

**GANTI RUGI DALAM PRAKTIK JUAL BELI *FOLLOWERS* INSTAGRAM
TINJAUAN FATWA DSN 43/DSN-MUI/VIII/2004 DAN
UU NO 08 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**



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

OLEH:

**ALI WAFI
20103080116**

PEMBIMBING:

**ZUSIANA ELLY TRIANTINI, S.HI.,M.SI.
NIP. 198203142009122003**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA 2024**

ABSTRAK

Dalam peradaban modern saat ini kegiatan jual beli dilakukan dengan lebih praktis dan mudah karena dilakukan dengan media *online* tanpa harus datang ke tempat. Tidak hanya dalam jual beli barang, melainkan jual beli zaman sekarang lebih bervariasi salah satunya adalah jual beli *followers* khususnya di Instagram, umumnya jual beli ini dilakukan untuk meningkatkan sebuah akun bisnis agar terlihat besar, karena dalam membeli sesuatu dalam media sosial konsumen melihat seberapa banyak jumlah *followers* akun bisnis tersebut. Dalam praktik jual beli *followers* ini tidak sedikit juga dari masyarakat yang membeli *followers* untuk kebutuhan pribadi agar terlihat lebih keren dan bangga akan banyaknya *follower*, dari ribuan bahkan puluhan ribu. Faktanya, dalam praktik jual beli *followers* ini banyak hal yang perlu dipertimbangkan oleh pembeli *followers*, seperti halnya akun yang dibeli tidak bertahan, konsekuensi akun di *banned*, serta kerugian dana yang kita keluarkan terbuang sia-sia.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *field research* yaitu penelitian kualitatif dengan cara dilakukan pengamatan terkait praktik jual beli *followers* di Instagram dan dilakukan pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara ke beberapa konsumen dalam kegiatan jual beli *followers*. Wawancara ini dilakukan untuk memastikan apakah dalam kegiatan jual beli *followers* sudah memenuhi hak-haknya sebagai konsumen serta kewajiban seorang pelaku usaha. Sifat dari penelitian ini merupakan deskriptif analisis untuk mengambil kesimpulan apakah praktik jual beli *followers* ini tidak ada pihak yang dirugikan dan apakah sudah sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan ketentuan hukum Islam.

Berdasarkan pendekatan yang penyusun gunakan yaitu Fatwa DSN-MUI 43/DSN-MUI/VIII/2004 tentang ganti rugi dan UU Perlindungan Konsumen No.08 tahun 1999, maka dapat diambil kesimpulan bahwa dalam kegiatan jual beli *followers* ini tidak sesuai dengan ketentuan dan hak seorang konsumen, serta dalam praktik jual beli ini konsumen sangat dirugikan karena tidak dapat mengambil haknya sebagaimana mestinya.

Kata kunci: *Followers* Instagram, Fatwa MUI, Perlindungan Konsumen

ABSTRACT

In modern civilization, buying and selling activities are now carried out more practically and easily because they are done online without having to come to a place. Not only in buying and selling goods, but buying and selling nowadays is more varied, one of which is buying and selling followers, especially on Instagram, generally this buying and selling is done to increase a business account so that it looks big, because when buying something on social media consumers see how many followers of the business account. In this practice of buying and selling followers, quite a few people also buy followers for personal needs to look cooler and be proud of the large number of followers, from thousands or even tens of thousands. In fact, in the practice of buying and selling followers, there are many things that follower buyers need to consider, such as whether the purchased account will not last, the consequences of the account being banned, and the loss of the funds we spend being wasted.

The type of research used in this research is field research, namely qualitative research by observing the practice of buying and selling followers on Instagram and collecting data by conducting interviews with several consumers in the buying and selling activities of followers. This interview was conducted to ascertain whether in buying and selling activities followers have fulfilled their rights as consumers and the obligations of a business actor. The nature of this research is descriptive analysis to draw conclusions about whether the practice of buying and selling followers does not cause harm to any party and whether it is in accordance with statutory regulations and provisions of Islamic law.

Based on the approach that the authors used, namely Fatwa DSN-MUI 43/DSN-MUI/VIII/2004 concerning compensation and the Consumer Protection Law No. 08 of 1999, it can be concluded that the activity of buying and selling followers is not in accordance with the provisions and rights of a person. consumers, and in this buying and selling practice consumers are greatly disadvantaged because they cannot take their rights as they should.

Keywords: *Instagram Followers, MUI Fatwa, Consumer Protection*



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara ALI WAFA

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

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : ALI WAFA
NIM : 20103080116

Judul : **Ganti Rugi Dalam Praktik Jual Beli Followers Instagram
Tinjauan Fatwa DSN 43/DSN-MUI/VIII/2004 Dan UU Perlindungan
Konsumen No 08 Tahun 1999.**

Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam. Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 8 Dzulqa'dah 1445 H
17 Mei 2024 M

Pembimbing:

Zusiana Elly Triantini S.H.I., M.SI.
NIP.198203142009122003



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-689/Un.02/DS/PP.00.9/07/2024

Tugas Akhir dengan judul : GANTI RUGI DALAM PRAKTIK JUAL BELI FOLLOWERS INSTAGRAM
TINJUAN FATWA DSN 43/DSN-MUI/VIII/2004 DAN UU NO.08 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALI Wafa
Nomor Induk Mahasiswa : 20103080116
Telah diujikan pada : Senin, 15 Juli 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. Zusiana Elly Triantini, S.H.I., M.SI.
SIGNED

Valid ID: 66a73d5c1f75b



Penguji I
Dr. Kholid Zulfa, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66a4624b17362



Penguji II
Ratnasari Fajariya Abidin, S.H., M.H.
SIGNED

Valid ID: 66a1d6122e9f6



Yogyakarta, 15 Juli 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 66a8997c146d8

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ALI WAFI
NIM : 20103080116
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Ganti Rugi Dalam Praktik Jual Beli *Followers* Instagram Tinjauan Fatwa DSN 43/DSN-MUI/VIII/2004 dan UU Perlindungan Konsumen No 08 Tahun 1999.”** adalah asli, hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Yogyakarta, 8 Dzulqa'dah 1445 H
16 Mei 2024 M

Yang menyatakan



ALI WAFI
NIM. 20103080116

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Now or Never”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri, yang sudah berjuang sampai pada titik ini, kepada kedua orang tua saya, Bapak. Moh Riyan dan Ibu Norhayati dan kepada seluruh keluarga besar saya, tanpa doa dan dukungan dari keluarga, saya bukanlah apa-apa. Kepada seluruh guru-guru yang telah membimbing dan memberikan ilmu nya kepada saya, serta kepada seluruh teman seperjuangan saya. Saya persembahkan kepada Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan Bahasa Arab ke Bahasa Latin. Penyusunan transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan transliterasi berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987. Secara garis besar sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	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	Ḍal	Ḍ	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 di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
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
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah

نَزَّلَ	Ditulis	<i>Nazzala</i>
الْبِرِّ	Ditulis	<i>al-birr</i>

C. Ta' Marbuṭah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>

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

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

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-Auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

3. Bila ta' marbuṭah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah dan ḍammah ditulis dengan t atau h.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāh al-Fiṭri</i>
------------	---------	-----------------------

D. Vokal Pendek

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	A	A

َ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif = \bar{a} استحسان	Ditulis	<i>istiḥsān</i>
Fathah + ya mati = \bar{a} أنتى	Ditulis	<i>unṣā</i>
Kasrah + ya mati = \bar{i} العلوانى	Ditulis	<i>al-‘ālwānī</i>
Dammah + wawu mati = $\bar{ū}$ علوم	Ditulis	<i>‘ulūm</i>

I. Vokal Rangkap

Fathah + ya mati = ai	Ditulis	<i>Gairihim</i>
Fathah + wawu mati = au	Ditulis	<i>Qaul</i>

II. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a’antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u’iddat</i>
لإنشكرتم	Ditulis	<i>la’in syakartum</i>

III. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf Qamariyyah

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur’ ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiy ās</i>

b. Bila diikuti huruf Syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

الرسالة	Ditulis	<i>ar-Risālah</i>
النساء	Ditulis	<i>an-Nisā’</i>

IV. Penyusunan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

أهل الرأي	Ditulis	<i>Ahl ar-Ra’yi</i>
-----------	---------	---------------------

أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>
-----------	---------	----------------------

F. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- a. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya hadis, lafaz, salat, zakat, dan sebagainya.
- b. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah di Latin-kan oleh penerbit, seperti judul buku *Al-Hijāb*, *Fiqh Mawāris*, *Fiqh Jināyah* dan sebagainya.
- c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf Latin, misalnya M. Quraish Shihab, Ahmad Syukri Sholeh dan sebagainya.
- d. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab misalnya Mizan, Taufiq, Al-Ma'arif dan sebagainya.



KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَأَفْضَلُ الصَّلَاةِ وَأَمُّ التَّسْلِيمِ عَلَيَّ فَخْرِ
الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ حَبِيبِ رَبِّ الْعَالَمِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ.

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT tuhan semesta alam yang menciptakan serta memelihara semua makhluk-Nya. Atas segala Rahmat dan karuniaNya penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Ganti Rugi Dalam Praktik Jual Beli Followers Instagram Tinjauan Fatwa DSN 43/DSN-MUI/VIII/2004 dan UU Perlindungan Konsumen No 08 Tahun 1999”** meskipun dengan penuh keterbatasan dan kekurangan, karena hanya Allah lah yang mempunyai sifat kesempurnaan. Tak lupa sholawat serta salam selalu terlimpah curahkan kepada junjungan kita, nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga, sahabat, dan para pengikutnya.

Setelah melewati berbagai proses dalam penyusunan skripsi ini, penyusun ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, doa, serta arahan kepada penyusun dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih ini penyusun ucapkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., MA., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Drs. H. Makhrus Munajat, S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Syaria’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, beserta para Wakil Dekan I, II, III beserta staf.
3. Bapak Dr. Gusnam Haris, S.Ag. Selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syaria’ah Fakultas Syaria’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak H. Afif Muhammad, S.AG., M.A. sebagai Dosen Penasihat Akademik yang telah membimbing dan membantu saya selama menjalani perkuliahan dari awal semester hingga akhir di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

5. Ibu Zusina Elly Triantini, S.H.I.,M.SI. Dosen Pembimbing Skripsi saya yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, ide, dan arahan yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Ibu Dosen Fakultas Syariah dan Hukum khususnya program studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama saya menempuh pendidikan, hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan pendidikan di Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah.
7. Kedua orang tua saya, Ibu saya Norhayati dan bapak saya Moh Riyan, yang tidak pernah putus dalam mendoakan saya sampai saat ini, dan seluruh keluarga besar saya, saudara saudari saya, Slamet ryadi, Sutimah, Maryamah, yang selalu *support* disetiap perjalanan Pendidikan saya. Semoga kalian selalu dalam lindungan Allah SWT dan diberikan kesehatan, kebahagiaan, berkah dan umur Panjang.
8. Semua guru dan teman-teman saya, serta para ustadz dan pengasuh PP. Mambaul Ulum Bata-Bata.
9. Sahabat-sahabat saya, Asrori,Umi Muslimah,Nirmala, yang telah menjadi teman apapun keadaanya.
10. Terima kasih juga buat semua yang selalu ada dan selalu menjadi *support system* bagi saya selama menyusun skripsi dan menjadi teman cerita sepanjang waktu.
11. Terkahir buat saya pribadi, terima kasih atas segala perjuangan selama menempuh pendidikan di Yogyakarta, terima kasih sudah bertahan.

Kepada semua pihak yang disebutkan dan tidak disebutkan satu per satu, semoga jasa dan kebaikan dari semua pihak menjadi amalan baik dan dapat balasan dari Allah SWT. Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karenanya kritik, saran, dan masukan sangat penyusun harapkan demi perbaikan karya ilmiah ke depannya. Akhir kata penyusun berharap kepada Allah SWT. semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penyusun pribadi dan umumnya untuk pembaca sekalian, amin.

Yogyakarta, 8 Dzulqa'dah 1445 H

17 Mei 2024

Hormat Saya,

ALI WAFI

NIM. 20103080116



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
D. Telaah Pustaka	13
E. Kerangka Teoritik	17
F. Metode penelitian.....	20
G. Sistematika Pembahasan	23
BAB II	
LANDASAN TEORI	
KONSEP GANTI RUGI DALAM ISLAM DAN HUKUM POSITIF	24
A. Ganti Rugi dalam Islam	24
1. Syarat.....	27
2. Rukun.....	29

B. Ganti Rugi dalam Hukum Positif.....	41
1. Pengertian UU Perinduagn Konsumen.....	43
2. Hak Konsumen dalam Kegiatan Jual Beli.....	44
BAB III	
PRAKTIK JUAL BELI FOLLOWERS INSTAGRAM	53
A. Sosial Media dan Jual Beli Online.....	53
1. Sosial Media.....	53
2. Jual beli online.....	54
B. Praktik Jual Beli <i>Followers</i> Instagram.....	59
1. Mekanisme jual beli <i>followers</i> Instagram.	60
2. Peraturan dalam jual beli <i>followers</i> Instagram.	64
3. Keuntungan dan kerugian dalam jual beli <i>followers</i>	71
C. Problematika Dalam Praktik Jual Beli <i>Followers</i> Instagram.....	77
1. Melanggar aturan hukum.....	78
2. Tidak sesuai etika bisnis.....	79
BAB IV	
ANALISIS TERHADAP KEGIATAN JUAL BELI FOLLOWERS	
INSTAGRAM TINJAUAN FATWA DSN-MUI 43/DSN-MUI/VIII/2004 DAN	
UU PERLINDUNGAN KONSUMEN NO 08 TAHUN 1999	81
A. Analisis Jual Beli <i>Followers</i> Instagram Tinjauan Fatwa DSN-MUI 43/DSN-MUI/VIII/2004	81
B. Analisis Jual Beli <i>Followers</i> Instagram Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999	90
BAB V.....	98
PENUTUP.....	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
Lampiran Lampiran.....	i
CURRICULUM VITAE.....	vi

DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Price List Followers</i>	53
Tabel 2 Keuntungan dan kerugian jual beli <i>followers</i> instagram	77



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat merupakan makhluk sosial yang terdiri dari sekumpulan individu dan hidup secara berdampingan yang melakukan interaksi antara satu dengan lainnya, cara interaksi yang kompleks serta perilaku yang baik dan bijak, menaati aturan-aturan dan norma serta nilai-nilai yang ada. Pada dasarnya masyarakat saling membutuhkan satu sama lain untuk menjalani dan menjadi pelengkap dalam kehidupan, umumnya masyarakat mempunyai beberapa kebutuhan yang wajib dipenuhi dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya kebutuhan pokok makan dan minum akan tetapi masyarakat juga membutuhkan kebutuhan sosial yang dijadikan kebutuhan pelengkap seperti membutuhkan pakaian, transportasi. Oleh karena itu tidak dapat dipungkiri bahwa kebutuhan sosial dalam bermasyarakat sangatlah penting guna memfasilitasi individu setiap orang, seperti halnya seseorang yang menjual makanan membutuhkan terhadap penjual pakaian begitupun sebaliknya.

Dalam kehidupan bersosial masyarakat tentunya tidak pernah luput dari yang namanya transaksi jual beli, setiap individu tentunya membutuhkan jual beli baik itu bersifat wajib ataupun opsional, masyarakat melakukan kegiatan transaksi jual beli yang secara tidak langsung telah membantu masyarakat lainnya, karena pada dasarnya manusia harus saling tolong menolong, lewat kegiatan jual beli ini juga dapat mempererat kepercayaan dan tali silaturahmi antara penjual dengan pembeli, dalam

kegiatan transaksi masyarakat tentunya melakukan praktek simbiosis mutualisme yang bertujuan untuk saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. Dalam kegiatan transaksi jual beli tentunya masyarakat juga harus paham terkait barang-barang yang dibeli dan digunakan sehari-hari yang dikira cocok antara barang dan harga, yang tujuannya untuk meminimalisir kerugian antar satu pihak dengan lainnya, terciptanya jual beli ini juga agar kebutuhan sehari-hari masyarakat terpenuhi.

Islam merupakan agama Allah yang tercipta secara kompleks dan *universal*, dalam agama Islam semua aspek kehidupan manusia diatur, baik dalam aspek sosial secara umum maupun individu. Salah satu hal penting yang terdapat dalam agama Islam adalah perihal transaksi jual beli, dalam Islam jual beli disebut dengan *mu'amalah*. *Mu'amalah* merupakan sebuah hukum yang didalamnya diatur tentang hubungan makhluk hidup antara satu individu dengan individu lainnya atau dalam sebuah kelompok dengan kelompok lainnya bahkan antara satu negara Islam dengan negara lain. Aturan ini dilakukan untuk tetap menjaga hak-hak manusia, guna melestarikan kemashlahatan bersama dan menghilangkan kemudhratan. *Mu'amalah* juga dikategorikan sebagai bagian dari nilai-nilai kepercayaan atau agama yang dianut yang mengatur hubungan antar sesama makhluk hidup baik sesama agama maupun berbeda agama, seperti praktik waris, wasiat, perkawinan, perwalian, sewa menyewa, pinjam meminjam, perseroan, perkoprasian, hukum tata negara, hukum

antar bangsa dan lain-lain.¹ Memahami mu'amalah sangatlah penting bagi manusia baik dari dasar-dasar hukumnya maupun hukum yang mendalam. Mengetahui hukum dari mu'amalah itu bertujuan agar kita sebagai makhluk sosial yang tidak luput dari jual beli bisa lebih paham terkait konsep dan mekanisme jual beli agar nantinya tidak terjadi kesalahan dan kecacatan dalam jual beli. Dalam Islam mu'amalah ini sangat lengkap dan teratur mulai dari tatacara sampai dengan pemilihan barang dan hak melanjutkan kegiatan transaksi, mu'amalah ini sudah sangat lama dikenal, bahkan sudah dilakukan sejak dahulu. Sejak zaman Nabi dan para sahabat mu'amalah sudah di praktikan di khalayak masyarakat, namun bedanya hanya dari segi pelaksanaannya saja.

Al-quran yang dijadikan pedoman bagi umat muslim juga telah mengatur tentang mu'amalah yang didalamnya sudah sangat lengkap dan kompleks, seperti yang kita ketahui bersama bahwasanya beberapa sumber hukum Islam diantaranya adalah Al-quran, hadis, ijma' dan qiyas. Dalam al-Qur'an ketentuan terkait mu'amalah disebutkan yang berbunyi:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا²

Ayat tersebut jelas menjadi dalil kepada kita semua dalam menjalankan kegiatan jual beli itu merupakan hal yang baik dan halal, kecuali terdapat riba

¹ Risal, a. S. S. (2022). *Jual beli followers dalam perspektif hukum islam dan undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik* (disertasi, uin sunan kalijaga yogyakarta).Hal-1

² Al-Baqarah (2):275

didalamnya. Dalam artian, kegiatan jual beli tentu merupakan suatu yang diharamkan, dan Allah sangat mengharamkan sesuatu yang mengandung riba. Dalam al-Qur'an juga disebutkan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا³

Dalam potongan ayat tersebut sudah sangat jelas bahwasanya Allah SWT memperbolehkan praktik jual beli yang dilakukan dengan baik dan benar, serta melarang praktik jual beli yang salah, seperti terdapat nya riba dan memakan harta dengan cara yang tidak benar, seperti dengan cara merampas hak orang lain, melakukan korupsi dan kebatilan lainnya. Jual beli wajib didasari dengan suka-suka antar penjual dan pembeli dan saling menguntungkan yang bertujuan untuk menciptakan jual beli yang baik dan benar.

Sebagai warga negara yang memiliki jumlah penduduk beragama Islam yang sampai saat ini tercatat sebagai salah satu penduduk terbanyak di dunia dan tentunya menaati ajaran dan kaidah Islam serta bepegang teguh terhadap Al-quran dan Hadis, masyarakat tentunya tidak hanya mengambil dan berfokus pada banyak dalil yang terdapat pada Al-quran dan Hadis, akan tetapi juga harus paham terkait fatwa-fatwa dan tafsir hukum yang menjelaskan inti dari dalil dalam Al-quran. Sebagai masyarakat yang berwarga Negara tentunya harus paham bahwa disetiap negara yang mayoritas muslim juga terdapat fatwa yang menjelaskan terkait hukum yang ada pada sumber

³ An-Nisa (4):29

hukum Islam, yang gunanya untuk dijadikan rujukan atau referensi khusus untuk menjelaskan Hukum-hukum Islam serta ekonomi syariah. Indonesia memiliki fatwa yang disebut dengan Dewan Syariah Nasional- Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yang didirikan dengan resmi pada tahun 1999 dan bertugas mengayomi serta mengawasi secara intens terkait kegiatan yang dilakukan oleh lembaga-lembaga syariah di Indonesia.⁴ DSN dijadikan patokan khusus untuk menjelaskan sebuah hukum Islam yang gunanya mempermudah dalam pengambilan hukum tertentu serta dapat mengedukasi masyarakat pada ilmu ekonomi syariah termasuk dalam kegiatan jual beli konsep serta sistematika pelaksanaan, yang dalam kegiatan jual beli jelas tertulis fatwa-fatwa yang berkaitan termasuk jual beli yang baik dan benar, serta sistem ganti rugi jika terdapat kerugian yang didapat oleh pembeli (konsumen).

Transaksi jual beli sudah dilakukan dimasa lampau, dahulu pada zaman dimana belum ada kemajuan teknologi yang mana masyarakat melakukan transaksi dengan cara barter, menukar beberapa barang dengan barang yang dibutuhkan, dengan berjalannya waktu masyarakat melakukan tukar menukar barang dengan uang langsung di tempat seperti pasar tradisional dan toko-toko terdekat, namun dengan berkembangnya zaman yang sangat pesat teknologi dan informasi dapat membawa banyak sekali perubahan bagi lingkungan masyarakat.⁵ Adanya media sosial

⁴Rahmany, S. Prakarsa MUI Dalam Mendirikan Bank Syariah di Indonesia. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. 2014 Hal-765

⁵ Setiawahyu, M. D., & Efendi, Y. Kecurangan dalam Jual Beli Menurut Al-Qur'an Perspektif Tafsir Al-Munir. *Lathaif: Literasi Tafsir, Hadis Dan Filologi*, 2022 Hal 50

menjadikan pola pikir dan perilaku pada masyarakat membuat banyak perubahan baik budaya, tingkah laku dan norma-norma yang ada. Indonesia dengan jumlah penduduk yang sangat besar dengan berbagai kultur, suku, budaya dan agama yang bermacam-macam, memiliki banyak sekali potensi perubahan sosial dan cara hidup, dari berbagai kalangan, baik yang muda-mudi sampai yang sudah tua, baik yang berkeluarga dan tidak berkeluarga hampir seluruh penduduk di negara ini memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana yang gunanya untuk mendapatkan dan menyampaikan informasi ke khalayak umum dengan mudah dan relevan.⁶ Dengan adanya perkembangan media sosial ini masyarakat bisa sangat mudah berpartisipasi serta membangun komunikasi dengan sesama, *sharing*, dan menciptakan inovasi baru lewat *bloging* di internet atau dunia maya. Blog, jejaring sosial dan wiki adalah sarana media sosial yang sangat sering digunakan oleh masyarakat disemua kalangan baik di Indonesia maupun dunia. Ada yang berpendapat bahwa media sosial adalah media maya yang dapat membantu perkembangan interaksi sosial, media sosial menggunakan teknologi berbasis *website* yang dapat menyesuaikan sebuah komunikasi bisa menjadi dialog antar sesama teman ataupun keluarga bahkan dalam jarak jauh. *Andreas Kaplan* dan *Michael Haenlein* mengartikan media sosial sebagai “sebuah sistem kumpulan aplikasi berlandaskan internet yang dibuat di atas dasar

⁶ Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), Hal-140

ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan pengembangan dan pertukaran *user-generated content*”.⁷

Melihat perkembangan teknologi semakin tumbuh dan berkembang dengan pesat, masyarakat tidak hanya memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang mempermudah relasi, akan tetapi masyarakat juga memanfaatkan hal tersebut untuk kebutuhan sehari-hari khususnya jual beli. Jual beli menggunakan media sosial dianggap lebih mudah karena caranya yang lebih fleksible, masyarakat cukup dengan menggunakan alat *smartphone* sudah bisa melakukan transaksi jual beli dan *payment* dengan mudah dan cepat, banyak sekali *platform* yang menyediakan akses untuk transaksi jual beli secara online seperti *shopee,facebook,Instagram* dan banyak lagi. Tidak hanya memudahkan bagi pembeli saja transaksi secara online pada *platform* tersebut juga sangat memudahkan bagi pelaku usaha, dengan menjual banyak produk kebutuhan masyarakat secara *online* juga menjadi peluang yang sangat besar bagi pelaku usaha disemua kalangan, manfaatnya bisa lebih menghemat dana karena tidak perlu sewa menyewa lahan untuk menjual produk kebutuhan, karena bisa dilaksanakan di rumah pribadi atau ruangan pribadi. Dengan perkembangan media sosial ini masyarakat tidak hanya fokus dalam jual beli produk, banyak sekali orang yang terlibat dalam jual beli jasa, seperti jasa desain gambar,desain logo bahkan dengan jasa pembuatan karya tulis.

⁷ Ibid, Hal-142

Dengan bermodalkan akun dalam aplikasi, masyarakat bisa dengan mudah dalam menjalankan media promosi diberbagai wilayah khususnya di Indonesia dengan membuat akun bisnis di *facebook* di *marketplace* ,*X (twitter)*, bahkan Instagram dan berbagai *onlineshop* lainnya, namun tidak banyak pelaku usaha yang benar-benar berhasil dalam menjalankan bisnis online ini, karena banyak kendala seperti barang yang dijual kurang menarik atau harga yang ditawarkan tidak cocok dengan masyarakat karena di media online ini tidak ada tawar menawar antara penjual dan pembeli, faktor lainnya adalah karena *branding* dari akun tersebut khususnya Instagram yang kurang dikenal dikalangan masyarakat dan kurang menarik perhatian konsumen. Dengan berbagai faktor tersebut banyak masyarakat yang menganggap *branding* sebuah akun pada Instagram sangatlah penting untuk produk yang ditawarkan, oleh karena itu beberapa dari pelaku usaha memutuskan untuk membangun akun tersebut dengan cara membeli *followers*. *Followers* adalah akun yang menjadi pengikut dari satu akun dengan akun lainnya, banyaknya sebuah akun dengan jumlah *followers* maka akun tersebut terlihat lebih hidup dan menarik perhatian akun lain. Adanya jual beli akun *followers* ini salah satunya bertujuan untuk membuat akun tersebut terlihat menarik dan dilirik oleh konsumen, maka dari itu banyak sekali penjual *followers* ini bermunculan dan mempromosikan jual beli *followers* di berbagai *platform*. Dengan banyaknya *followers* yang terdapat pada akun bisnis konsumen bisa tertarik dan bisa menjadi alasan akun tersebut layak dan dapat dipercaya. Pada dasarnya praktik jual beli *followers* ini memang banyak diminati oleh penjual produk atau pembisnis di Instagram untuk *branding* akun agar menarik banyak

konsumen diberbagai kalangan agar dikenal dan mempercayai akun *onlineshop* penjual,karena semakin banyak nya followers semakin banyak pula yang tertarik dengan akun tersebut.⁸

Dari maraknya aktifitas jual beli *followers* di masyarakat ternyata tidak sedikit masyarakat yang membeli akun *followers* di Instagram hanya untuk kebutuhan pribadi bukan kebutuhan bisnis atau lainnya. Pembeli akun *followers* tersebut membeli *followers* dengan alasan kepentingan pribadi untuk membuat dirinya populer karna keadaan sosial yang mana semakin banyaknya *followers* semakin bangga akan dirinya sendiri, tidak hanya itu, pembeli *followers* ini juga bertujuan agar banyak dikagumi oleh banyak orang disekitarnya, baik dari teman ataupun orang lain. Praktik jual beli *followers* ini sudah ada sejak lama, dan sampai saat ini masih jadi kegiatan normal dalam masyarakat, khususnya anak muda, dengan banyaknya followers pengguna Instagram menganggap akan ada banyaknya *attention* dari banyak orang. Banyak sekali kaum pemuda dan pemudi yang membeli *followers* di Instagram tanpa berpikir panjang dengan konsekuensi yang terjadi setelah transaksi. Pada dasarnya kegiatan jual beli *followers* ini sama saja dengan kegiatan jual lainnya yakni adanya penjual, pembeli dan barang atau jasa yang dijual, dengan ketetapan dan kesepakatan harga yang ditetapkan dan disetujui kedua belah pihak, biasanya dengan harga yang

⁸ Putri, S. U., & Salsabila, S. S. Analisis Transaksi Akad Salam dalam Jual Beli, *Followers Likes dan Viewers* (Studi Kasus Pengguna Instagram Wilayah Makassar) *Al-Ikhyar: Jurnal Bidang Mu'amalah dan Ekonomi Islam*. 2022 Hal-2

terjangkau.⁹ Namun fakta yang ada, dan terjadi dalam kegiatan jual beli *followers* ini jauh dari ekspektasi pembeli, dalam praktik ini pembeli merasa dirugikan karena terdapat kecurangan setelah proses transaksi, seperti terdapat akun yang dibeli menurun dan tidak permanen. Awalnya tidak ada yang salah dalam kegiatan jual beli *followers* namun setelah pelaksanaan kegiatan ini selesai terdapat kecacatan bahkan kecurangan dalam praktik ini yaitu terdapat kerugian dipihak konsumen karena akun *followers* yang dibeli tidak permanent atau adanya pengurangan hampir setiap harinya dikarenakan *followers* yang dibeli merupakan akun yang tidak aktif (pasif), yang awalnya pembeli sepakat membeli 100 akun *followers* akan berkurang di jam berikutnya menjadi 70 bahkan sampai berkurang hingga 60 *followers*. Dari praktik yang seperti inilah penjual jelas melanggar peraturan dalam jual beli barang atau jasa dan sangat merugikan konsumen, faktanya dalam praktik jual beli harusnya antara penjual dan pembeli sama-sama puas dan menguntungkan tidak adanya kerugian disalah satu pihak, dan hal itu sudah tertulis dalam UU perlindungan konsumen.

Instagram yang merupakan salah satu *platform* yang dijadikan sebagai media dalam melakukan jual beli *followers* tentu sebagai pelaku usaha dapat melaksanakan tugas nya sebaik mungkin dan bijak dalam mengambil tindakan apapun yang berkaitan dengan jasa yang dijual, dan apapun kasus yang terjadi merupakan tanggung jawab dari pelaku usaha jika hal tersebut merupakan murni akibat dari pelaku usaha. Dalam

⁹ Putri, S. U., & Salsabila, S. S. (2022). Analisis Transaksi Akad Salam dalam Jual Beli Followers, Likes dan Viewers (Studi Kasus Pengguna Instagram Wilayah Makassar). *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Mu'amalah dan Ekonomi Islam*. Hal-126.

transaksi tersebut harapan dari peneliti tidak terdapat korban dalam kegiatan ini dan jelas terkait hak-hak selaku konsumen dalam mendapat kerugian, mengingat dalam praktik jual beli ada hak-hak dan kepuasan yang harus dipenuhi oleh konsumen dan kewajiban-kewajiban seorang pelaku usaha yang tertulis di UU No 08 tahun 1999. Begitu juga dalam Islam sebuah praktik jual beli harus terdapat kejujuran dan tidak adanya kecurangan atau kecacatan (*garar*) dalam jual beli baik secara offline maupun melalui media sosial. Pada penjelasan mengenai fatwa DSN-MUI juga sangat jelas bagaimana dalam jual beli harus tidak ada yang dirugikan baik konsumen maupun produsen atau pelaku usaha. Oleh karena itu, penting bagi konsumen dalam mendapatkan hak-haknya tanpa adanya kerugian didalamnya.

Dari pemaparan latar belakang di atas persoalan yang terjadi adalah kerugian yang didapat konsumen, oleh karena itu, penyusun tertarik untuk membahas sistem ganti rugi yang terdapat pada kegiatan tersebut, bagaimana pemenuhan hak seorang konsumen dan hak-hak yang sesuai dengan kesepakatan serta bagaimana tinjauan dari UU yang ada dan tinjauan dari segi fatwa DSN-MUI. Maka dari itu, penyusun mengangkat penelitian ini dengan judul: **Ganti Rugi Dalam Praktik Jual Beli Followers Instagram Tinjauan Fatwa DSN 43/DSN-MUI/VIII/2004 Dan UU Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta persoalan diatas penyusun dapat mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik ganti rugi dalam jual beli *Followers* di Instagram?
2. Bagaimana tinjauan fatwa DSN 43/DSN-MUI/VIII/2004 terkait ganti rugi dalam praktik jual beli *followers* Instagram?
3. Bagaimana tinjauan UU perlindungan konsumen No.08 tahun 1999 terkait jual beli *followers* Instagram?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan terkait praktik ganti rugi dalam kegiatan jual beli *Followers* di Instagram.
- b. Untuk menjelaskan tinjauan fatwa DSN 43/DSN-MUI/VIII/2004 terkait ganti rugi dalam praktik jual beli *followers* di instagram.
- c. Untuk menjelaskan tinjauan UU perlindungan konsumen No.08 tahun 1999 terkait jual beli *followers* Instagram.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun beberapa kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Kegunaan secara teoritis

Harapan besar dari skripsi ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam melakukan kegiatan jual beli *followers* Instagram dan menambah wawasan yang lebih luas terkait fatwa MUI serta UU yang berlaku.

b. Kegunaan secara praktis

Diharapkan penelitian ini dapat berguna terhadap *user Instagram* dalam mengambil langkah yang beresiko khususnya dalam jual beli *followers* yang dapat merugikan, dan harapan peneliti juga dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya untuk dijadikan perbandingan atau rujukan dalam penelitian yang lebih dalam lagi.

D. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan kajian-kajian pada peneliti terdahulu baik itu jurnal, skripsi, maupun disertasi yang bisa dijadikan acuan penelitian. Telaah pustaka ini lebih fokus pada penemuan informasi yang cocok dengan penelitian yang diteliti dengan mengumpulkan berbagai sumber bacaan serta memilih bab-bab tertentu dalam penelitian sebelumnya.¹⁰ Yang gunanya untuk mengetahui sejauh mana penelitian ini dilakukan dan apa yang menjadi tolak ukur pembeda dengan yang sudah diteliti. Adapun beberapa referensi yang dijadikan kajian pustaka penyusun terkait jual beli *followers* Instagram adalah sebagai berikut:

¹⁰ Riwayati, S. (2018). Zakat Dalam Telaah Qs. At-Taubah: 103. *Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran Dan Tafsir*, 1(2) Hal-77-91.

Penelitian yang dilakukan oleh Aang Sobari Saeful Risal mahasiswa program studi perbandingan madzhab yang meneliti tentang jual beli followers Instagram dengan judul Jual beli followers instagram perspektif hukum islam dan undang-undang No. 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik. Pada skripsi tersebut fokus terhadap hukum islam dan hukum positif, yang mana dalam penelitiannya menyebutkan bahwasanya praktik jual beli ini ada dua versi kategori hukum. Pertama, apabila dalam jual beli akun tersebut bertujuan untuk kepentingan akun bisnis, yang kedua tidak sah apabila jual beli tersebut hanya untuk kebutuhan popularitas¹¹. Yang menjadi letak perbedaan disini adalah peneliti tersebut fokus terhadap hukumnya yakni hukum Islam dan positif.

Penelitian yang dilakukan oleh Refi Afrida Yani mahasiswi program studi Hukum Ekonomi Syariah yang meneliti tentang jual beli followers dengan judul Jual Beli *Followers* Bot Perspektif Maqasid Syariah. Pada penelitian tersebut menyebutkan bahwasanya hukum dari jual beli followers disini tidak sah menurut fatwa DSN-MUI karena objeknya yang tidak jelas wujud dan status kepemilikannya, melihat objeknya belum sepenuhnya milik penjual, dan dalam perspektif maqasid syariah disini disebutkan bahwasanya jual followers itu bermanfaat apabila sangat dibutuhkan untuk keperluan bisnis dan adanya keterbukaan antara penjual dan pembeli, dan tidak

¹¹ Risal, a. S. S. (2022). *Jual beli followers dalam perspektif hukum islam dan undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik* (doctoral dissertation, uin sunan kalijaga yogyakarta).

bermanfaat jika digunakan hanya untuk kebutuhan nafsu duniawi (hanya untuk kepuasan pribadi).¹²

Letak perbedaan dari peneliti tersebut adalah objek penelitiannya, yang berfokus pada Hukum Islam dan perspektif *maqasid syariah*.

Sebuah karya ilmiah yang ditulis oleh Sri Ujiana Putri dan Shabrina Syifa Salsabila yang berjudul Analisis Transaksi Akad Salam dalam Jual Beli Followers, Likes dan Viewers (Studi Kasus Pengguna Instagram Wilayah Makassar). Artikel tersebut dipublikasikan oleh AL-Ikhyar Jurnal Bidang Mu'amalah dan Ekonomi Islam *published* pada tahun 2022. Dalam penelitian tersebut ditarik kesimpulan hukum bahwasanya praktik jual beli tersebut tidak sah atau batal karena barang yang diperjual belikan bukan termasuk milik penjual, melainkan milik orang lain, dan melihat dari mudharat dan maslahat lebih mengarah ke mudharat karena terdapat praktik menipu dari penjual yang nantinya menyebabkan konsumen dirugikan. Dari penelitian tersebut dapat diambil perbedaan penelitian yakni pada objek penelitiannya menganalisis terkait Hukum pelaksanaannya serta status dari jual beli tersebut.¹³

Selanjutnya karya ilmiah yang ditulis oleh Muhamad Kasim, Sirajudin, Tita Ratna Irmawati yang berjudul Hukum Jual Beli Followers Di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Perbandingan *Mazhab*. Artikel ini dipublikasikan oleh Bustanul Fuqaha, Jurnal Bidang Hukum Islam Vol. 4 No. 2 (2023). Pada penelitian ini

¹² Yani, r. a. (2022). *jual beli followers bot dalam perspektif maqashid syari'ah* (doctoral disertasi, uin sunan kalijaga yogyakarta).

¹³ Putri, S. U., & Salsabila, S. S. (2022). Analisis Transaksi Akad Salam dalam Jual Beli Followers, Likes dan Viewers (Studi Kasus Pengguna Instagram Wilayah Makassar). *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Mu'amalah dan Ekonomi Islam*.

disebutkan terkait hukum islam yang terdiri dari empat pandangan madzhab yaitu Syafi'i, Hanafi, Hambali dan Maliki. Dalam penelitian tersebut menyebutkan bahwasanya kegiatan jual beli followers tidak sah menurut empat madzhab dikarenakan barang yang dibeli masih samar-samar belum jelas pemilik yang sebenarnya dan sering terjadinya penipuan. Pada penelitian ini terdapat persamaan dengan pembahasan yang penyusun angkat, yaitu sama sama membahas tentang jual beli *followers* namun yang membedakan adalah pandangan hukum nya, dalam jurnal tersebut meneliti terkait pandangan empat Imam.¹⁴

Perbedaan dari beberapa penelitian sebelumnya di sini terdapat pada sistem dan konsep ganti rugi dalam praktik jual beli *followers*, kebanyakan dari penyusun sebelumnya fokus terhadap objek hukum dari praktik tersebut, mulai dari *maqasid syariah* (teori hukum Islam) sampai dengan pandangan madzhab serta tinjauan hukum positif dan kurang membahas lebih dalam terkait sistem ganti rugi terhadap konsumen, oleh karena itu, objek peneliti kali ini berfokus pada konsumen serta sistem ganti rugi tinjauan fatwa DSN 43/DSN-MUI/VIII/2004 dan perlindungan konsumen No.08 tahun 1999 terkait jual beli *followers*.

¹⁴ Kasim, M., Sirajuddin, S., & Irmawati, T. R. (2023). Hukum Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Perbandingan Mazhab. *BUSTANUL FUQAHA: Jurnal Bidang Hukum Islam*, 4(2), 283-301.

E. Kerangka Teoritik

Sebuah penelitian tentunya memerlukan kerangka teori untuk dijadikan alat dalam menganalisa permasalahan. Kerangka teori merupakan sebuah konsep dasar penelitian sosial yang dapat membantu peneliti dalam memahami fenomena permasalahan yang ada, tujuan kerangka teori diantaranya untuk memperjelas dan mempertajam sebuah variabel serta membantu merumuskan dan menyusun penelitian.¹⁵ Beberapa teori yang digunakan penyusun dalam menjawab rumusan-rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Fatwa DSN 43/DSN-MUI/VIII/2004

Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) merupakan sebuah lembaga yang berada dibawah naungan MUI, lembaga ini dibentuk dengan wacana dan pertimbangan yang telah disepakati oleh Ulama Indonesia pada tahun 1990, DSN dibentuk dan direkomendasikan dengan berbagai alasan, salah satunya adalah karena pada saat itu belum ada yang memiliki otoritas penuh terhadap konsep ekonomi syariah di Indonesia, mulai dari bank, lembaga keuangan syariah dan lain sebagainya. DSN dibentuk dengan prinsip para ulama untuk mengefisiensi dan menanggapi isu-isu yang terjadi di lingkungan masyarakat Indonesia khususnya dalam masalah keuangan

¹⁵ Ginting, H. I. M. "Pertanggungjawaban Pidana Anak Sebagai Pelaku Tindak Pidana Pencurian Disertai dengan Pencabulan Terhadap Anak dibawah Umur" (Studi Putusan Nomor: 51/Pid. Sus-Anak/2016/PN Mdn) (Disertasi, Universitas Medan Area). 2017

syariah dan dalam pembentukan ini diharapkan dapat menjadi jalan untuk menerapkan prinsip-prinsip Islam di bidang ekonomi syariah.¹⁶

DSN juga berperan penting dalam mengeluarkan fatwa dan memberikan solusi terbaik kepada masyarakat dalam penerapan hukum, salah satunya adalah Jual beli, baik jual beli barang maupun jasa. Terdapat beberapa fatwa DSN-MUI mengenai jual beli mulai dari sistem dan hukumnya, selain itu DSN-MUI juga mengatur terkait konsep ganti rugi dalam kegiatan jual beli, dikarenakan dalam jual beli tentunya yang diutamakan adalah kepuasan seorang konsumen, oleh karena itu tidak boleh terdapat kerugian yang didapat konsumen dalam membeli barang atau jasa. Fatwa tersebut terdapat pada DSN 43/DSN-MUI/VIII/2004 di dalamnya dijelaskan bahwasanya ganti rugi (*ta'widh*¹⁷) hanya boleh dikenakan terhadap pihak yang secara sengaja melakukan pelanggaran seperti lalai dan melakukan hal yang menyimpang dari kesepakatan dan menimbulkan kerugian. Dalam fatwa tersebut juga didasari dengan dalil al-Qur'an yang berbunyi

وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا¹⁸

Dengan keberadaan fatwa DSN-MUI bisa jadi landasan hukum bagi masyarakat Indonesia khususnya dalam berperan dibidang sektor ekonomi dan

¹⁶ Rahmany, S. (2014). Prakarsa MUI Dalam Mendirikan Bank Syariah di Indonesia. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 3(1), 764-781 Hal-765

¹⁷ Istilah ganti rugi yang umumnya digunakan dalam ekonomi syariah.

¹⁸ Al-Isra' (17): 34

keuangan syariah seperti jual beli, pada pembentukan fatwa ini juga tidak asal dibentuk begitu saja, akan tetapi melalui *i'tikad* para Dewan Syariah Nasional dari waktu ke waktu.¹⁹

2. UU Perlindungan Konsumen No. 08 tahun 1999

Didalam kehidupan bermasyarakat konsumen adalah pengguna barang atau jasa yang dipergunakan dalam aktifitas sehari-hari, baik individu dan keluarga. Dalam hal ini tentunya seorang konsumen butuh dengan adanya perlindungan hukum untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan dari hak seorang konsumen.²⁰ Perlindungan hukum merupakan suatu keputusan yang diberikan suatu subyek hukum tertentu baik bersifat mencegah (preventif) maupun memperbaiki (represif). Untuk memenuhi kesejahteraan masyarakat di Indonesia tentunya telah diatur perlindungan hukum terhadap konsumen, yang terdapat pada UU Perlindungan Konsumen Nomor 08 tahun 1999, pada undang-undang ini dibentuk untuk tetap menjaga martabat konsumen agar tetap aman dan sejahtera.²¹ Menurut UU No 8 tahun 1999 Seorang konsumen memiliki hak-haknya sebagai bentuk perlindungan terhadap berjalannya kegiatan transaksi jual beli yang baik dan benar baik dari kenyamanan konsumen serta hak dan kepuasan konsumen. Adanya perlindungan ini agar dapat menciptakan kegiatan jual beli yang

¹⁹ Kementrian Sekretariat Negara Republik Indonesia, (*Peran penting keberadaan DSN-MUI ditengah masyarakat*)

²⁰ Tampubolon, W. S. Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 4(1) 2016. Hal-53

²¹ *Ibid*, Hal-56

sehat, pada dasarnya dalam undang-undang No 08 tahun 1999 ini tidak hanya membahas terkait perlindungan terhadap konsumen saja melainkan terhadap hak dan kewajiban seorang pelaku usaha juga, agar kegiatan jual beli tetap harus berjalan sebagaimana aturan dan ketetapan hukumnya.

F. Metode penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang penyusun gunakan adalah *field research* yaitu penelitian kualitatif yang dilakukan dengan cara mengamati fenomena di lingkungan sekitar dengan cara ilmiah dan diambil data yang valid untuk mengamati kejadian yang ada dalam praktik jual beli *followers* Instagram.

2. Sifat penelitian

Pada penelitian ini bersifat deskriptif-analisis, deskriptif merupakan pemaparan suatu fakta lapangan yang disertai dengan variabel terkait dengan sebuah permasalahan yang ada. Analisis merupakan bentuk kegiatan dalam mencari fakta yang kemudian disusun secara sistematis guna untuk mengkaji serta menelaah fenomena yang ada. Dalam hal ini nantinya akan dijelaskan bagaimana terkait sistem atau kejadian yang ada dalam praktik jual beli followers dan akan dianalisis sesuai dengan kerangka teori yang ada.

3. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan oleh penyusun dalam penelitian ini adalah yuridis-normatif, yaitu pendekatan yang menggunakan analisa hukum yang

tertulis dan hukum lain, yang mana dalam pendekatan tersebut bertujuan untuk melihat dari pandangan hukum terkait bagaimana suatu kegiatan sudah dilaksanakan dengan baik atau tidak²². Yang dalam hal ini penyusun mengambil tinjauan syariah dan hukum positif dalam konteks sistem ganti rugi jual beli *followers* tersebut.

4. Sumber Data

a. Data primer

Dalam hal ini penyusun mengambil data-data dari lapangan dengan menggunakan media sosial yang berkaitan dengan data dalam kegiatan praktik jual beli *followers* Instagram. Dan beberapa pihak yang terlibat dalam kegiatan jual beli *followers* instagram yakni penjual dan pembeli.

b. Data sekunder

Sumber data pendukung yang nantinya diperoleh dari buku-buku, surat kabar, karya ilmiah, dan dokumen pelengkap lainnya yang berkaitan dengan jual beli *followers* yang akan penyusun teliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang akan penyusun gunakan dalam pengumpulan data adalah:

a. Wawancara (*interview*)

²² Risal, a. S. S. (2022). *Jual beli followers dalam perspektif hukum islam dan undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (disertasi, uin sunan kalijaga yogyakarta)*.

Wawancara ini dilakukan secara terstruktur dengan maksud mengumpulkan data, dalam mencari data secara langsung melalui media sosial dengan cara memberikan beberapa pertanyaan terhadap konsumen terkait fenomena jual beli *followers*, dan akan di berlakukan bagi *user* yang pernah melakukan transaksi jual beli *followers* dengan dua kategori *user*, yaitu *user* akun pribadi dan akun untuk bisnis baik *fashion*, kuliner dan sebagainya. Yang dalam hal ini *user* dari berbagai akun tersebut benar dirugikan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk dijadikan catatan baik dalam bentuk gambar atau video pada kegiatan yang telah dilaksanakan.

c. Observasi

Observasi ini akan dilakukan oleh penyusun dalam mengamati secara intensif terhadap objek penelitian tentang jual beli *followers* Instagram.

6. Analisis Data

Setelah terkumpulnya data, penyusun akan menganalisis data-data yang ada, yang nantinya akan dilakukan dengan metode deskriptif-analisis dengan cara menggambarkan dan memaparkan kejadian yang sudah penyusun teliti dan dianalisis menggunakan aturan yang ada yaitu undang-undang perlindungan konsumen dan fatwa DSN-MUI.

G. Sistematika Pembahasan

Beberapa sistematika pembahasan yang akan penyusun gunakan dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab pembahasan, yang gunanya untuk mempermudah penyusun dalam menyusun skripsi ini, yaitu :

BAB I, memuat pendahuluan, yang terdiri dari rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II, memuat tentang landasan-landasan teori yang dijadikan rujukan oleh penyusun dalam melakukan analisa terhadap fenomena yang terjadi pada praktik jual beli followers.

BAB III, bab ini berisi tentang gambaran umum, terkait mekanisme dan tatacara jual beli followers, serta bagaimana terkait kepuasan seorang konsumen pada praktik jual beli ini.

BAB IV, pada bab ini nantinya akan dimuat terkait hasil analisis penyusun dengan menggunakan landasan teori sesuai dengan teori yang tercantum di bab dua yaitu UU Perlindungan Konsumen dan fatwa DSN-MUI tentang ganti rugi.

BAB V, merupakan bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan dari penelitian serta saran-saran terhadap penyusun oleh pembaca yang nantinya bisa berguna terhadap peneliti selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Hal yang perlu diketahui oleh masyarakat umum khususnya pemuda dan pemudi sebelum melakukan pembelian *followers* di Instagram adalah terkait praktiknya, yang mana dalam praktik jual beli tersebut seorang penjual tidak melaksanakan tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha dengan baik, ironisnya pelaku usaha justru mengabaikan hal yang harusnya ditindak lanjuti, seperti melakukan ganti rugi atas apa yang telah konsumen dapatkan, karena dalam praktik jual beli *followers* tersebut jelas konsumen mendapatkan banyak kerugian dikarenakan jumlah akun *followers* yang dibeli dan seharusnya sudah milik konsumen secara permanen justru *drop* dan berkurang secara bertahap. Adanya jaminan yang ditawarkan sebelumnya justru tidak dapat diklaim oleh konsumen dengan alasan turunnya akun *followers* harus mencapai 50% atau bahkan lebih, oleh karena itu, konsumen tidak mendapatkan hak atau kepuasan yang seharusnya menjadi milik konsumen sepenuhnya.
2. Permasalahan dalam jual beli *followers* Instagram menurut fatwa DSN-MUI 43/DSN-MUI/VIII/2004 bahwasanya dalam praktik jual beli *followers* ini tidak memenuhi ketentuan hukum yang ada, dikarenakan pelaku usaha tidak dapat mempertanggung jawabkan terkait kerugian yang didapat oleh konsumen. Praktik

ini terdapat kerugian besar yang didapat oleh konsumen karena setelah konsumen melakukan transaksi dengan melakukan pembayaran dan melihat jaminan yang tertera di akun penjual yang tertera “*no drop*” dapat menambah keyakinan serta kepercayaan konsumen untuk membeli jasa *followers* tersebut, dengan cara memberikan *username* instagram konsumen. Dalam melakukan pembelian tersebut wajib bagi konsumen memberikan *username* nya guna pelaku usaha melakukan proses penambahan *followers* pada akun konsumen baik akun tersebut untuk kepentingan pribadi atau untuk bisnis. Proses transaksi sama halnya dengan jual beli pada umumnya, yaitu kesepakatan dan konsumen melakukan pembayaran. Namun, hal yang terdapat kecacatan dalam jual tersebut adalah ketika konsumen sudah resmi memiliki akun yang telah dibeli tersebut terdapat kecacatan berupa akun yang dibeli menurun (*drop*) secara perlahan, sehingga konsumen memiliki hak untuk mengambil jaminan ganti rugi, namun dalam proses klaim tersebut konsumen tidak dapat melakukan klaim jaminan ganti rugi dikarenakan harus menunggu turunnya *followers* dengan angka tertentu seperti contoh turun nya *followers* hingga 50%, dengan begitu konsumen tidak dapat berbuat apapun dengan syarat yang merupakan alibi dari penjual tersebut. Oleh karena itu, dalam fatwa DSN-MUI 43/DSN-MUI/VIII/2004 terkait hak tersebut dilarang karena tidak memenuhi tanggung jawab seorang pelaku usaha dan tidak dapat memenuhi hak dan kewajiban yang harus didapatkan oleh konsumen yakni ganti kerugian, karena menurut fatwa DSN-MUI 43/DSN-MUI/VIII/2004 bahwa kerugian yang benar-benar dialami secara riil oleh para pihak dalam transaksi

wajib diganti oleh pihak yang menimbulkan kerugian tersebut, yakni pelaku usaha wajib mengganti kerugian yang dialami konsumen besar atau kecilnya kerugian tersebut. Selain itu, praktik ini sangat berbahaya bagi konsumen karena selain rugi dalam nilai tukar juga rugi karena akun yang dipakai bisa terkena *banned* dari instagram jika terdeterksi karena terdapat peristiwa tidak normal dengan melonjaknya *followers* akun *bot*.

3. Permasalahan dalam jual beli *followers* instagram tinjauan Undang-Undang No 08 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyatakan bahwasanya dalam kegiatan jual beli terdapat konsumen yang harus dipenuhi hak dan kewajibannya sesuai dengan pasal 4, karena pada dasarnya konsumen juga berhak dilindungi, dengan adanya undang-undang ini terdapat tujuan mendasar yaitu mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksees negatif pemakaian barang dan/atau jasa. Hak-hak kosumen wajib dipenuhi yang salah satunya adalah hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Jual beli *followers* ini jelas tidak mengikuti ketentuan undang-undang tersebut karena konsumen bahkan tidak mendapatkan konspensasi atau ganti rugi yang seharusnya wajib dimiliki oleh konsumen. Dengan menyertakan keterangan bahwa terdapat jaminan bagi konsumen namun pelaku usaha justru tidak memberikan jaminan yang seharusnya. Oleh karena itu, dalam jual beli ini menurut undang-undnag no 08 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen tidak sesuai ketentuan hukum karena

tidak dapat mempertanggung jawabkan dan tidak melaksanakan kewajiban seorang pelaku usaha, dan dalam praktik ini juga terdapat sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dengan adanya kerugian yang tidak mendapatkan keadilan bagi konsumen.

B. Saran

1. Bagi penjual *followers*, jadilah penjual yang jujur, serta dapat mempertanggung jawabkan terkait masalah atau sengketa yang terjadi, dapat memprioritaskan konsumen serta kenyamanan konsumen dalam transaksi, dan bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul, serta dapat memperelajari apakah sudah sesuai dengan ketentuan dan undang-undang yang berlaku atau tidak.
2. Bagi konsumen, jika melakukan kegiatan jual beli dapat dilihat dan diperhatikan terlebih dahulu apakah jual beli tersebut benar-benar dapat mendatangkan manfaat atau sebaliknya, mendapat kerugian. Untuk menambah jumlah *followers* pada akun yang dimiliki tidak harus membeli, dapat dilakukan dengan cara manual seperti memperbanyak relasi dan interaksi di media sosial, walaupun hal tersebut tidak instan namun dapat menghindari kemungkinan buruk terjadi.
3. Bagi pihak instagram, dapat secara cepat dalam mengidentifikasi terkait kegiatan yang terjadi terhadap *user* instagram dalam kegiatan yang tidak wajar, seperti banyaknya akun bodong, dan secara cepat melakukan *banned*.

4. Pihak akademisi dan pemerintah dapat memperhatikan lebih dalam lagi terkait kegiatan-kegiatan jual beli yang tidak menghargai hak dan kewajiban konsumen dalam mendapatkan barang atau jasa.
5. Bagi penyusun selanjutnya dapat dijadikan bahan referensi terkait kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan jual beli *followers*.



DAFTAR PUSTAKA

1. AL Qur'an/Tafsir Al Qu'an

Setiawahyu, M. D., & Efendi, Y. Kecurangan dalam Jual Beli Menurut Al-Qur'an Perspektif Tafsir Al-Munir. Lathaif: Literasi Tafsir, Hadis Dan Filologi, 2022

2. Hadis

Ibnu majah, Hadis nomor 2178, hadis dari Muhammad bin basyisyar. Hadis hasan.

Tirmiz, *sunan tirmiz*, Hadis nomor 1272 hadis dari katsir bin Abdullah bin Amru bin 'Auf Al Muzani, Hadis sahīh

Muslim, *sahīh muslim*, Hadis nomor 2924 hadis dari Abu Zinnad dari Al A'raj dari Abu Hurairah. Hadis sahīh.

3. Fikih/Ushul fikih

Dr. Gemala Dewi S.H., LL.M., *Hukum perikatan di Indonesia*. Cet-ke 5. Prenamedia Group. 2018

Drs.Harun,M.H *fiqh Muamalah*,Surakarta Muhammadiyah University 2017.

Ismail Pane, S. Ud., M.Ag.dkk. *Fiqh Muamalah kontemporer* 2022.

4. Peraturan Perundang Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Burgerlijk Wetboek 2014

5. Jurnal

- Rahmany, S. “Prakarsa MUI Dalam Mendirikan Bank Syariah di Indonesia” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol.3 No 1. IQTISHADUNA 2014.
- Cahyono, A. S. “Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia.” Vol.9 No.1 *Publiciana* 2016.
- Putri, S. U., & Salsabila, S. S.. “Analisis Transaksi Akad Salam dalam Jual Beli, *Followers Likes* dan *Viewers* (Studi Kasus Pengguna Instagram Wilayah Makassar).” Vol.2 No.2 *AL-KHIYAR Jurnal Bidang Mu’amalah dan Ekonomi Islam*. 2022
- Kasim, M., Sirajuddin, S., & Irmawati, T. R.. “Hukum Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Perbandingan Mazhab”. *BUSTANUL FUQAHA Jurnal Bidang Hukum Islam* Vol.4 No.2 2023
- Tampubolon, W. S. Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*. Vol.4 No.1. 2016
- Hidayat, N. Rujukan Dan Aplikasi Sistem Hukum Indonesia Berdasarkan Pasal 1 Ayat (3) UUD 1945 Pasca Amandemen Ke Tiga. *UIR Law Review*. Vol.1 No.2. 2017

6. Skripsi

Risal, a. S. S. “Jual beli *followers* dalam perspektif hukum islam dan undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik” (disertasi, uin sunan kalijaga yogyakarta) 2022.

Suci Kartini, ‘Rukun Dan Syarat Jual Beli’, Program Study S1 Perbankan Syariah Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (Stain) Jurai Siwo Metro, 2016 .

Yani, r. a. Jual beli followers bot dalam perspektif maqashid syari’ah (doctoral disertasi, uin sunan kalijaga yogyakarta).2022

Ma’unah., Analisis Penerapan Fatwa DSN MUI No. 17/DSN-MUI/IX/2000 pada Pembiayaan Murabahah di BMT Agritama Srengat-Blitar (Disertasi, IAIN Kediri).2019

Lily Haryati, ‘Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Korban Penipuan Atas Jual Beli Barang Elektronik Secara Online Di Indonesia Dan Malaysia’, c. 2015.

Aang sobari saeful risal, Jual beli followers perspektif hukum Islam dan Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik. 2022

Rinto Hartono tinjauan fiqh mu’amalah terhadap praktik jual beli followers sosial media Instagram di pekan baru.

7. Lain-lain

Renata Christha Auli, S.H. Hak dan Kewajiban Konsumen serta Pelaku Usaha.
<https://www.hukumonline.com/klinik/a/hak-dan-kewajiban-konsumen-serta-pelaku-usaha-yang-perlu-diketahui-lt62e27b1d9c927/>
 diakses pada tanggal 25 Maret 2024 jam 17:46.

Kristiyanti, C. T. S. *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika. 2022

Arip Purkon, *Bisnis Online syari’ah*. Gramedia Pustaka utama.2014 Hal-3

			muslimin boleh menentukan syarat kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram”.
82	62	Hadis Riwayat Muslim	“Mengulur-ulur waktu pembayaran hutang bagi yang mampu adalah kezhaliman,”