna Instagram mendadak menjadi selebriti dikarenakan foto dan videonya yang unik. Dan *followers* yang mencapai ribuan juga akan membuat si pengguna terkenal di dunia Instagram tersebut. Fenomena-

¹⁴ Dewi Kurniawati, "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa", *Jurnal Simbolika*, Volume 1, Nomor 2, September 2015, hlm. 194 <http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika/article/download/200/162> diakses pada tanggal 2 Juli 2021 pukul 13.47 WIB.

fenomena inilah yang menciptakan berbagai peluang bisnis baru di instagram. Beberapa diantaranya adalah penambah *followers* (jual beli *followers*), *like*, *viewer*, *endorse*, dan berjualan produk dan jasa.¹⁵

Faktanya menunjukkan bahwa pengguna instagram untuk keperluan bisnis sudah banyak, dari kalangan usaha kecil menengah hingga perusahaan besar. Instagram dijadikan sarana promosi maupun penjualan dari produk yang dipasarkan. Tanpa harus mengeluarkan banyak biaya pemasaran dan dirasa efektif yang menjadikan alasan utama di kalangan pebisnis untuk menjadikan instagram sebagai sarana berpromosi.

Fenomena tersebut menjadi peluang para pelaku bisnis untuk mendapatkan sejumlah keuntungan, yaitu dengan cara menjual *followers* di media sosial. *Followers* adalah akun atau pemilik atau orang yang mengikuti sosial media seseorang, berbagai macam *followers* ditawarkan oleh para pelaku bisnis tersebut dari harga yang rendah sampai harga yang tinggi, semakin tinggi harga semakin banyak pula *followers* yang didapatkan.

Dalam transaksi tersebut ditawarkan dua macam *followers*, yaitu *followers aktif* atau *real human followers* dan *followers pasif* atau *bot followers*. Perbedaan dari *followers* aktif dan pasif adalah jika *followers aktif*, *followers* tersebut akun-akunnya dari orang Indonesia asli keunggulannya bisa *comment* dan *like* (selayaknya real akun) kelemahannya bisa *unfollow* jika tidak tertarik. Akun tersebut sangat cocok untuk sebuah *olshop* untuk mendapatkan pelanggan dengan cepat. Sementara itu, *followers pasif* tidak

¹⁵ *Ibid*, hlm 194-195.

bisa *like* atau *comment* . selain itu, dari kedua macam *followers* tersebut, konsumen dapat memilih kewarganegaraan mana yang akan diterapkan pada *followersnya* misalnya *followers* asli Indonesia, Arab, China, atau bisa juga acak.¹⁶

Pada transaksi jual beli secara elektronik dan dunia maya sama halnya dengan transaksi jual beli yang dilakukan dalam dunia nyata, dilakukan oleh pihak terkait, walaupun jual beli secara elektronik ini pihak-pihaknya tidak bertemu dengan secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet. Dalam transaksi jual beli elektronik, pihak-pihak yang terkait antara lain¹⁷:

1. Penjual atau *merchant* atau pengusaha yang menawarkan sebuah produk melalui internet sebagai usaha,
2. Pembeli atau konsumen, yaitu setiap orang yang tidak dilarang oleh Undang-Undang, yang menerima penawaran dari penjual atau pelaku usaha yang berkeinginan melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh penjual atau pelaku usaha,
3. Bank sebagai pihak penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual atau pelaku usaha atau *merchant*, karena pada transaksi jual beli secara elektronik penjual dan pembeli tidak berhadapan secara langsung, sebab mereka berada pada lokasi yang

¹⁶ Nurul Hasna, dkk. “Pendekatan Sosiologi Hukum terhadap Praktik Jual Beli Followers dimedia Sosial Instagram di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan”, *Journal of Islamic and Law Studies*, Volume 3, Nomor 2, Desember 2019, hlm. 23-24 <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/jils/issue/view/472> diakses pada tanggal 25 Juni 2021 pukul 06.24 WIB.

¹⁷ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta: Rasa Persada, 2003), hlm. 65.

berbeda sehingga pembayaran dapat dilakukan melalui perantara dalam hal ini adalah baik,

4. *Provider* sebagai penyedia jasa layanan akses internet. Jual beli *online* yang banyak diminati oleh para konsumen yakni contohnya seperti jual beli yang ditawarkan di akun sosial instagram, pembeli dapat melihat barang-barang yang diperjualbelikan, akun *followers instagram* juga diperjualbelikan secara *online*.

Setiap orang yang membeli *followers instagram* rata-rata memiliki kepentingan dan pemanfaatannya tersendiri. Diantaranya ada yang memanfaatkan *followers* tersebut untuk bisnis atau jual beli *online*, terutama bagi mereka yang mempunyai “*online shop*”, karena dengan semakin banyaknya *followers*, otomatis akan semakin banyak pula orang yang mengenal *online shop*-nya tersebut, juga membuat penjualan produk akan semakin bertambah konsumennya. Karena, ketika sebuah akun instagram sudah banyak *followers*-nya, secara otomatis ia akan memiliki reputasi sehingga menarik minat calon pembeli dari sejumlah barang yang dipromosikannya. Selain itu, ada juga seseorang yang membeli *followers* hanya untuk dirinya sendiri, karena memang ingin mempunyai *followers* yang banyak sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka atau bahkan demi meningkatkan popularitas, biasanya hal ini terjadi pada *selebgram*.¹⁸

Permasalahan jual beli *followers instagram* juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi

¹⁸ Anifayaqun Nisa Shahab, “Tinjauan Hukum Perjanjian Syari’ah Terhadap Jual Beli Akun Sosial Media Instagram”, *Skripsi* (Malang: Jurusan Hukum Bisnis Syari’ah Fakultas Syari’ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018), hlm. 4-5.

Elektronik. Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik.¹⁹ Mengenai jual beli ini juga diatur dalam pasal 17-21. Dimana dalam pasal ini menjelaskan bahwa dalam jual beli harus ada penjual dan pembeli, objek transaksi, terdapat alat tukar yaitu berupa uang dan objek transaksi, transaksi dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (*cod* maupun transfer), dan terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli.²⁰

Dalam transaksinya penjual *followers* tersebut tidak memberi adanya keterbukaan atau kejujuran terhadap konsumen sehingga dapat menimbulkan unsur spekulasi. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh Umi Kholisatul Muawanah dengan Lulu Faiqoh (pembeli *followers*) bahwasanya ketika konsumen membeli *followers* aktif maka otomatis akun orang-orang yang masuk database penyedia jasa *followers* tersebut akan *follow* akun pembeli secara paksa, dan sewaktu-waktu akun tersebut bisa *unfollow* jika akun yang diikutinya tersebut tidak menarik atau tidak disukainya. akun yang masuk di dalam database adalah akun yang pernah memakai layanan *followers* versi gratis jadi secara otomatis akun itu akan terhubung ke API dan masuk ke database si penyedia layanan *followers*. Dan untuk pembelian *followers* pasif jika pihak dari instagram mengetahui adanya *bot followers*, pihak instagram sewaktu-waktu dapat melakukan razia untuk akun tersebut dan waktunya tidak bisa diprediksi. Selain itu, terdapat pula penjual *followers* yang

¹⁹ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 1 ayat (2).

²⁰ Pasal 17-21.

melakukan kecurangan terhadap pembeli *followers*, salah satunya adalah ketika seseorang membeli *followers* dan hanya menginginkan *followers* aktif saja, tetapi setelah melakukan transaksi ternyata penjual mencampurkan antara *followers* aktif dan *followers* pasif, sehingga pihak pembeli merasa dirugikan.²¹

Objek akad bermacam-macam sesuai dengan bentuknya, objek akad dalam jual beli adalah barang yang diperjualbelikan dan harganya, akad dalam gadai objeknya adalah barang gadai dan hutang yang diperolehnya, akad dalam sewa objeknya adalah manfaat dari apa yang di sewa, seperti tenaga manusia, rumah, dan tanah.²² Agar suatu objek akad bisa dikatakan sah, maka perlu memperhatikan syarat-syaratnya, antara lain: barangnya yang *masyru'*/legal, bisa diserahterimakan pada waktu akad, diketahui oleh para pihak akad, dan objeknya harus ada pada waktu akad/terjadi ketika akad.²³ Sebagaimana diterangkan dalam kitab *Fikih Islam Wa Adillatuhu* bahwa objek transaksi jual beli bisa dikatakan tidak sah karena mengandung unsur penipuan/*gharar* yaitu keberadaannya yang tidak pasti. Akan tetapi diantaranya jual beli ini tidak sah karena adanya yang *batil* seperti jual beli *madhāmīn* (sperma dari pejantan), *malāqīh* (sel telur dari betina) dan *hablul habalah* (anak dari anaknya). Adapula yang *fasid* seperti jual beli *dharbatul qānīsh wal ghāish*, *muzabanah* (jual beli kurma yang matang dan anggur

²¹ Umi Kholisatul Muawanah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Followers Di Media Instagram", *Skripsi*, (Semarang: Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang, 2019), hlm. 4-5.

²² Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalah*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2012), hlm. 78.

²³ Oni Sahroni, M. Hasanuddin. *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 37-38.

yang masih dipohonnya dengan buah yang sudah dipetik, dengan perkiraan dan penaksiran), *muhaqalah* (jual beli gandum yang masih di bulirnya dengan gandum yang masih di bulirnya juga, dengan perkiraan dan penaksiran), *muzalamasah* (melaksanakan jual beli dengan sebab menyentuhnya saja), *munabadzah* (mengesahkan jual beli dengan sebab melemparkan barang pada pembeli atau dengan salah satu barang dagangan), dan *hashāt* (barang yang terkena lemparan batu).²⁴

Alasan peneliti melakukan penelitian di media sosial instagram, karena pengguna instagram pasti memiliki *gadget* yang mendukung aplikasi tersebut, yaitu *android phones* maupun *iPhone*. Hal ini berarti instagram memiliki pengguna yang rata-rata kelas menengah ke atas. Instagram memang digunakan sebagai aplikasi berbagi foto, fitur-fitur yang tersedia di instagram akan mendukung gambar produk yang di upload di dalamnya. Selain itu, instagram juga mempermudah pencarian kata dengan memakai tanda “#-hashtag”. *Hashtag* juga mempermudah orang lain untuk mencari topik yang saling berhubungan.

Berdasarkan latar belakang di atas, persoalan yang kemudian muncul adalah terdapat pada objeknya karena ketika barang yang diperjualbelikan berupa *followers* maka akan menimbulkan pertanyaan apakah *followers instagram* dapat diperjualbelikan sebagai objek yang tidak terlihat?, selain itu, untuk jenis akun-nya baik itu aktif maupun pasif penjual tidak memiliki kuasa secara penuh terhadap objek tersebut, karena akun tersebut pada

²⁴ Wahbah Az-Zuhaili, *Fikih Islam Wa Adillatuhu*, Alih Bahasa Abdul Hayyie al-Kattani, dkk. (Jakarta: Gema Insani. 2011), hlm. 165-166.

dasarnya tidak dimiliki oleh penjual. Melihat persoalan tersebut, maka penulis merasa tertarik dan bertujuan untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul **Jual Beli *Followers* dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penyusun mengangkat rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana jual beli *followers instagram* menurut Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik?

C. Tujuan Dan Kegunaan

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui jual beli *followers instagram*
- b. Untuk mengetahui jual beli *followers instagram* menurut Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

2. Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan secara teoritis

Diharapkan hasil dari skripsi ini sebagai bahan masukan sekaligus sumbangsih kepada para pemikir hukum Islam, untuk dijadikan sebagai salah satu metode ijtihad terhadap peristiwa-peristiwa yang muncul dipermukaan yang belum diketahui status hukumnya.

b. Kegunaan secara praktis

1) Bagi pengguna *instagram*

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan masyarakat atau pengguna *instagram* akan pentingnya memahami jual beli *instagram*, agar tidak tertipu.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya, untuk dikaji lebih mendalam sehingga dapat memberikan temuan penelitian yang lebih bervariasi.

D. Telaah Pustaka

Telaah pustaka adalah kajian terhadap hasil penelitian atau karya kontemporer yang membahas subyek yang sama, khususnya skripsi, tesis atau disertasi atau karya akademik lain yang merupakan hasil penelitian. Tujuannya untuk mengetahui sejauh mana penelitian yang telah dilakukan

terhadap subyek pembahasan, dan untuk mengetahui perbedaan penelitian-penelitian yang sudah ada dengan penelitian yang sudah dilakukan.²⁵

Adapun referensi yang digunakan penyusun sebagai telaah pustaka yang terkait dengan masalah jual beli *followers* instagram dalam penelitian ini antara lain:

Skripsi yang ditulis oleh Umi Kholisatul Muawanah yang berjudul Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli *Followers* di Media Instagram. Dalam skripsi ini membahas tentang hukum jual beli *followers* adalah tidak sah, karena termasuk jual beli *fuḍuli* (jual beli yang bukan miliknya),²⁶ Penulis melihat persamaan dalam penelitian ini karena sama-sama membahas hukum jual beli *followers* instagram. Namun ada perbedaannya karena dalam penelitian ini hanya melihat dari segi hukum Islam saja.

Skripsi yang ditulis oleh Mustiqoh Septiyani dengan judul Tinjauan Hukum Islam terhadap Transaksi Jual Beli *Followers* di Media Sosial Instagram. Dalam skripsi ini membahas bahwasanya transaksi jual beli *followers* instagram telah memenuhi rukun jual beli, hanya saja dari segi obyek akad dalam jual beli ini termasuk transaksi *fuḍuli* (jual beli tanpa seizin pemilikinya), maka transaksi tersebut dianggap batal.²⁷ Dalam penelitian ini

²⁵ Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Pedoman Penulisan Skripsi* (Yogyakarta: Fakultas Syari'ah dan Hukum, 2017), hlm. 3-4.

²⁶ Umi Kholisatul Muawanah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Followers Di Media Instagram", *Skripsi*, (Semarang: Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang, 2019).

²⁷ Mustiqoh Septiyani, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers Di Media Sosial Instagram", *Skripsi* (Purwokerto: Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah IAIN Purwokerto, 2017).

terdapat persamaan dengan penelitian penulis yakni sama-sama membahas hukum jual beli *followers* instagram, namun ada perbedaannya karena penelitian ini hanya fokus membahas dari segi hukum Islam.

Skripsi yang ditulis oleh Mutiara Devi yang berjudul *Jual Beli Followers Sosial Media Instagram dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Kota Metro*. Dalam skripsi ini membahas bahwa hukum jual beli *followers* adalah sah yang hukumnya boleh atau mubah, karena memenuhi syarat jual beli. Begitu juga bila dilihat dari segi prinsip muamalah jual ini tetap ada manfaatnya namun bersifat fiktif, bahkan bisa mendatangkan madarat yang dapat merugikan pembeli dan masyarakat umum.²⁸ Penulis melihat persamaan dalam skripsi ini, yakni sama-sama membahas hukum jual beli *followers* instagram, namun perbedaannya dalam skripsi ini hanya melihat dari segi hukum muamalah saja.

Karya ilmiah yang ditulis oleh Nurul Hasna, Rusdiyah dan Arie Sulistiyoko yang berjudul *Pendekatan Sosiologi Hukum terhadap Praktik Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan*. Artikel ini dipublikasikan oleh *Journal of Islamic and Law Studies* Volume 3, Nomor 2, Desember 2019. Pembahasan dalam artikel ini melalui pendekatan sosiologi hukum, yang menghasilkan bahwa jual beli *followers* terkesan memiliki ketidakjelasan tujuan dari pokok barang yang dijual, sehingga akan memunculkan sifat menipu dan tidak memiliki dasar hukum

²⁸ Mutiara Devi, "Jual Beli Followers Sosial Media Instagram dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah di Kota Metro", *Skripsi* (Metro: Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah IAIN Metro, 2020).

yang jelas.²⁹ Penulis melihat persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas jual beli *followers* instagram. Namun pada penelitian ini hanya fokus dalam sudut pandang sosiologi, sedangkan dalam penelitian penulis tidak hanya melihat dari sudut pandang sosiologi melainkan dilihat juga dari sudut pandang hukum yakni menurut UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE dan fikih muamalah.

Karya ilmiah yang ditulis oleh Dewi Kurniawati dan Nugraha Arifin dengan judul Strategi Pemasaran melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. Artikel ini dipublikasikan oleh Jurnal Simbolika, Volume 1, Nomor 2, September 2015. Pembahasan dalam artikel ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang rendah tetapi pasti antara strategi pemasaran *Brodo Footwear* di instagram dan minat beli mahasiswa di FISIP Universitas Sumatera Utara.³⁰ Pada penelitian ini sama sekali tidak membahas mengenai jual beli *followers* instagram. Namun ada titik persamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas transaksi jual beli melalui media sosial instagram.

Karya ilmiah yang ditulis oleh Retno Dyah Pekerti dan Eliada Herwiyanti dengan judul Transaksi Jual Beli *Online* dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i. Artikel ini dipublikasikan oleh Jurnal Ekonomi, Bisnis,

²⁹ Nurul Hasna, dkk. "Pendekatan Sosiologi Hukum terhadap Praktik Jual Beli Followers dimedia Sosial Instagram di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan", *Journal of Islamic and Law Studies*, Volume 3, Nomor 2, Desember 2019, <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/jils/issue/view/472> diakses pada tanggal 25 Juni 2021 pukul 06.24 WIB.

³⁰ Dewi Kurniawati, "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa", *Jurnal Simbolika*, Volume 1, Nomor 2, September 2015, <http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika/article/download/200/162> diakses pada tanggal 2 Juli 2021 pukul 13.47 WIB.

dan Akuntansi (JEBA), Volume 20, Nomor 02, Tahun 2018. Pembahasan dalam artikel ini menunjukkan bahwa transaksi jual beli *online* secara hukum menurut mazhab syafi'i diperbolehkan dengan dasar jual beli wakalah yang diwakilkan kepada kurir atau *delivery service*, dengan catatan bahwa kurir tersebut memiliki surat tugas kuasa dalam melakukan penjualannya. Disyaratkan juga ketika melakukan transaksi elektronik, hendaknya para pelaku memperhatikan prinsip kehati-hatian, transparansi, akuntabilitas dan kewajaran.³¹ Pada penelitian ini ada titik persamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas jual beli *online*, namun ada perbedaannya karena penelitian ini sama sekali tidak membahas jual beli *followers* instagram.

E. Kerangka Teoritik

Sebuah penelitian memerlukan adanya teori sebagai alat bedah untuk menganalisis masalah-masalah yang akan dibahas. Kerangka teori adalah serangkaian proposisi antar konsep-konsep yang saling berhubungan yang menerangkan secara sistematis suatu fenomena dengan cara menentukan hubungan antar konsep.³² Dalam upaya menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teori diantaranya:

³¹ Retno Dyah Pekerti, Eliada Herwiyati, "Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Mazhab Asy-Syafi'i", *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, Volume 20 Nomor 2 Tahun 2018, <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/jeba/article/viewFile/1108/1256> diakses pada tanggal 4 Juli 2021 pukul 05.56 WIB.

³² Ishaq, *Metode Penelitian Hukum; Penulisan Skripsi, Tesis serta Disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 62.

1. Masalah Mu'tabarah

Maslahah mu'tabarah adalah kemaslahatan yang didukung oleh syara', maksudnya ada dalil khusus yang menjadikan dasar bentuk dan jenis kemaslahatan tersebut.³³ Misalnya untuk memelihara jiwa, disyariatkan hukum qisas bagi pembunuh yang melakukannya dengan sengaja dan bukan karena haknya (Q.S. 2:179). Contoh lainnya hukuman atas orang yang meminum minuman keras, dalam hadis Rasulullah dipahami secara berlainan oleh para ulama fikih, disebabkan perbedaan alat pemukul yang dipergunakan Rasulullah ketika melaksanakan hukuman bagi orang yang meminum minuman keras.

Dalam rangka mewujudkan kemaslahatan di dunia maupun di akhirat, berdasarkan penelitian para ahli usul fikih, ada lima unsur pokok yang harus dipelihara dan diwujudkan. Kelima pokok tersebut adalah agama (*hifdh al-din*), jiwa (*hifdh al-nafs*), akal (*hifdh al-aql*), keturunan (*hifdh an-nasl*) dan harta (*hifdh al-mall*). Seorang akan memperoleh *maslahah* manakala ia dapat memelihara kelima aspek pokok tersebut. Sebaliknya, ia akan mendapatkan mafsadat apabila ia tidak dapat memeliharanya dengan baik.

Adapun contoh dari kelima unsur tersebut adalah berjihad diwajibkan karena untuk memelihara agama, larangan membunuh bertujuan untuk memelihara jiwa, keharaman minuman keras adalah untuk menjaga akal manusia, larangan berzina berfungsi untuk menjaga

³³ Muksana Pasaribu, "Maslahat dan Perkembangannya sebagai Dasar Penetapan Hukum Islam", *Jurnal Justitia*, Vol.1 No 04 Desember 2014, hlm. 356.

kesucian keturunan, dan pencurian dilarang untuk tujuan pemeliharaan harta.³⁴

Maṣlahah mu'tabarah dapat dijadikan sebagai metode penetapan hukum Islam, sebagaimana para ulama usul fikih sepakat mengatakan bahwa *Maṣlahah Al-Mu'tabarah* dapat dijadikan hujjah dalam menetapkan hukum Islam. Kemaslahatan seperti ini termasuk dalam metode qiyas.³⁵

2. Hukum Perikatan

Hukum perikatan adalah hubungan hukum dalam lapangan harta kekayaan antara dua orang atau lebih dimana pihak yang satu berhak atas sesuatu dan pihak yang lain berkewajiban atas sesuatu.³⁶

Dengan melihat pengertian hukum perikatan, maka unsur-unsur yang terdapat dalam perikatan yaitu³⁷:

- a. Hubungan hukum antar pihak, yaitu hubungan yang di dalamnya melekat hak pada salah satu pihak dan melekat kewajiban pada pihak lainnya.
- b. Kekayaan, hukum perikatan merupakan bagian dari hukum harta kekayaan (*vermogensrecht*) dan bagian lain dari hukum harta kekayaan adalah hukum benda.

³⁴ Ali Sodiqin, dkk, *Fiqh Ushul Fiqh; Sejarah, Metodologi dan Implementasi di Indonesia*, (Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014), hlm. 80.

³⁵ Nasroen Haroen, *Ushul Fiqh*, (Jakarta, Logogs Wacana Ilmu, 1997), hlm. 120.

³⁶ Arrisman, *Hukum Perikatan Perdata dan Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, cet. Ke-1, (Jakarta: CV. Tempuniak Mustika Edukarya, 2020), hlm. 4

³⁷ *Ibid*, hlm. 7-11.

- c. Pihak-pihak, para pihak pada suatu perikatan disebut subyek perikatan, yaitu kreditur yang berhak dan debitur yang berkewajiban atas prestasi.
- d. Objek hukum (prestasi), yaitu apa yang harus dipenuhi oleh si berutang dan merupakan hak si berutang. Dalam objek ini harus memenuhi beberapa syarat yaitu objeknya harus tertentu, diperbolehkan, dapat dinilai dengan uang, dan harus mungkin untuk dilaksanakan.

Dalam penerapannya, ketentuan umum dalam Bab I-IV Buku III KUHPerdara diberlakukan untuk semua perikatan, baik yang sudah diatur dalam Bab III (kecuali Pasal 1352 dan 1353) dan Bab V-XVIII maupun yang diatur dalam KUHD.³⁸ Dalam ketentuannya diatur beberapa hal, antara lain³⁹:

- a. Hak dan kewajiban pihak-pihak
- b. Pembayaran tanpa hutang
- c. Perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*)
- d. Badan hukum perdata dan publik

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara-cara prosedur ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan, mengelola bahan dan menyajikan serta menganalisis data guna menemukan atau merangkai kebenaran suatu pengetahuan yang

³⁸ *Ibid*, hlm. 21-22 .

³⁹ *Ibid*, hlm. 24-27.

dilaksanakan dengan metode-metode ilmiah, dan dapat mencapai hasil yang valid dengan rumusan yang sistematis agar sesuai dengan apa yang diharapkan, secara tepat dan searah untuk menjawab persoalan yang diteliti penulis.⁴⁰ Adapun metode penelitian yang akan digunakan oleh penyusun dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang berlandaskan data-data pustaka untuk meneliti tentang variabel-variabel terkait dalam penelitian, sehingga dapat menjelaskan studi komparatif yang relevan dan netral dengan pemahaman literasi dari masing-masing variabelnya. Hal tersebutlah yang menjadikan penelitian ini sebagai penelitian kepustakaan (*library research*).⁴¹

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif-komparatif-analisis. Maksud dari deskriptif adalah memaparkan suatu gejala dan fakta beserta variabel-variabel yang terkait dengan suatu masalah. Komparatif adalah kegiatan membandingkan dua atau lebih variabel yang terdiri dari subjek dan elemen yang dibandingkan untuk mencari persamaan dan perbedaan. Sementara analisis adalah sebuah usaha mencari dan menyusun secara sistematis suatu gejala dan fakta yang kemudian akan dilakukan telaah untuk mencari makna. Dalam hal ini akan menjelaskan kemudian membandingkan mengenai jual beli

⁴⁰ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 44.

⁴¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: AndiOfset, 1990), hlm. 9.

followers dalam perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan fikih muamalah, kemudian akan menganalisisnya sesuai dengan kerangka teori yang telah dijelaskan.

3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan *yuridis-normatif*, yaitu suatu penelitian yang meneliti peraturan-peraturan yang tertulis dan bahan hukum yang lain.⁴² Pendekatan normatif digunakan dengan maksud untuk memberikan argumentasi hukum sebagai dasar penentu apakah suatu peristiwa sudah benar atau salah serta sebagaimana sebaliknya peristiwa itu menurut hukum⁴³. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan yang merujuk kepada hukum Islam dan hukum positif.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan, maka dalam teknik pengumpulan datanya menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder, sebagai berikut:

a. Data Primer

Sumber data utama yang akan digunakan oleh penyusun dalam membahas penelitian ini adalah Kitab *Fikih Islam Wa Adillatuhu* dan kitab-kitab lainnya yang berhubungan dengan

⁴² Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, cet. Ke-3, (Jakarta: Sinar Grafika, 2002), hlm. 13.

⁴³ Mukti Fajar Nur Dewata dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 36.

pembahasan serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder atau pendukung diperoleh dari buku-buku, kitab fikih, jurnal, skripsi, serta karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian yaitu tentang jual beli *followers* instagram.

5. Teknik Analisis Data

Setelah data-data terkumpul, maka tahap selanjutnya adalah analisis data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah deduktif dan komparatif:

a. Deduktif, yaitu dengan cara menganalisis dari uraian data yang masih bersifat umum yang kemudian disederhanakan menjadi kesimpulan yang bersifat khusus. Metode ini digunakan untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan yang ada.

b. Komparatif, yaitu membandingkan antara data yang satu dengan data yang lainnya untuk menemukan persamaan maupun perbedaan yang terkandung dari pembahasan masalah.

G. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam penulisan skripsi ini penulis mengklasifikasikan persoalan-persoalan yang telah ada ke dalam lima bab agar hasil penelitian mudah difahami. Rinciannya adalah sebagai berikut:

Bab I membahas pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas tentang tinjauan umum serta pendalaman teori yang akan digunakan untuk menganalisis permasalahan sesuai dengan rumusan masalah, yaitu *Maṣlahah Mu'tabarah* dan Hukum Perikatan.

Bab III membahas mengenai jual beli *online* dan praktik jual beli *followers instagram* menurut hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang terdiri dari: ketentuan hukum Islam tentang *followers instagram*, praktik jual beli *followers instagram* menurut hukum Islam, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan praktik jual beli *followers instagram* menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Bab IV membahas tentang analisis perbandingan terhadap jual beli *followers* menurut Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Bab V merupakan penutup dari semua pembahasan penulisan penelitian yang berisi kesimpulan dan saran-saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Permasalahan jual beli *followers* instagram menurut hukum Islam. Menurut Wahbah Zuhaili, demikian pula menurut jumhur ulama, bahwa rukun jual beli meliputi *al-'aqidāni* yaitu orang yang berakad (penjual dan pembeli), *ṣīgatul 'aqdi* yaitu ijab dan kabul, dan *mahālul 'aqdi* yaitu objek akad/barang. Dilihat dari segi orang yang melakukan akad, menurut hukum Islam, dalam transaksi jual beli *followers* sudah memenuhi syarat yakni cakap, berakal sehat, serta balig. Dilihat dari segi akad ijab dan kabul, sudah memenuhi syarat akad, karena kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli bersepakat untuk melakukan jual beli, yakni kabul sudah sesuai dengan ijab, ijab dan kabul dilakukan dalam satu majelis, dan tidak terpisah, maksudnya antara ijab dan kabul tidak terdapat pemisah yang menggambarkan adanya penolakan. Dilihat dari sudut pandang obyek yang diperjualbelikan bahwa ada beberapa syarat yang perlu dipenuhi yakni hendaknya barang yang akan dijual ada, bernilai, dimiliki sendiri (barang itu terpelihara dan berada di bawah otoritas seseorang) dan bisa diserahkan terimakan pada saat transaksi. Namun pada persyaratan ini ada satu syarat yang belum terpenuhi yakni barang yang diperjualbelikan bukan dimiliki sendiri, dengan kata lain jual beli ini disebut dengan jual beli *fuḍuli*. Selain itu jual beli *followers* Instagram lebih banyak mendatangkan mudarat dari pada maslahat,

karena dampak yang diakibatkan oleh jual beli *followers* Instagram adalah tidak sesuai dengan asas muamalah yang mengedepankan prinsip kemaslahatan. Diantara mudarat yang ditimbulkan adalah adanya unsur penipuan, banyaknya akun pasif dan suatu saat akun-akun tersebut akan menghilang atau di non-aktifkan oleh pihak instagram. Dengan demikian, hukum jual beli *followers* terbagi menjadi dua, yaitu hukumnya sah bila tujuannya untuk kepentingan bisnis, dan tidak sah bila tujuannya untuk popularitas.

2. Permasalahan Jual beli *followers* instagram menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk setiap orang, mengenai jual beli *followers* instagram terdapat pada pasal 1, dan 17-21. Pada pasal 1 menjelaskan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya, dan pemanfaatan sistem elektronik oleh penyelenggara negara, orang, badan usaha, dan/atau masyarakat; pasal 17 menjelaskan bahwa adanya penjual dan pembeli; pasal 18 menjelaskan bahwa objek transaksi disini adalah *account* instagram; pasal 19 menjelaskan bahwa terdapat alat tukar yaitu berupa uang dan objek transaksi (*account* instagram); pasal 20 menjelaskan bahwa transaksi dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (*cod* maupun transfer); dan pasal 21 menjelaskan bahwa terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli.

B. Saran

1. Bagi penjual, jika ingin melakukan jual beli *followers* instagram jadilah penjual yang bisa dipertanggungjawabkan, jujur, dan tidak merugikan konsumen. Oleh karenanya, perlu dipelajari dan dipahami terlebih dahulu apakah mekanisme jual beli *followers* ini telah memenuhi rukun dan syarat jual beli sehingga dapat mencegah hal-hal yang dapat merugikan konsumen.
2. Bagi pembeli, jika ingin populer di media sosial instagram, atau mau promosi dan menginginkan banyak *followers*, maka sebaiknya menggunakan cara manual yaitu membuat suatu kreatifitas tertentu yang mampu menarik perhatian para pengguna media sosial instagram, sehingga orang yang mem-*follow* adalah *real followers* yang tertarik dengan suatu hal yang kalian lakukan. Jadi seseorang yang memiliki banyak *followers* yang memang disukai banyak orang bukan karena membelinya ataupun memanipulasinya. Gunakanlah media sosial yang baik dan benar sehingga membawa dampak positif bagi para pengguna instagram.
3. Bagi pemerintah, perkuat hukum yang mengatur segala transaksi yang terdapat dalam dunia maya atau *online*. Walaupun sudah terdapat Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, namun dengan semakin berkembangnya teknologi dan meningkatnya kebutuhan ekonomi manusia maka memungkinkan terjadinya perilaku penyimpangan.

4. Bagi akademik, diharapkan hasil dari penelitian ini sebagai bahan masukan sekaligus sumbangsih kepada para pemikir hukum, untuk dijadikan sebagai salah satu metode ijtihad terhadap peristiwa-peristiwa yang muncul dan belum diketahui status hukumnya.
5. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an/Ulum Al-Qur'an/Tafsir

Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an*, Solo: Ma'sum, 2019.

Hadis/Syarah Hadis/Ulumul Hadis

Al-Quzwaini, Abu Abdullah Muhammad bin Yazid bin Abdullah bin Majah, *Sunan Ibnu Majah*, jilid 2, ttp: DārIhya 'Al-Kitabu Al-'Arabiyah, 2009.

Fikih/Usul Fikih

Al-Qardawi, Yusuf, *Hudal Islam, Fatwa Mu'ashirah*, Alih Bahasa Abdurrahman Ali Bauzir, cet ke-3, Surabaya: Risalah Gusti, 1996.

Azzam, Abdul Aziz Muhammad, *Fiqh Muamalah Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*, Jakarta: Amzah, 2010.

Az-Zuhaili, Wahbah, *Fikih Islam Wa Adillatuhu*, Alih Bahasa Abdul Hayyie al-Kattani, dkk. Jakarta: Gema Insani. 2011.

Bahrudin, Moh, *Ilmu Ushul Fiqh*, Lampung: CV. Anugrah Utama Raharja, 2019.

Basyir, Ahmad Azhar, *Asas-Asas Hukum Muamalah*, Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2012.

Djamil, Fathurrahman, *Hukum Ekonomi Islam; Sejarah, Teori dan Konsep*, cet. Ke-2, Jakarta: Sinar Grafika, 2015.

El-Jazari, Abu Bakar Jabir, *Pola Hidup Muslim (Minhajul Muslim) Etika*, Alih Bahasa Rachmat Djatnika dan Ahmad Sumpeno, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993.

- Fuad, *Materi Hukum Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Prodi Perbandingan Mazhab Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.
- Haroen, Nasroen, *Ushul Fiqh*, Jakarta, Logogs Wacana Ilmu, 1997.
- Hasan, Akhmad Farroh, *Fikih Muammalah dari klasik hingga kontemporer (teori dan praktik)*, Malang: UIN-Maliki Malang Press, 2018.
- Hasan, Husein Hamid, *Nazhariyat al- maşlahah fi Al-Fiqh Al-Islamy*, Kairo: Dar Al-Nahdhat Al-‘Arabiyah, 1971.
- Nawawi, Ismail, *Fiqh Muamalah: Hukum Ekonomi, Bisnis dan Sosial*, Surabaya: Putra Media Nusantara, 2010.
- Nawawi, Ismail, *Fiqh Muamalah (Klasik dan Modern)*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Sadzali, Ahmad, *Pengantar Belajar Usul Fikih*, Yogyakarta: Pusat Studi Hukum Islam (PSHI) Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2017.
- Sahroni, Oni, M. Hasanuddin, *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Sodiqin, Ali, dkk, *Fiqh Ushul Fiqh; Sejarah, Metodologi dan Implementasinya di Indonesia*, cet. Ke-1, Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2014.
- Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Syafei, Rachmat, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: CV Pustaka Setia, 2001.
- Tarmidzi, Erwandi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, cet. Ke-12, Bogor: PT. Berkat Mulia Insani, 2016.

Yuslem, Nawir, *Al-Burhan fi Ushul Fiqh; Kitab Induk Usul Fikih (Konsep Mashlahah Imam al-Haramain al-Juwayni dan Dinamika Hukum Islam)*, Bandung: Citapustaka Media, 2007.

Zuhdi, Masjfuk, *Studi Islam (Jilid III Muamalah)*, cet. Ke-2, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.

Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Buku Ketiga Perikatan.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Jurnal/Skripsi

Anwar, Rifky Fadillah, “Jual Beli Followers Sosial Media Instagram dalam Perspektif Hukum Islam”, *Skripsi*, Bengkulu: Program Studi Hukum Ekonomi Syari’ah Fakultas Syari’ah Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019.

Devi, Mutiara, “Jual Beli Followers Sosial Media Instagram dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah di Kota Metro”, *Skripsi*, Metro: Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syari’ah IAIN Metro, 2020.

Hasna, Nurul, dkk. “Pendekatan Sosiologi Hukum terhadap Praktik Jual Beli Followers dimedia Sosial Instagram di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan”, *Journal of Islamic and Law Studies*, Volume 3, Nomor 2, Desember 2019.

- Kurniawati, Dewi, “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa”, *Jurnal Simbolika*, Volume 1, Nomor 2, September 2015.
- Madjid, Siti Saleha, “Prinsip-Prinsip (Asas-Asas) Muamalah”, *J-HES; Jurnal Hukum Ekonomi Syari’ah*, Volume 2, No. 1, Januari-Juni 2018.
- Misran, “Al-Maslahah Mursalah (suatu metodologi alternatif dalam menyelesaikan persoalan hukum kontemporer)”, *Jurnal Justisia*, Volume 1 Nomor 1 Tahun 2016.
- Muawanah, Umi Kholisatul, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Followers Di Media Instagram”, *Skripsi*, Semarang: Program Studi Hukum Ekonomi Syari’ah Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang, 2019.
- Pasaribu, Muksana, “Maslahat dan Perkembangannya sebagai Dasar Penetapan Hukum Islam”, *Jurnal Justisia*, Vol.1 No 04 Desember 2014.
- Pekerti, Retno Dyah, Eliada Herwiyati, “Transaksi Jual Beli *Online* dalam Perspektif Syariah Mazhab Asy-Syafi’i”, *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, Volume 20 Nomor 2 Tahun 2018.
- Rohman, Abdur, “Menyoal Filosofi ‘An Taradin Pada Akad Jual Beli (Kajian Hukum Ekonomi Syari’ah dalam Transaksi Jual Beli)”, Madura: *Jurnal Et-Tijarie*, Volume 3, Nomor2, 2016.
- Sari, Meutia Puspita, “Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau”, *JOM FISIP*, Vol. 4 No. 2. Oktober 2017.

Septiyani, Mustiqoh, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers Di Media Sosial Instagram”, *Skripsi*, Purwokerto: Jurusan Hukum Ekonomi Syari’ah Fakultas Syari’ah IAIN Purwokerto, 2017.

Shahab, Anifayaqun Nisa, “Tinjauan Hukum Perjanjian Syari’ah Terhadap Jual Beli Akun Sosial Media Instagram”, *Skripsi*, Malang: Jurusan Hukum Bisnis Syari’ah Fakultas Syari’ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018.

Lain-lain

Amalia, Nanda, *Hukum Perikatan*, Aceh: Unimal Press, 2012.

Arrisman, *Hukum Perikatan Perdata dan Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, cet. Ke-1, Jakarta: CV. Tempuniak Mustika Edukarya, 2020.

Dewata, Mukti Fajar Nur dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2010.

Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Syari’ah dan Hukum, 2017.

Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research*, Yogyakarta: AndiOfset, 1990.

Ishaq, *Metode Penelitian Hukum; Penulisan Skripsi, Tesis serta Disertasi*, Bandung: Alfabeta, 2017.

Makarim, Edmon, *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta: Rasa Persada, 2003.

Nazir, Moh, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005.

Purkon, Arip, *Bisnis Online Syari’ah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014.

Subekti, *Hukum Perjanjian*, Bandung: PT. Intermasa, 2010.

Waluyo, Bambang, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, cet. Ke-3, Jakarta: Sinar Grafika, 2002.

Internet

“3 jenis transaksi jual beli online terpopuler di Indonesia”, pada laman <https://www.maxmanroe.com/3-jenis-transaksi-jual-beli-online-terpopuler-di-indonesia.html>.

KBBI Daring, pada laman <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/jual%20beli>.

Tuasikal, Muhammad Abduh, “Penipuan dan Pengelabuan dalam Jual Beli”, *Rumaysho.com Mengenal Ajaran Islam Lebih Dekat*, pada laman <https://rumaysho.com/7154-penipuan-dan-pengelabuan-dalam-jual-beli.html>

Wahid, “Lima tempat jualan online”, *Marketing.co.id inspiring the leadership*, pada laman <https://marketing.co.id/lima-tempat-jualan-online/>.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA