

**ANALISIS FATWA DSN MUI NO. 110/DSN-MUI/IX/2017 TERHADAP  
JUAL BELI AKUN NETFLIX MELALUI MEDIA SOSIAL  
(STUDI KASUS PADA PEMILIK AKUN TWITTER @kangjualan0)**



**SKRIPSI**

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU HUKUM ISLAM / ILMU HUKUM**

**OLEH:**

**ITSNAN FAJAR NUR IKHSAN**

**17103080083**

**PEMBIMBING:**

**A HASHFI LUTHFI, M.H.**

**PRODI HUKUM EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2022**

## ABSTRAK

Seiring berjalannya waktu, praktik jual beli pun mengalami perkembangan terkait barang maupun jasa yang diperjualbelikan salah satunya adalah jual beli akun premium suatu aplikasi di media sosial (Twitter). Kegiatan pada bidang hiburan seputar menonton film, serial, dan hiburan menonton lainnya, masa kini tidak pernah jauh dari platform penyedia jasa *Streaming*. Netflix merupakan layanan *streaming* berbasis langganan yang memungkinkan pelanggan atau penonton untuk menonton film di perangkat terhubung ke internet tanpa iklan. Salah satunya penjualan akun Netflix melalui media sosial (Twitter). Dalam Fatwa DSN MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli dinyatakan bahwa *mutsmān/mābi'* atau barang yang dijual harus berupa barang dan atau hak yang boleh dimanfaatkan menurut syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) kualitatif. Metode penelitian ini menggunakan teknik deskriptif analitis pendekatan yuridis normatif. Penelitian ini diambil dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dari narasumber. Sumber data sekunder yang diperoleh dari hasil observasi, buku, jurnal, al-Qur'an, al-Hadits dan sumber-sumber lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli ini bertentangan dengan aturan yang ditetapkan bahwa komersialisasi tanpa seizin penyedia aplikasi itu dilarang. Sedangkan dalam Fatwa DSN MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 menjelaskan bahwa ketentuan *mutsmān/mābi'* barang yang diperjualbelikan harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta dipahami dimengerti oleh penjual dan pembeli. Keduanya wajib memenuhi rukun dan syarat-syaratnya. Kemudian bahwasanya praktik jual beli ini tidak sepenuhnya jual beli melainkan terdapat beberapa akun yang bertransaksikan sewa menyewa.

**Kata kunci:** *Jual beli, Netflix, Fatwa DSN MUI*

## ABSTRACT

Over time, the practice of buying and selling has also experienced developments related to goods and services being traded, one of which is buying and selling premium accounts for an application on social media (Twitter). Activities in the entertainment sector around watching movies, series, and other viewing entertainment, nowadays are never far from streaming service provider platforms. Netflix is a subscription-based streaming service that allows subscribers or viewers to watch movies on devices connected to the internet without ads. One of them is selling Netflix accounts through social media (Twitter). In the DSN MUI Fatwa No. 110/DSN-MUI/IX/2017 concerning the Sale and Purchase Agreement, it is stated that *mutsman/mabi'* or goods sold must be in the form of goods and/or rights that may be used according to sharia and the applicable laws and regulations.

The type of research used in this research is qualitative field research. This research method uses a descriptive analytical technique with a normative juridical approach. This research was taken by using primary data obtained from interviews with informants. Secondary data sources obtained from observations, books, journals, al-Qur'an, al-Hadith and other sources.

The results of the study show that this buying and selling practice is contrary to the stipulated rules that commercialization without the permission of the application provider is prohibited. While in the DSN MUI Fatwa No. 110/DSN-MUI/IX/2017 explains that the provisions on *mutsman/mabi'* of goods being traded must be stated explicitly and clearly and understood by both the seller and the buyer. Both must meet the pillars and conditions. Then that the practice of buying and selling is not completely buying and selling but there are several accounts that transact leases.

**Keywords:** *Buying and selling, Netflix, Fatwa DSN MUI*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi saudara Itsnan Fajar Nur Ikhsan

Kepada Yth.,  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

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

Nama : Itsnan Fajar Nur Ikhsan  
NIM : 17103080083  
Judul : Analisis Fatwa DSN MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017  
Terhadap Jual Beli Akun Netflix Melalui Media Sosial  
(Studi Kasus Pada Pemilik Akun Twitter @kangjualan0)

Sudah dapat di ajukan kepada Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam.

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

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 07 Juli 2022 M.  
8 Dzulhijjah 1443 H.

Pembimbing,

**A Hashfi Luthfi, M.H.**

# HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



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-1228/Un.02/DS/PP.00.9/08/2022

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS FATWA DSN MUI NO. 110/IX/2017 TERHADAP JUAL BELI AKUN NETFLIX MELALUI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS PADA PEMILIK AKUN TWITTER @kangjulan0)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ITSAN FAJAR NUR IKHSAN  
Nomor Induk Mahasiswa : 17103080083  
Telah diujikan pada : Senin, 08 Agustus 2022  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
A Hashfi Luthfi, M.H.  
SIGNED

Valid ID: 6303feb47d4b



Penguji I  
Dr. Gusnam Haris, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 63043a39094fc



Penguji II  
Farrah Syamala Rosyda, M.H.  
SIGNED

Valid ID: 6303e79770de



Yogyakarta, 08 Agustus 2022  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum  
Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum.  
SIGNED

Valid ID: 63059bfe69ed

## PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Itsnan Fajar Nur Ikhsan  
NIM : 17103080083  
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syari'ah dan Hukum  
Judul Skripsi : Analisis Fatwa DSN MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 Terhadap Jual Beli Akun Netflix Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Pemilik Akun Twitter @kangjualan0)

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

Yogyakarta, 07 Juli 2022 M.

8 Dzulhijjah 1442 H.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Penyusun,



Itsnan Fajar Nur Ikhsan  
NIM. 17103080083

## MOTTO

**my choice, my path. be wise :)**

✦ **The Amazing Spider-man.**

*Pilihan saya adalah apa yang harus saya jalankan. Tapi apakah saya mampu untuk mengikuti pilihan yang sudah saya buat sampai selesai? be wise.*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Ada beberapa hal yang seharusnya bisa diselesaikan tanpa perpisahan.

Terima kasih atas segala do'a, kasih sayang, cinta, dukungan, semangat, dan momen selama ini.



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan Bahasa Arab ke Bahasa Latin. Penulisan transliterasi Arab-Latin penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	KH	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Z (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za'	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SY	Es dan Ye

ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	Ḍ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'El
م	Mim	M	'Em
ن	Nun	N	'En
و	Wawu	W	W
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

**B. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis rangkap**

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	Ditulis	<i>'iddah</i>

**C. *Ta' Marbūtah* di akhir kata**

1. Bila *ta' marbūtah* di baca mati ditulis dengan *h*, kecuali kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya.

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جِزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>

2. Bila *ta' marbūtah* diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>
--------------------------	---------	---------------------------

3. Bila *ta' marbūtah* hidup dengan *harakat fathaḥ, kasrah dan dammah* ditulis *t*

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>Zakāt al-fiṭr</i>
-------------------	---------	----------------------

#### D. Vokal Pendek

ـَ	<i>Fathaḥ</i>	Ditulis	A
ـِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ـُ	<i>Dammah</i>	Ditulis	U

### E. Vokal Panjang

1	<i>fathah+alif</i>	Ditulis	<i>Ā</i>
	جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2	<i>fathah+ya' mati</i>	Ditulis	<i>Ā</i>
	تَنْسَى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3	<i>Kasrah+ya' Mati</i>	Ditulis	<i>Ī</i>
	كَرِيم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4	<i>ḍammah+wawu mati</i>	Ditulis	<i>Ū</i>
	فُرُوض	Ditulis	<i>Furūd</i>

### F. Vokal Rangkap

1	<i>fathah+ya' mati</i>	Ditulis	<i>Ai</i>
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2	<i>fathah+wawu mati</i>	Ditulis	<i>Au</i>
	قَوْل	Ditulis	<i>Qaul</i>

### G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata

Penulisan vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan tanda apostrof (‘)

1	أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
2	لَيْلٌ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif+Lām

1. Bila kata sandang *Alif+Lām* diikuti huruf *qamariyyah* ditulis dengan *al*.

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

2. Bila kata sandang *Alif+Lām* diikuti *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta dihilangkan huruf *l* (el)-nya.

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

## J. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Žawī al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

## K. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- a. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
- b. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku Al-Hijab, Fiqh Mawaris, Fiqh Jinayah dan sebagainya.
- c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh dan sebagainya.
- d. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Hidayah, Mizan, Taufiq dan sebagainya.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT. Alhamdulillah atas segala nikmat, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **Analisis Fatwa DSN MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 Terhadap Jual Beli Akun Netflix Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Pemilik Akun Twitter @kangjualan0)**. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan terbaik untuk umat manusia.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan dan mencapai derajat Strata I pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam proses penyusunan skripsi, penyusun mendapatkan bimbingan, bantuan, motivasi, do'a serta dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu segala kerendahan hati penyusun ingin 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. H. Makhrus, S.H., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum.
3. Bapak Dr. Gusnam Haris, S.Ag., M.Ag. selaku Kepala Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.

4. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah mengarahkan, membimbing, serta membantu dalam konsultasi akademik.
5. Bapak A. Hashfi Luthfi M.H. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah sabar memberi arahan, ilmu, bimbingan, dukungan dan kemudahan dalam menyusun skripsi.
6. Seluruh Dosen UIN Sunan Kalijaga, khususnya Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat.
7. Staf Tata Usaha Fakultas Syari'ah dan Hukum serta Staf Tata Usaha Prodi Hukum Ekonomi Syariah, yang telah membantu administrasi dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tua, Bapak Matori Nur Ihsan dan Ibu Soniyah dan saudara-saudaraku. Terima kasih tak terhingga atas semua kasih sayang dan limpahan doa serta dorongan moril maupun materiil, sehingga penyusunan sampai pada titik ini.
9. Kepada sahabat BINGKAI Fotografi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan ilmu dan belajar banyak karya serta memberikan warna di setiap momen.
10. Organisasi PMII Fakultas Syari'ah dan Hukum serta sahabat-sahabat PMII yang selalu menjadi keluarga besarku.

11. Segenap pihak yang pernah hadir dalam hidup dan turut memberikan doa, dukungan, dan bantuannya, Semoga mendapat balasan berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin.

Peneliti sadar bahwa skripsi ini tentu tidak lepas dari kekurangan dan kelemahan. Hal itu disebabkan karena kurangnya ilmu dan keterbatasan kemampuan penyusun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Atas segala kekurangan dan kekhilafan dalam skripsi ini, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan sangat penyusun harapkan dengan senang hati demi perbaikan penelitian, peneliti mohon maaf yang setulus-tulusnya. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penyusun serta para pembaca.

Yogyakarta, 07 Juli 2022 M.  
8 Dzulhijjah 1443 H.

Penyusun,



Itsnan Fajar Nur Ikhsan  
NIM. 17103080083

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR .....	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
D. Telaah Pustaka .....	7
E. Kerangka Teoritik .....	13
F. Metode Penelitian.....	15
G. Sistematika Pembahasan .....	18
BAB II JUAL BELI DALAM HUKUM ISLAM DAN FATWA DSN MUI NO. 110/DSN-MUI/IX/2017 .....	19
A. Tinjauan Umum Jual Beli .....	19
B. Fatwa DSN MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli ....	26
BAB III PRAKTIK JUAL BELI AKUN NETFLIX DI TWITTER .....	33
A. Gambaran Netflix.....	33

B. Gambaran Twitter .....	35
C. Praktik Jual Beli Akun Netflix di Media Sosial oleh Online Shop pemilik akun twitter @kangjualan0.....	38
<b>BAB IV ANALISIS FATWA DSN MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 TERHADAP JUAL BELI AKUN NETFLIX MELALUI MEDIA SOSIAL .....</b>	<b>47</b>
A. Legalitas Jual Beli Akun Netflix Ke Pihak Ketiga Berdasarkan Hukum Positif Yang Berlaku Indonesia.....	47
B. Analisis Fatwa DSN MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 Terhadap Jual Beli Akun Netflix Pada Pemilik Akun Twitter @kangjualan0.....	54
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>58</b>
A. Kesimpulan .....	58
B. Saran.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Jual beli merupakan kegiatan yang dibolehkan oleh Allah SWT. Setiap muslim dapat melakukan aktivitas jual beli. Hal ini adalah Sunatullah yang diturunkan dari generasi ke generasi. Ada banyak bentuk jual beli biasanya dilihat dari cara pembayaran, akad, penyerahan barang dan barang yang diperjualbelikan. Islam sangat memperhatikan unsur-unsur tersebut dalam transaksi jual beli.<sup>1</sup>

Pada dasarnya, manusia sebagai makhluk sosial dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, baik secara material maupun non material, selalu berhubungan dengan individu yang satu dengan individu yang lainya seperti halnya jual beli. transaksi jual beli merupakan kegiatan manusia yang terus mengalami perkembangan seiring dengan berjalanya waktu. Sebagaimana pada saat ini aktivitas ekonomi sebagai aspek terpenting dalam kehidupan manusia mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Terlebih lagi dengan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang memudahkan manusia untuk bertransaksi, sehingga kegiatan ekonomi tersebut semakin bervariasi dan semakin sering untuk dilakukan.

Kegiatan usaha pun bisa dilakukan memakai internet dengan istilah *e-commerce*, seperti untuk melaksanakan, memfasilitasi, serta memproses transaksi bisnis yang melibatkan pembeli, penjual, dan pertukaran barang atau jasa dengan

---

<sup>1</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: CV Pustaka Setia, 2001), hlm. 15.

uang. Pembeli dapat dengan mudah mencari dan menemukan barang sesuai dengan keinginannya, sedangkan penjual dapat dengan praktis menampilkan barang dagangannya serta menjual dengan harga yang bersaing.<sup>2</sup>

Kegiatan pada bidang hiburan seputar menonton film, serial, dan hiburan menonton lainnya, masa kini tidak pernah jauh dari platform penyedia jasa *Streaming*. Salah satu jenis layanan untuk menonton film menggunakan internet adalah layanan *video on demand* berlangganan atau disebut juga *Streaming Video On Demand* (SVOD). Layanan *video on demand* berlangganan merupakan sebuah layanan *streaming* video sesuai permintaan di mana pengguna dibebani biaya berlangganan (umumnya per bulan) untuk dapat memilih serta menikmati konten secara bebas yang telah disediakan oleh penyedia layanan SVOD tersebut di mana pun dan kapan pun selama pengguna terkoneksi dengan internet, tanpa adanya jadwal penyiaran tertentu.<sup>3</sup> Tentu untuk memfasilitasi pengalaman menonton tersebut, berlangganan *Streaming Video On Demand* (SVOD) harus dilakukan dan Netflix salah satu platform paling populer.

Netflix merupakan layanan *streaming* berbasis langganan yang memungkinkan pelanggan atau penonton untuk menonton film di perangkat yang terhubung ke internet tanpa iklan.<sup>4</sup> Netflix menyediakan berbagai fitur dan beragam konten yang dapat dipilih oleh pelanggan, mulai dari TV Series ataupun

---

<sup>2</sup> William H. DeLone and Ephraim R. McLean, "Measuring E-Commerce Success: Applying the DeLone and McLean Information Systems Success Model," *International Journal of Electronic Commerce* 9, no. 1 (2004): hlm. 32.

<sup>3</sup> Michael L. Wayne, "Netflix, Amazon, and Branded Television Content in Subscription Video on-Demand Portals," *Media, Culture and Society* 40, no. 5 (2018): hlm. 729.

<sup>4</sup> Netflix, "What Is Netflix?," accessed November 6, 2021, <https://help.netflix.com/id/node/412>.

film beragam genre sesuai dengan selera, bisa dinikmati dengan mudah melalui beragam jenis perangkat, mulai dari handphone atau gadget, smartphone, Smart TV, hingga komputer atau laptop. Didukung dengan *subtitle* berbagai bahasa membuat penonton lebih nyaman dan leluasa lagi dalam memilih konten yang dinikmati. Untuk menggunakan layanan ini, penonton dapat berlangganan (umumnya per bulan) dengan berbagai pilihan paket layanan yang tersedia.

Dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia yang menggunakan internet untuk kegiatan mengunduh/menonton film, terlebih ditambah adanya pandemi COVID-19 (*Coronavirus disease-2019*) pada tahun lalu, Netflix mengalami peningkatan penayangan dan Indonesia sempat menerapkan karantina mandiri dimana orang-orang di rumah untuk menghindari kebosanan, mereka mencari hiburan sendiri di rumah salah satunya dengan menonton Netflix.<sup>5</sup>

Pada umumnya pembeli atau pelanggan Netflix untuk bisa menonton atau streaming, harus terlebih dahulu melakukan registrasi atau mendaftarkan akun Netflix. Kemudian jika ingin berlangganan (umumnya perbulan), Netflix menyediakan beberapa paket yang bisa dipilih, mulai dari paket Mobile Rp54.000,00 (*lima puluh empat ribu rupiah*), Basic Rp120.000,00 (*seratus dua puluh ribu rupiah*), Standard Rp153.000,00 (*seratus lima puluh tiga ribu rupiah*), Premium Rp186.000 (*seratus delapan puluh enam ribu rupiah*).<sup>6</sup> Paket langganan Netflix tersebut masing-masing dibedakan dari kualitas video yang disediakan, jumlah device yang bisa menggunakan akun, serta jumlah orang yang bisa

---

<sup>5</sup> Kazi Turin Rahman and Md. Zahir Uddin Arif, "Impacts of Binge-Watching on Netflix during the COVID-19 Pandemic," *South Asian Journal of Marketing* 2, no. 1 (2021): hlm. 99.

<sup>6</sup> "Netflix," accessed November 9, 2021, <https://www.netflix.com/signup/planform>.

menggunakan akun Netflix yang sudah didaftarkan. Sedangkan, untuk metode pembayaran Netflix dapat menggunakan kartu debit atau kredit Visa, MasterCard, dan American Express.

Namun seiring berkembangnya teknologi, semakin banyak juga perbuatan-perbuatan pemanfaatan teknologi di Indonesia. Salah satunya penjualan akun Netflix melalui media sosial. Layanan penjualan akun ini memiliki banyak peminat khususnya bagi orang yang suka menonton film atau pelanggan Netflix karena menyediakan paket lebih beragam, harga lebih terjangkau, dan untuk membelinya lebih mudah serta alternatif pembayaran bisa menggunakan berbagai macam *e-wallet* dibanding beli secara langsung pada *website* resmi Netflix yang relatif lebih mahal dan cara pembayaran cukup sulit terlebih di tengah masyarakat Indonesia penggunaan kartu kredit yang masih rendah.

Ketentuan terkait *Mutsman (mabi')* menurut Fatwa DSN MUI Nomor 110 Tahun 2007 adalah sebagai berikut.

1. *Mutsman/mabi'* boleh dalam bentuk barang dan atau berbentuk hak, serta milik penjual secara penuh (*al-milk al-tam-المالك التام*).
2. *Mutsman/mabi'* harus berupa barang dan atau hak yang boleh dimanfaatkan menurut syariah (*mutaqawwam*) serta boleh diperjualbelikan menurut syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. *Mutsman/mabi'* harus wujud, pasti atau tertentu, dan dapat diserahkan (*maqdur al-taslim*) pada saat akad jual beli dilakukan, atau

pada waktu yang disepakati jika akad yang dilakukan menggunakan akad jual beli salam atau akad jual beli istishna.

4. Dalam hal *mabi'* berupa hak, berlaku ketentuan dan batasan sebagaimana ditentukan dalam Fatwa MUI Nomor 1/MUNAS/VII/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>7</sup>

Ketentuan lainya diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik pada pasal 17 ayat 1 dan 2, yaitu:

- a. Penyelenggara transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat;
- b. Para pihak yang melakukan transaksi elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung.<sup>8</sup>

Salah satu syarat dari objek jual beli menurut Fatwa DSN MUI NO. 110/DSN-MUI/IX/2017 mengenai Akad Jual Beli seperti yang telah disebutkan di atas ialah benda atau objek yang diperjual belikan dapat dimanfaatkan menurut syariat Islam dalam artian benda atau objek tersebut mempunyai manfaat untuk diri sendiri maupun orang lain. Sementara kegiatan menonton film dinilai kurang mendatangkan manfaat sesuai syara' baik untuk diri sendiri maupun orang lain,

<sup>7</sup> DSN MUI, "Akad Jual Beli," *I*, no. 021 (2017): hlm. 5.

<sup>8</sup> Republik Indonesia, "Undang-Undang Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik," *Mensesneg*, no. September (2008): 11, <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37589/uu-no-11-tahun-2008>.

bisa dikatakan hanyalah kegiatan membuang-buang waktu, seseorang bisa kecanduan menonton secara terus menerus (*Binge Watching*) bisa menjadi lalai dan disisi lain juga menimbulkan mudharat bagi penggunanya sendiri.

Karena menonton Netflix tersebut hanya sekedar hiburan semata dan tidak mendatangkan manfaat sesuai syara' sehingga salah satu syarat dari objek jual beli diatas tidak terpenuhi. Kemudian pada jual beli akun Netflix melalui media sosial menarik untuk diteliti terkait dari praktik jual beli, proses transaksi, akad, serta objek yang diperjual belikan. Sesuai latar belakang yang telah penulis uraikan, menjadi pendorong bagi Penulis untuk tertarik dan membahas lebih lanjut mengenai **“Analisis Fatwa DSN MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 Terhadap Jual Beli Akun Netflix Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Pemilik Akun Twitter @kangjualan0).**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana legalitas jual beli akun Netflix ke pihak ketiga di Twitter berdasarkan hukum positif yang berlaku di Indonesia?
2. Bagaimana analisis Fatwa DSN MUI NO. 110/DSN-MUI/IX/2017 terhadap jual beli akun Netflix pada pemilik akun twitter @kangjualan0?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Adapun tujuan dan kegunaan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mendeskripsikan bagaimana legalitas jual beli Netflix di media sosial berdasarkan hukum positif yang berlaku di Indonesia.
- b. Penelitian analisis Fatwa DSN MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 terhadap praktik jual beli akun Netflix melalui media sosial pada pemilik akun twitter @kangjualan0.

## 2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara Teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru mengenai praktik jual beli akun Netflix pada media sosial dari analisis Fatwa DSN MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 dan diharapkan dapat menambah wawasan mengenai Muamalah dan menambah referensi penelitian di program studi Hukum Ekonomi Syariah.
- b. Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman kepada masyarakat khususnya para pengguna Netflix agar cermat dalam melakukan transaksi jual beli pada media sosial dan dapat digunakan sebagai perbandingan serta dikaji kembali sehingga bisa memberikan penelitian lebih lanjut.

## D. Telaah Pustaka

Adapun beberapa penelitian dilakukan sebelumnya yang berkaitan dan relevan dengan penelitian ini yaitu:

1. Penelitian yang disusun oleh Ahmad Dhani Fadilla dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Jual Beli Akun Netflix, Viu, dan

Spotify di Twitter.<sup>9</sup> Penelitian ini membahas tentang bagaimana bagaimana praktik jual beli akun premium di Twitter dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap jual beli akun premium di Twitter. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme praktik jual beli tersebut melanggar aturan komersialisasi tanpa seizin penyedia aplikasi. Kemudian adanya kesalahan dalam akad bahwa praktik jual beli tersebut tidak bisa dibidang jual beli tetapi ada beberapa akun yang diperjualbelikan berakad sewa menyewa.

2. Penelitian yang disusun oleh Muhammad Fadel Ramadhan dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Akun Instagram (Studi Pada Group Ladang Sosmed Facebook)”.<sup>10</sup> Penelitian ini membahas bagaimana praktik jual beli akun sosial media Instagram ditinjau dari hukum Islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi jual beli akun Instagram tersebut diketahui pada praktiknya secara rukun dan syarat terdapat ketidaksesuaian terhadap *ma'qud alaih* yaitu harus jelas barangnya, bermanfaat, jenis, suci, dan dapat diserahkan serta diketahui oleh kedua belah pihak. Namun pada praktiknya terdapat percampuran *followers* aktif dan pasif sehingga pihak pembeli tidak mengetahuinya dan sepenuhnya tidak dapat memanfaatkannya karena ada kecacatan terhadap objek transaksi tersebut dan termasuk jual beli *tadlis*.

---

<sup>9</sup> Ahmad Dhani Fadilla, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Akun Netflix, Viu, Dan Spotify Di Twitter” (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021).

<sup>10</sup> Muhammad Fadel Ramadhan, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Akun Instagram (Studi Pada Ladang Sosmed Facebook)” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021).

3. Penelitian yang disusun oleh Muhammad Usman Alfian dengan judul “Pengaruh Web Series Netflix Terhadap Kebutuhan Film Hiburan Mahasiswa Fisip USU”.<sup>11</sup> Penelitian ini membahas seberapa besar pengaruh *Web Series* Netflix terhadap Kebutuhan film hiburan mahasiswa-FISIP USU. Hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh kuat adanya *Web Series* Netflix terhadap kebutuhan film hiburan mahasiswa FISIP USU.
4. Jurnal ilmiah yang disusun oleh Padian Adi Salamat Siregar dengan judul “Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Hukum Islam”.<sup>12</sup> Jurnal ini membahas bagaimana keabsahan akad jual beli melalui internet ditinjau dari hukum Islam. Jurnal tersebut menyimpulkan bahwa menurut Islam transaksi *Online* dibolehkan berdasarkan prinsip-prinsip yang ada dalam perdagangan Islam, kecuali pada barang.jasa yang tidak boleh untuk diperdagangkan sesuai syariat Islam. Hukum dasar bisnis *online* sama seperti akad jual beli.
5. Penelitian yang disusun oleh Eka Wahyu Pradani dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Aplikasi Android (Study Kasus Pada Pemilik Akun Instagram @JualAppVip dan @Jualpremiumvip di Bandar Lampung).<sup>13</sup> Penelitian ini membahas bagaimana praktik dalam pelaksanaan jual beli online aplikasi android dan tinjauan hukum islam

---

<sup>11</sup> Muhammad Usman Alfian, “Pengaruh Web Series Netflix Terhadap Kebutuhan Film Hiburan Mahasiswa Fisip USU” (Universitas Sumatera Utara, 2021).

<sup>12</sup> Padian Adi Salamat Siregar, “Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Hukum Islam,” *Edutech* 5, no. 1 (2019): 9.

<sup>13</sup> Eka Wahyu Pradani, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Aplikasi Android (Study Kasus Pada Pemilik Akun Instagram @JualAppVip Dan @Jualpremiumvip Di Bandar Lampung)” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).

terhadap praktik jual beli online aplikasi android. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jual beli online aplikasi android dibolehkan dalam islam selama orientasinya hanya pada pemanfaatan ilmunya saja. Akan tetapi, hal tersebut kemudian menjadi pertentangan dengan hukum syara' karena aplikasi android yang menjadi objek jual beli bukan merupakan hasil dari kepemilikan penuh dari penjual, melainkan hasil dari pembajakan *Software* yang kemudian di komersilkan. Sehingga kegiatan itu mengakibatkan kerugian bagi pemilik asli aplikasi android tersebut.

6. Penelitian yang disusun oleh Alfi Husna dengan judul “Analisis Jual Beli Akun *Game Online Mobile Legends* Menurut Fatwa DSN MUI NO. 110/DSN-MUI/IX/2017 (Studi Kasus *Squad Saints Indo 2*).<sup>14</sup> Penelitian ini menjelaskan mengenai praktik jual beli akun *game online Mobile Legends* dan analisis Fatwa DSN MUI NO. 110/DSN-MUI/IX/2017 terhadap jual beli tersebut terkait objek akadnya. Mekanisme atau proses jual beli tersebut biasanya dengan masuk ke dalam grup jual beli akun *Mobile Legends* yang ada di media sosial seperti *Facebook*, *line*, *Instagram*. Kemudian admin sebagai pihak ketiga memposting akun yang akan dijual disertai deskripsi seperti harga, jumlah skin dan hero, rank yang telah dicapai, dan atribut-atribut lainnya. Ketika sudah disepakati antara penjual dan pembeli, pihak penjual akan menyerahkan username beserta passwordnya. Adapun hasil dari penelitian ini bahwa jual beli

---

<sup>14</sup> Alfi Husna, “ANALISIS JUAL BELI AKUN GAME ONLINE MOBILE LEGENDS MENURUT FATWA DSN MUI NO. 110/DSN-MUI/IX/2017 (Studi Kasus *Squad Saints Indo 2*)” (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2019).

akun game online *Mobile Legends* hukumnya mubah atau boleh karena dari syarat dan rukun yang menjadi dasar dari jual beli telah terpenuhi. Meskipun ada dampak negatif yang disebabkan dari bermain game online *Mobile Legends* tersebut tidak serta merta membuat jual beli tersebut menjadi haram, karena akibat yang disebabkan dari permainan game online ini tidak membuat akad jual belinya menjadi *fasid* atau rusak.

7. Penelitian yang disusun oleh Eka Riana dengan judul “Jual Beli *Followers* Pada Toko Online *Shopee* Menurut UU ITE No. 11 Tahun 2008 dan Hukum Islam”.<sup>15</sup> Penelitian ini membahas tentang jual beli dan bagaimana mekanisme transaksi jual beli *Followers* pada aplikasi *Shopee* dalam hukum Islam dan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem jual beli *Followers* pada aplikasi *Shopee*, mekanismenya sama dengan jual beli barang biasa hanya saja dalam jual beli *Followers* ini objeknya bukan berupa barang yang nyata dan menurut Islam tidak sah karena objek yang diperjualbelikan tidak terpenuhi karena ada beberapa ketentuan dalam jual beli seperti status kepemilikan objek dari penjual serta termasuk jual beli yang bathil. Penelitian tersebut bagi penulis merupakan hal penting sebagai tinjauan pustaka mengingat jual beli akun Netflix melalui media sosial pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan jual beli *online* lainnya dengan bertransaksi tanpa bertemu bertatap muka dengan pihak penjual

---

<sup>15</sup> Eka Riana, “Jual Beli *Followers* Pada Toko Online *Shopee* Menurut UU ITE NO. 11 Tahun 2008 Dan Hukum Islam” (Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2020).

akun kemudian pembeli melakukan kesepakatan untuk melakukan transaksi secara langsung.

8. Penelitian yang disusun oleh Cindy Novita Sari dengan judul “Tinjauan Yuridis Terhadap Jual Beli Youtube Premium Oleh Online Shop Di Media Sosial”.<sup>16</sup> Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana jual beli yang dilakukan oleh *online shop* kepada pihak ketiga terkait legalitas jual beli berdasarkan hukum positif yang berlaku di Indonesia dan akibat hukum dari pengalihan akun *Youtube* premium ke pihak ketiga oleh *online shop*. Adapun hasil dari penelitian ini bahwa jual beli *Youtube* premium oleh *online shop* di media sosial merupakan tindakan ilegal karena tindakan tersebut telah melanggar kontrak elektronik selaku perjanjian yang sah antara pihak *Youtube* dengan online shop yang membeli layanan tersebut dan merupakan tindakan yang tidak beritikad baik karena pihak *online shop* menyebarkan informasi elektronik yang bukan haknya. Kemudian akibat hukum dari pengalihan akun ke pihak ketiga merupakan wanprestasi.

Secara umum, penelitian tentang jual beli online pada media sosial sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Namun, sejauh ini penulis belum menemukan penelitian yang khusus membahas mengenai analisis jual beli akun Netflix melalui media sosial menurut Fatwa DSN MUI NO. 110/DSN-MUI/IX/2017.

---

<sup>16</sup> Cindy Novita Sari Putri, “Tinjauan Yuridis Terhadap Jual Beli Youtube Premium Oleh Online Shop Di Media Sosial” (Universitas Riau, 2020).

## E. Kerangka Teoritik

Dalam penulisan penelitian ini dengan adanya kerangka teoritik yang akan digunakan sebagai pisau analisis guna membedah masalah-masalah yang akan diteliti.

1. Ketentuan terkait *Mutsman (mabi')* menurut Fatwa DSN MUI Nomor 110 Tahun 2007 adalah sebagai berikut.
  - a. *Mutsman/mabi'* boleh dalam bentuk barang dan atau berbentuk hak, serta milik penjual secara penuh (*al-milk al-tam-الملك التام*);
  - b. *Mutsman/mabi'* harus berupa barang dan atau hak yang boleh dimanfaatkan menurut syariah (*mutaqawwam*) serta boleh diperjualbelikan menurut syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
  - c. *Mutsman/mabi'* harus wujud, pasti atau tertentu, dan dapat diserahkan (*maqdur al-taslim*) pada saat akad jual beli dilakukan, atau pada waktu yang disepakati jika akad yang dilakukan menggunakan akad jual beli salam atau akad jual beli istishna;
  - d. Dalam hal *mabi'* berupa hak, berlaku ketentuan dan batasan sebagaimana ditentukan dalam Fatwa MUI Nomor 1/MUNAS/VII/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dengan menggunakan fatwa diatas digunakan penulis untuk menganalisis berbagai permasalahan yang terjadi di lapangan dari praktik jual beli, proses transaksi, akad, serta objek yang diperjual belikan.

1. *Milk al-Tam* (Milik Sempurna) dalam Islam merupakan hak milik sempurna atau penguasaan pemilikan meliputi manfaatnya dan bendanya sekaligus.<sup>17</sup> *Milk al-Tam* (Milik Sempurna) memiliki tiga ciri, yaitu; Pertama, pemilik dapat menggunakannya secara bebas dan mengelolanya sesuai keinginannya sendiri. Kedua, sepanjang tidak bertentangan dengan syariat, pemiliknya bebas menggunakannya dalam segala hal dan kepentingan. Ketiga, atribusi dan perolehan manfaat tidak dibatasi oleh tempat serta waktu tertentu.<sup>18</sup> Demikian berarti bahwa kepemilikan bersifat selamanya kecuali dialihkan berdasarkan hukum yang berlaku. Dikalangan Madzhab Maliki, Syafi'i dan Ahmad ibn Hanbal berpendapat bahwa *al-mal* adalah sesuatu yang mempunyai *al-qimah* (bernilai materi) atau *al-qimah al-iqtishadiyyah* (bernilai ekonomi).

Adapun supaya tidak terjadi kesalahpahaman terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian ini, berikut dijelaskan telaah pustaka dari istilah-istilah dalam penulisan berikut.

Netflix adalah layanan di bidang hiburan yang memungkinkan pelanggan atau pengguna menonton tayangan kesukaan kapan pun, dimana pun, dan hampir bisa lewat medium apa pun seperti *smartphone*, smartTV, PC, maupun laptop.

---

<sup>17</sup> Ali Al-Khafifi, *Mukhtashar Akham Al-Muamāl Ah Al-Syar'iyah* (Kairo: Matba'ah al-Sunnah, 1952), hlm. 9.

<sup>18</sup> Ibid., hlm. 26.

Netflix hampir serupa dengan langganan televisi berbayar (*cable tv*) bisa menentukan sendiri konten yang ingin ditonton serta bersih dari iklan jadi tidak perlu menunggu jadwal penayangan.<sup>19</sup>

*Account* atau akun dalam internet adalah data tentang pengguna atau pengguna, merupakan identitas virtual atau data diri seseorang di dunia maya biasanya minimal terdiri dari *username dan password*. Akun biasanya digunakan untuk tujuan tertentu misalnya untuk berkomunikasi misalnya mengirim pesan berupa teks atau gambar, file video, atau suara.

## F. Metode Penelitian

Metode Penelitian pada dasarnya merupakan langkah yang dimiliki atau cara ilmiah yang dilakukan oleh peneliti dalam rangka mendapatkan data atau informasi dengan kegunaan dan tujuan tertentu.<sup>20</sup> Dalam penelitian skripsi ini, beberapa metode penelitian yang digunakan penulis adalah sebagai berikut.

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field research*) dianggap juga sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk pengumpulan data kualitatif. Penelitian lapangan adalah peneliti terjun ke lapangan, mempelajari suatu proses atau penemuan yang terjadi secara alami, mencatat, menganalisis, menafsirkan dan melaporkan serta menarik

---

<sup>19</sup> Fatimah Kartini Bohang, "Akhirnya Masuk Indonesia, Netflix Itu Apa?," *Kompas.Com*, last modified 2016, accessed November 25, 2021, <https://tekno.kompas.com/read/2016/01/07/13085347/Akhirnya.Masuk.Indonesia.Netflix.Itu.Apa>.

<sup>20</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm 2.

kesimpulan-kesimpulan dari proses tersebut.<sup>21</sup> Kemudian sifat penelitian ini adalah deskriptif-analitis. Penelitian dilakukan membuat gambaran dan menganalisis secara sistematis faktual dan akurat mengenai fakta fakta, serta hubungan fenomena yang diselidiki.

## 2. Pendekatan Penelitian

Penulis dalam penelitian ini akan menggunakan metode pendekatan Yuridis normatif. Yuridis normatif yaitu penelitian yang difokuskan dalam bahan menganalisis permasalahan dilakukan dengan cara memadukan bahan-bahan hukum (yang merupakan bahan sekunder) dengan data primer yang diperoleh dari lapangan.

## 3. Sumber Data

a. Sumber data primer, yaitu sumber data yang diperoleh dari sumbernya melalui wawancara dan dokumentasi terhadap pelaku atau penjual akun netflix melalui media sosial untuk selanjutnya disusun oleh peneliti atau penulis, dan Fatwa DSN MUI NO. 110/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Jual Beli.

b. Sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari peraturan perundang-undangan, buku buku literatur, pendapat para ahli hukum, serta hasil penelitian lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

## 4. Teknik Pengumpulan Data

---

<sup>21</sup> Moh. Nasir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Graha Indonesia, 1999), hlm. 63.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode penelitian lapangan, untuk mengumpulkan data primer yang diperoleh melalui wawancara. Adapun informan dalam wawancara tersebut adalah penjual akun Netflix pada media sosial. Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka atau melalui *video conference* (jika tidak memungkinkan). Dilakukan dengan bertanya dan meneliti secara mendalam terhadap masalah atau topik yang berkaitan dengan penelitian. Wawancara juga dilakukan secara semi terstruktur, wawancara ini menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang telah ditentukan dengan tetap membuka pertanyaan-pertanyaan yang lebih luas dan tetap berhubungan dengan penelitian.

#### 5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini dalam tahap menganalisis dan mengolah data, penulis menggunakan Penelitian ini memakai metode analisis induktif kualitatif. Analisis data dilakukan menggunakan data-data khusus terkait praktik jual beli akun Netflix melalui media sosial diperoleh melalui wawancara. Kemudian dilakukan analisis menurut fatwa Fatwa DSN MUI NO. 110/DSN-MUI/IX/2017 untuk selanjutnya diambil kesimpulan umum sebagai akibatnya menjawab rumusan duduk perkara yang diteliti.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Bab I pada bab ini merupakan bab pendahuluan yang memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II dalam skripsi ini berisi tentang gambaran umum yang merupakan penjelasan lebih lanjut dari subbab kerangka teoritik pada bab I, diantaranya tinjauan umum jual beli menurut hukum Islam dan fatwa DSN MUI NO. 110/DSN-MUI/IX/2017.

Bab III membahas mengenai gambaran umum mengenai Netflix, mekanisme dan praktik jual beli Netflix di media sosial oleh online shop pemilik akun twitter.

Bab IV berisi tentang bagaimana legalitas jual beli akun Netflix ke pihak ketiga berdasarkan hukum positif yang berlaku di Indonesia dan analisis fatwa DSN MUI NO. 110/DSN-MUI/IX/2017 yang dilakukan penulis terhadap jual beli akun Netflix melalui media sosial.

Bab V merupakan bagian terakhir penutup dari penelitian ini yang berisi tentang kesimpulan dan saran yang diberikan sesuai dengan permasalahan yang ada. Serta hasil penelitian dapat bisa dijadikan evaluasi dan informasi bagi penelitian selanjutnya atau para pihak yang terkait dengan permasalahan ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan dan pembahasan analisis di bab sebelumnya, yakni dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Transaksi jual beli akun premium Netflix merupakan transaksi yang dilarang karena sesuai peraturan yang tertulis di aturan pengguna masing-masing aplikasi di atas bahwa dilarang melakukan tindakan komersialisasi terhadap aplikasi-aplikasi tersebut tanpa seizin pihak aplikasi-aplikasi tersebut. Apalagi jual beli semacam ini rawan penipuan karena selain cara jual belinya juga dilakukan secara online, yakni melalui aplikasi Twitter yang terkadang menyediakan akun yang tidak sesuai dengan permintaan pembeli. Adapun masalahnya, Anda harus memberikan akun premium yang berlaku selama tiga bulan, tetapi setelah satu bulan, akun premium tidak dapat lagi menggunakan layanan premium, meskipun terkadang penjual akan mengganti akun baru dan memberikan jaminan, pembeli juga karena itu menanggung kerugian. Hal ini melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keselamatan, dan keamanan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

2. Fatwa Fatwa DSN MUI No. 110/DSN-MUI/XI/2017 memiliki kedudukan menjelaskan hukum untuk memberikan petunjuk serta pencerahan kepada masyarakat tentang hukum dan pelaksanaan jual beli pada umumnya. Berdasarkan analisa penulis jual beli akun Netflix di Twitter tidak diperbolehkan karena tidak memenuhi ketentuan Keempat dalam Fatwa DSN MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 *Mutsman (Mabi')* yakni barang yang diperjualbelikan dalam transaksi jual beli (*ba'i*). Setelah dianalisis, adapun bentuk transaksi jual beli akun Netflix ini tidak sepenuhnya jual beli melainkan terdapat beberapa akun yang lebih condong masuk ke transaksi sewa menyewa. Untuk akun premium Netflix *sharing*, akun premium Netflix *private* (akun dari penjual), kepemilikan yang dimiliki pembeli hanyalah kepemilikan manfaatnya saja karena setelah masa berlakunya habis maka akun-akun tersebut akan ditarik oleh penjual dan diperjualbelikan kembali. Sedangkan untuk transaksi akun premium Netflix (akun dari pembeli) oleh pembeli sepenuhnya.

## **B. Saran**

1. Bagi penjual, lebih baik mempelajari terlebih dahulu mekanisme jual belinya telah memenuhi rukun dan syarat jual belinya dalam islam serta peraturan Undang-undang yang berlaku.
2. Akan lebih baik jika Netflix membuka kantor perwakilan di Indonesia sehingga dapat membantu dalam proses legalitas dari pemerintah dan juga sebagai wadah untuk produser film di Indonesia dalam mendistribusikan filmnya di Netflix.

3. Penelitian selanjutnya dengan topik pembahas sejenis diharapkan bisa meninjau objek penelitian yang berbeda, seperti akun aplikasi premium lainnya.
4. Kepada pihak pembeli ketika ingin membeli akun supaya lebih cermat dan mempertimbangkan dampak positif dan negatif serta sesuai kebutuhan.



## DAFTAR PUSTAKA

Afif, Abdul Wahab. *Pengantar Studi Al Fatwa*. Serang: Yayasan Ulumul Qur'an, 2000.

Al-Khafifi, Ali. *Mukhtashar Akham Al-Muamāl Ah Al-Syar'iyah*. Kairo: Matba'ah al-Sunnah, 1952.

Alfan, Muhammad Usman. "Pengaruh Web Series Netflix Terhadap Kebutuhan Film Hiburan Mahasiswa Fisip USU." Universitas Sumatera Utara, 2021.

Amin, Ma'ruf. *Fatwa Dalam Sistem Hukum Islam*. Jakarta: Elsas, n.d.

Ash-Shabuni, Syaikh Muhammad Ali. *Rawai'ul Bayan Tafsir Ayat-Ayat Hukum*. Semarang: CV Asy Syifa, 1993.

Ash-Shiddiqie, Hasbi. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Semarang: Pustaka Rizqi Putra, 2001.

Bohang, Fatimah Kartini. "Aakhirnya Masuk Indonesia, Netflix Itu Apa?" *Kompas.Com*. Last modified 2016. Accessed November 25, 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2016/01/07/13085347/Aakhirnya.Masuk.Indonesia.Netflix.Itu.Apa>.

DeLone, William H., and Ephraim R. McLean. "Measuring E-Commerce Success: Applying the DeLone and McLean Information Systems Success Model." *International Journal of Electronic Commerce* 9, no. 1 (2004): 31–47.

Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.

Donato, Nathan, and Weinstein. "Netflix Officially Signs on to New Los Gatos Campus." *Silicon Valley Business Journal*. Last modified 2021. Accessed April 25, 2022. <https://www.bizjournals.com/sanjose/blog/2012/12/netflix-officially-signs-on-to-new-los.html>.

Fadilla, Ahmad Dhani. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Akun Netflix, Viu, Dan Spotify Di Twitter." Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021.

Ghazali, Abdul Rahman. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.

Gunawan, Arif. "Fleets Dan 6 Fitur Baru Twitter Yang Mungkin Tidak Kamu Ketahui." *IDN Times*. Accessed May 6, 2022. <https://www.idntimes.com/tech/trend/arifgunawan/fleet-dan-beberapa-fitur-twitter-yang-jarang-diketahui-orang/7>.

Husna, Alfi. "Analisis Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends Menurut Fatwa DSN MUI Nomor 110 TAHUN 2017 (Studi Kasus Squad Saints Indo 2)." Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2019.

Kazeniach, Andy. "Social Networks: Facebook Takes Over Top Spot, Twitter Climbs." *Compete Pulse*. Last modified 2009. Accessed May 2, 2022. <https://web.archive.org/web/20110721111825/http://blog.compete.com/2009/02/09/facebook-myspace-twitter-social-network/>.

Mudzhar, Mohammad Atho. *Fatwa-Fatwa Majelis Ulama Indonesia*. Jakarta:

Dwibahasa, n.d.

MUI, DSN. "Akad Jual Beli." *1*, no. 021 (2017): 5.

Nasir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Graha Indonesia, 1999.

Netflix. "Terms and Conditions Netflix." Last modified 2018. Accessed August 22, 2022. <https://www.whats-on-netflix.com/terms-conditions/>.

———. "What Is Netflix?" Accessed November 6, 2021.

<https://help.netflix.com/id/node/412>.

Pradani, Eka Wahyu. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Aplikasi Android (Study Kasus Pada Pemilik Akun Instagram @JualAppVip Dan @Jualpremiumvip Di Bandar Lampung)." Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.

Putri, Cindy Novita Sari. "Tinjauan Yuridis Terhadap Jual Beli Youtube Premium Oleh Online Shop Di Media Sosial." Universitas Riau, 2020.

Rahman, Kazi Turin, and Md. Zahir Uddin Arif. "Impacts of Binge-Watching on Netflix during the COVID-19 Pandemic." *South Asian Journal of Marketing* 2, no. 1 (2021): 99.

Ramadhan, Muhammad Fadel. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Akun Instagram (Studi Pada Ladang Sosmed Facebook)." Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021.

Republik Indonesia. "Undang-Undang Tentang Informasi Dan Transaksi

Elektronik.” *Mensesneg*, no. September (2008): 11.

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37589/uu-no-11-tahun-2008>.

Riana, Eka. “Jual Beli Followers Pada Toko Online Shopee Menurut UU ITE NO. 11 Tahun 2008 Dan Hukum Islam.” Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2020.

Siregar, Padian Adi Salamet. “Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Hukum Islam.” *Edutech* 5, no. 1 (2019): 9.

Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.

Syafei, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: CV Pustaka Setia, 2001.

Wayne, Michael L. “Netflix, Amazon, and Branded Television Content in Subscription Video on-Demand Portals.” *Media, Culture and Society* 40, no. 5 (2018): 725–741.

“Netflix.” Accessed November 9, 2021.

<https://www.netflix.com/signup/planform>.

“Netflix.” Accessed April 20, 2022. <https://www.netflix.com/id/>.

“Twitter.” Accessed May 5, 2022. <https://id.wikipedia.org/wiki/Twitter>.

*Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta*, 2014.