

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI AKUN  
PREMIUM MEDIA STREAMING (NETFLIX) DALAM PERSPEKTIF  
HUKUM EKONOMI SYARI'AH**



**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**

**OLEH:**  
**AULIA RAHMAN**  
**18103080048**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**PEMBIMBING:**

**DR. H. SYAFAUL MUDAWAM, M.A., M.M.**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2025**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

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

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-576/Un.02/DS/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI AKUN PREMIUM MEDIA STREAMING (NETFLIX) DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARI'AH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AULIA RAHMAN  
Nomor Induk Mahasiswa : 18103080048  
Telah diujikan pada : Selasa, 03 Juni 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**



Ketua Sidang

Dr. H. Syafaul Mudawam, M.A., M.M.  
SIGNED

Valid ID: 684f596dda032



Penguji I

Annisa Dian Arini, M.H.  
SIGNED

Valid ID: 68491c0447ac9



Penguji II

Muhamad Ulul Albab Musaffa, Lc., M.H.  
SIGNED

Valid ID: 684bba85b85a1



Yogyakarta, 03 Juni 2025

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

Prof. Dr. Ali Sodiqin, M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 684f7c3981bf0

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama : Aulia Rahman**

**NIM : 18103080048**

**Prodi : Hukum Ekonomi Syariah**

**Fakultas : Syari'ah dan Hukum**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul “ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI AKUN PREMIUM MEDIA STREAMING (NETFLIX) DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARI’AH” adalah hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan dari plagiasi karya orang lain, kecuali yang tertera sebagai acuan dalam penelitian ini yang telah disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 12 Mei 2025 M.  
14 Dzulqa'dah 1446 H.

Yang menyatakan,



Aulia Rahman  
NIM. 18103080048

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara Aulia Rahman

Kepada Yth.,

Dekan Fakultas Syari'ah 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	:	Aulia Rahman
NIM	:	18103080048
Judul	:	Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Akun Premium Media Streaming (Netflix) dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum.

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 12 Mei 2025 M.  
14 Dzulqa'dah 1446 H.

Dosen Pembimbing,



Drs. H. Syafa'ul Mudawam, MA., MM.  
NIP. 19621004 198903 1 003

## ABSTRAK

Fenomena jual beli akun premium media streaming seperti Netflix melalui media sosial semakin marak dilakukan oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Praktik ini dinilai lebih hemat secara biaya namun menimbulkan persoalan dalam aspek legalitas, etika, dan kepemilikan. Dalam konteks ekonomi Islam, penting untuk meninjau apakah praktik jual beli semacam ini sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam dan hukum ekonomi syariah. Pokok masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik jual beli akun premium Netflix di Facebook dipandang dari etika bisnis Islam dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan penjual serta pembeli akun premium Netflix dalam grup Facebook "Akun Premium [Full Garansi & Strong Acc] Netflix Disney Youtube". Penelitian ini menggunakan teori etika bisnis Islam sebagai kerangka analisis, yang meliputi prinsip tauhid, kesatuan, keseimbangan, kebebasan, tanggung jawab, dan ihsan. Selain itu, analisis dilakukan juga melalui pendekatan fikih muamalah dan konsep maslahah dalam hukum ekonomi syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli akun premium Netflix, baik dalam bentuk akun sharing maupun private, tidak sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Transaksi tersebut mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*), potensi kecurangan, serta ketidaksesuaian dalam akad kepemilikan. Penjual seringkali tidak menjelaskan secara transparan bahwa kepemilikan akun bersifat sementara atau tidak utuh. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, praktik ini lebih menyerupai akad sewa menyewa (*ijarah*) namun disamarkan sebagai jual beli, yang dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen dan tidak mencerminkan kemaslahatan. Oleh karena itu, diperlukan edukasi agar masyarakat memahami pentingnya transaksi yang sah dan etis dalam ranah digital.

**Kata kunci:** *Etika Bisnis Islam, Jual Beli Akun Premium, Netflix, Media Sosial, Hukum Ekonomi Syariah*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

## ABSTRACT

The phenomenon of buying and selling premium streaming accounts such as Netflix via social media has become increasingly common, especially among the younger generation. This practice is seen as more cost-efficient but raises issues related to legality, ethics, and ownership. From an Islamic economic perspective, it is important to examine whether such transactions align with the principles of Islamic business ethics and Sharia economic law. This study addresses the core issues of how the online sale of premium Netflix accounts on Facebook aligns with Islamic business ethics and whether it fulfills the principles of truth and fairness in Sharia economic law.

This research is a field study using a descriptive qualitative approach. Primary data were collected through observation and interviews with sellers and buyers involved in premium account transactions in the Facebook group "Akun Premium [Full Garansi & Strong Acc] Netflix Disney Youtube". The study applies the theoretical framework of Islamic business ethics, encompassing principles such as tauhid, unity, equilibrium, free will, responsibility, and benevolence. It also draws from Islamic jurisprudence (fiqh muamalah) and the concept of public interest (maslahah) in Sharia economic law.

The findings show that the buying and selling of premium Netflix accounts, both shared and private types, do not fully comply with Islamic business ethics principles. These transactions involve elements of uncertainty (gharar), potential deception, and flawed ownership agreements. Sellers often fail to clearly disclose that account ownership is temporary or limited. From the standpoint of Sharia economic law, these transactions resemble rental agreements (ijarah) disguised as sales, potentially causing harm to consumers and lacking in public benefit. Therefore, public education is needed to encourage ethical and legally sound digital transactions.

**Keywords:** *Islamic Business Ethics, Premium Account Trading, Netflix, Social Media, Sharia Economic Law*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

## HALAMAN MOTTO

*"Terlambat bukan berarti gagal.*

*Kadang Allah hanya ingin kita lebih siap saat waktunya tiba."*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

*“Dengan rasa syukur yang mendalam ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan-Nya, tulisan ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku yang selalu menjadi rumah paling teduh dalam setiap jatuh dan lelahku, untuk doa-doa mereka yang diam-diam lebih kuat dari segala logika; untuk diriku sendiri yang meski tertinggal dari banyak hal, tetap memilih melangkah pelan tanpa menyerah; dan untuk setiap jiwa yang pernah merasa terlambat dalam hidup—semoga tahu, bahwa terlambat bukan berarti gagal, selama masih ada niat untuk bangkit dan memperbaiki.”*



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين وبه نستعين على امور الدنيا والدين اشهد ان لا اله الا الله وحده لا شريك له وأشهد ان محمدا عبده ورسوله لا نبي بعده اللهم صل على سيدنا محمد وعلى آل محمد وعلى اصحابه اجمعين اما بعد

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul:

**“Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Akun Premium Media Streaming (Netflix) dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum Ekonomi Syariah di Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

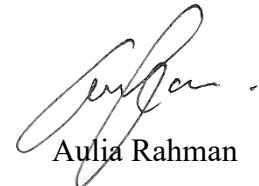
Skripsi ini merupakan hasil dari perjalanan panjang yang tidak selalu mulus. Penulis menyadari bahwa keterlambatan, keraguan, bahkan rasa ingin menyerah sempat hadir di tengah prosesnya. Namun berkat doa, dukungan, dan bimbingan dari banyak pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Untuk itu, dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Ali Sodiqin, M.Ag

3. Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Bapak A Hashfi Luthfi, M.H.
4. Dr. H. Syafaul Mudawam, M.A., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan sabar dan penuh perhatian dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
5. Orang tua tercinta, atas segala doa, kasih sayang, serta pengorbanan lahir dan batin yang tak akan pernah terbalas.
6. Teman-teman seperjuangan, yang telah menjadi tempat bertukar semangat, keluh kesah, dan tawa di tengah masa-masa sulit penyusunan skripsi.
7. Staff Tata Usaha Fakultas Syari'ah dan Hukum beserta Staff Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
8. Serta seluruh pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan kepada penyusun.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah, serta menjadi amal jariyah yang bernilai di sisi Allah SWT.

Yogyakarta, 12 Mei 2025



Aulia Rahman

## **PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN**

Transliterasi kata-kata Arab ke dalam kata-kata Latin yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman kepada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1997 dan 0543b/U/1987.

### **A. Konsonan Tunggal**

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Bâ'	B	Be
ت	Tâ'	T	Te
ث	Śâ'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hâ'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Khâ'	Kh	Ka dan ha
د	Dâl	D	De
ذ	Żâl	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Râ'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Şâd	Ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Đ	De (dengan titik di bawah)
ط	Tâ'	Ț	Te (dengan titik di bawah)

ظ	Za‘	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fâ’	F	Ef
ق	Qâf	Q	Qi
ك	Kâf	K	Ka
ل	Lâm	L	El
م	Mîm	M	Em
ن	Nûn	N	En
و	Wâwû	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	hamzah	‘	Apostrof
ي	Yâ’	Y	Ye

## B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

سنة	Ditulis	<i>Sunnah</i>
علة	Ditulis	<i>‘illah</i>

## C. *Ta’Marbûtah* di Akhir Kata

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

المائدة	Ditulis	<i>al-Mâ’idah</i>
اسالمية	Ditulis	<i>Islâmiyyah</i>

- b. Bila *ta' marbūtah* diikuti dengan kata sandang "al' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

مقارنة المذاهب	Ditulis	<i>Muqāranah al-Mažāhib</i>
----------------	---------	-----------------------------

- c. Bila *ta' marbūtah* hidup dengan harakat *fathah*, *kasrah* dan *dammah* ditulis.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāt al-fit'r</i>
------------	---------	-----------------------

#### D. Vokal Pendek

1.	-----ó----	Fathah	Ditulis	A
2.	-----ø----	Kasrah	Ditulis	I
3.	-----ú----	Dammah	Ditulis	U

#### E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif إِسْتِحْسَان	Ditulis	Ă Istihsan
2.	Fathah + ya' mati أَنْثَى	Ditulis	Ă Uns'a
3.	Kasrah + yā' mati الْعَوَانِي	Ditulis	Ĭ al-'Ālwānī
4.	Dammah + wāwu mati عُلُوم	Ditulis	Ŭ 'Ulu'm

## F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati غَرِيْبَهُ	Ditulis	Ai
2.	Fathah + wawu mati قَوْلَهُ	Ditulis	Au
		Ditulis	Qaul

## G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعْدَتْ	Ditulis	<i>u'idat</i>
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ل a namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsyiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

- a. Bila diikuti Huruf Qamariyyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Qur'ân</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>Al-Qiyâs</i>

- b. Bila diikuti Huruf Syamsyyiah ditulis dengan menggandakan Huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf (el) nya.

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

## I. Penulisan Kata-kata dalam rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

أهل الرأي	Ditulis	<i>Ahl al-Ra'yi</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

## J. 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, dan 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.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	ii
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	iii
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	iv
<b>ABSTRAK .....</b>	v
<b>ABSTRACT .....</b>	vi
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	vii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	viii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	ix
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....</b>	xi
<b>DAFTAR ISI .....</b>	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
A.    Latar Belakang Masalah.....	1
B.    Rumusan Masalah .....	7
C.    Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	7
D.    Telaah Pustaka .....	8
E.    Kerangka Teoritik .....	12
F.    Metode Penelitian.....	16
G.    Sistematika Pembahasan .....	19
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG ETIKA BISNIS ISLAM DAN AKAD.....</b>	21
A.    Etika Bisnis Islam .....	21
B.    Akad .....	34
<b>BAB III GAMBARAN UMUM JUAL BELI AKUN PREMIUM NETFLIX.....</b>	44
A.    Gambaran Umum Facebook .....	44
B.    Gambaran Umum Netflix.....	47
C.    Profil Singkat Group Facebook “Akun Premium [Full Garansi & Strong Acc] netflix disney youtube” .....	53
D.    Praktik Jual Beli Akun di Facebook .....	54

<b>BAB IV ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI AKUN PREMIUM NETFLIX .....</b>	<b>76</b>
A.    Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Akun Premium Netflix secara Online pada Situs Jual Beli di Media Sosial (Facebook) dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah.....	76
B.    Kepercayaan Konsumen terhadap Jual Beli Akun Premium Netflix di Facebook .....	87
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>92</b>
A.    Kesimpulan .....	92
B.    Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Jual beli menjadi kegiatan pokok yang dilaksanakan oleh setiap individu, demi memenuhi kebutuhan hidupnya baik itu kebutuhan sekunder, maupun tersier. Kegiatan jual beli juga diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menjelaskan bahwasanya “Jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan”.<sup>1</sup>

Kegiatan jual beli yang baik, dilakukan dengan menerapkan nilai-nilai yang sesuai dengan norma dan moral yang berada di masyarakat. Nilai ini, diatur dalam etika. Etika berperan penting untuk membantu manusia mengambil sikap dan bertindak secara tepat. Seseorang dilarang melakukan transaksi yang bertentangan dengan nilai-nilai dasar ekonomi yang dibenarkan menurut syari’at, sebab syari’at menghendaki keadilan bukan hanya dari segi ekonomi tetapi juga dari segi hukum.<sup>2</sup>

Dalam Islam, jual beli disebut sebagai *ba’i*, yang memiliki beberapa prinsip yaitu prinsip ketuhanan (*Ilahiyah*), keadilan (*Al-’Adl*), *An-Nubuwah*, *Al-Khalifah*, *Al-Ma’ad*.<sup>3</sup> Beberapa prinsip tersebut memiliki fungsi masing-

---

<sup>1</sup> Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Pasal 1457 bab (5).

<sup>2</sup> Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam*, (Serang: Media Karya Publishing, 2020), hlm. 103.

<sup>3</sup> Jafar Sodiq, *Hukum dan Etika Bisnis*, (Jombang: Deepublish, 2020), hlm. 13.

masing untuk dijadikan fondasi dalam Ekonomi Islam. Sedangkan, hukum melakukan transaksi jual beli adalah boleh ataupun halal. Sebagaimana firman Allah SWT:<sup>4</sup>

وَاحْلَ اللَّهُ الْبَيْعُ وَحْرَمَ الرِّبَا

Surat Al-Baqarah ayat 275 menegaskan perbedaan mendasar antara praktik jual beli yang dibolehkan dan riba yang diharamkan dalam Islam. Dalam ayat ini, Allah menggambarkan kondisi orang-orang yang terlibat dalam riba sebagai mereka yang bangkit pada hari kiamat seperti orang kerasukan, karena dampak buruk riba terhadap jiwa dan moral manusia. Pernyataan bahwa "jual beli itu seperti riba" ditolak secara tegas oleh Allah dengan penjelasan bahwa hanya jual beli yang dihalalkan, sedangkan riba tetap haram. Perbedaan utamanya terletak pada proses dan prinsip keadilan; jual beli melibatkan pertukaran yang adil dan usaha nyata, sementara riba memberi keuntungan sepihak tanpa kontribusi produktif. Menurut Quraish Shihab dalam *Tafsir Al-Misbah*, riba menimbulkan ketimpangan karena memberikan keuntungan tanpa kerja atau risiko yang seimbang, sehingga bertentangan dengan prinsip keadilan dalam ekonomi Islam. Allah juga menetapkan bahwa orang yang berhenti dari riba setelah mendapat peringatan akan dimaafkan, namun bagi yang tetap melakukannya, akan mendapat hukuman kekal di neraka.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Al-Baqarah (2): 275.

<sup>5</sup> Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), jilid 1, hlm. 593.

Salah satu praktik jual beli yang sedang menjadi topik yang hangat saat ini adalah jual beli akun premium media streaming online. Media streaming online adalah teknologi yang memungkinkan pengguna untuk menonton atau mendengarkan konten multimedia secara langsung melalui internet tanpa harus mengunduhnya terlebih dahulu. Dalam media streaming, konten multimedia dipecah menjadi paket data kecil yang dikirimkan melalui jaringan internet dan diputar oleh aplikasi pemutar media streaming pada perangkat pengguna. Beberapa contoh platform media streaming online yang populer antara lain Netflix, Amazon Prime Video, Spotify, dan Apple Music <sup>6</sup>

Etika menjadi tolok ukur baik buruknya suatu praktik transaksi niaga, hal ini dikarenakan islam sangat menjunjung tinggi moral dan norma dalam bermuamalah. Etika bisnis dalam islam memiliki prinsip utama yaitu prinsip *tauhid* yang artinya memfokuskan segala hal yang ada di bumi hanya untuk beribadah kepada Allah semata. Dari prinsip inilah etika bisnis kemudian muncul dengan berbagai prinsip lain: kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kebebasan (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*) dan ihsan (*benevolence*). Selain itu, prinsip ini dapat mengatur larangan-larangan yang dapat terjadi saat kegiatan transaksi

---

<sup>6</sup> Adam Volle, “Streaming Media,” <https://www.britannica.com/technology/streaming-media>, akses 7 Januari 2024

berlangsung. Seperti larangan berbuat dzolim, maysir, *gharar*, riya, riba, dan larangan menjual sesuatu yang haram.<sup>7</sup>

Di zaman sekarang yang ditandai dengan kemajuan teknologi digital, masyarakat semakin mudah dalam memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan melalui beragam aplikasi yang dapat diakses dari perangkat mereka. Hanya dengan menggunakan ponsel dan koneksi internet, aktivitas seperti memesan makanan, berbelanja pakaian, hingga menikmati hiburan seperti menonton film atau mendengarkan musik dapat dilakukan tanpa harus keluar rumah. Kondisi ini membuat banyak orang semakin bergantung pada perangkat digital, terutama setelah pandemi COVID-19 yang mendorong kebiasaan beraktivitas dari rumah. Perubahan gaya hidup ini menjadikan teknologi bukan hanya sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai elemen penting dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam hal hiburan.

Netflix menjadi platform unggulan untuk menonton film dan acara televisi secara streaming. Layanan ini menyediakan beragam konten, mulai dari film lokal hingga internasional, dokumenter, anime, dan serial pemenang penghargaan, yang bisa diakses melalui berbagai perangkat. Biaya langganan Netflix yang dimulai dari Rp. 54.000,00 hingga Rp. 186.000,00 per bulan<sup>8</sup> dianggap lebih ekonomis dibandingkan harga tiket bioskop yang bisa mencapai Rp50.000,00 per film. Hal ini mendorong

---

<sup>7</sup> Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hlm. 19-20.

<sup>8</sup> Netflix, <https://www.Netflix.com/id>, akses 7 Januari 2024.

banyak masyarakat, terutama generasi muda, untuk beralih ke layanan *streaming* sebagai sumber hiburan utama mereka.

Fenomena lain yang muncul adalah praktik jual beli akun premium dengan harga yang lebih murah di media sosial seperti Facebook. Biasanya, akun-akun ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu akun *sharing* dan akun *private*. Akun *sharing* digunakan oleh beberapa orang secara bersamaan dalam satu akun, dan setelah masa berlakunya habis, pengguna akan diberi akun baru untuk perpanjangan. Sebaliknya, akun *private* hanya digunakan oleh satu orang, dan ketika diperpanjang, pengguna tetap menggunakan akun yang sama. Praktik ini menunjukkan bagaimana masyarakat berusaha mengakses layanan hiburan digital dengan cara yang lebih hemat, meskipun sering kali berada di area abu-abu secara legalitas<sup>9</sup>.

Salah satu media yang digunakan sebagai wadah terjadinya transaksi adalah media sosial. Media sosial memiliki lingkup yang sangat luas dan tidak terbatas, hal ini dapat dilihat dari jenis media sosial yang digunakan oleh generasi muda, seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan sebagainya. Karena lingkup yang tidak terbatas itulah, penyusun memutuskan untuk meneliti tentang jual beli akun premium media *streaming online* pada grup Facebook apakah kegiatan jual beli sudah sesuai dengan Etika bisnis Islam.

---

<sup>9</sup> A. Putra dan R. Hidayat, “Pelanggaran Ketentuan Layanan dalam Ekonomi Digital: Studi Kasus Jual Beli Akun Streaming”, *Jurnal Hukum & Teknologi*, Vol. 8, No. 1 (2022), hlm. 45–60.

Etika bisnis Islam memiliki prinsip tercapainya suatu kemaslahatan yaitu prinsip yang mengedepankan kesejahteraan ummat secara luas yang dapat dicapai dengan maslahah mursalah yakni, suatu konsep dalam syari'ah sebagai konsep dari dasar hukum yang diperluas melalui ushul fiqh dan menentukan hukum, boleh atau tidaknya sesuatu itu bagi kepentingan umat.<sup>10</sup>

Sehingga diharapkan para pelaku transaksi terkhusus pedagang agar tidak hanya mengambil untung semata dari apa yang dia jual, akan tetapi lebih memperhatikan kemanfaatan dan kesejahteraan bagi masyarakat luas, khususnya kepada konsumen<sup>11</sup> Penyusun kemudian memperoleh ide dari beberapa problematika tersebut yakni, pentingnya sebuah analisis etika dalam sebuah bisnis jual beli akun premium media *streaming online*. Maka dari itu, penyusun memutuskan untuk mengangkat judul “*Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Akun Premium (Netflix) dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah*”. Dalam penelitian ini, penyusun mengambil ruang lingkup jual beli ditinjau dari Etika Bisnis Islam yang berada dalam masyarakat dinilai melalui sudut pandang konsumen, kemudian mengaitkannya dengan Hukum Ekonomi Syari'ah.

---

<sup>10</sup> Abdelkader Chachi, “Sharia and Concept of Benefit: The Use and Function of Maslaha in Islamic Jurisprudence,” *IRTI Knowledge Review* 5 (2016), hlm. 44.

<sup>11</sup> Akbar GR Pradipta, “Kajian Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Terhadap Pencapaian Maslahah Mursalah Di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya,” *Tesis* Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2019), <http://digilib.uinsby.ac.id/>, akses 7 Januari 2024.

## **B. Rumusan Masalah**

Sebagaimana yang telah dipaparkan dalam latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana analisis Etika Bisnis Islam terhadap jual beli akun premium Netflix secara *online* pada situs jual beli di media sosial (Facebook) dalam perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah?
2. Apakah jual beli akun premium (Netflix) secara *online* melalui media (Facebook) memberikan kepercayaan kepada konsumen yang terlibat?

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

### 1. Tujuan Penelitian

Sebagaimana dengan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah:

- a. Memahami Etika Bisnis Islam terhadap jual beli akun premium media streaming (Netflix) secara *online* pada situs jual beli di media sosial (Facebook) dalam perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah.
- b. Mengkaji jual beli akun premium (Netflix) secara *online* melalui media (Facebook) memberikan kepercayaan kepada konsumen yang terlibat.

### 2. Kegunaan Penyusunan

#### a. Kegunaan Teoritis

Dapat berkontribusi dalam bidang keilmuan Hukum Islam dan penyusunan ini diharapkan menjadi pemecah permasalahan dan

kebingungan mengenai etika bisnis islam pada kegiatan jual beli akun premium secara *online* di masyarakat.

b. Kegunaan Praktis

Dapat menjadi bahan referensi karya tulis mengenai kegiatan jual beli secara *online* bagi akademisi maupun praktisi dalam lingkup Fakultas Syari'ah dan Hukum maupun di luar lingkup Fakultas Syariah dan Hukum.

#### **D. Telaah Pustaka**

Penyusun memerlukan landasan untuk membentuk sebuah penelitian, saya sebagai penyusun menggunakan sumber dari literatur terdahulu untuk dijadikan referensi. Telaah pustaka juga berperan sebagai upaya pencegahan adanya plagiasi dan bertujuan sebagai pijakan bagi penyusunan ini. Sebelum mengangkat judul “*Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Akun Premium Media Streaming (Netflix) dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah*” ini, penyusun telah menulusuri sebagai upaya antisipasi kesamaan judul dan pembahasan. Dalam penelusurannya, penyusun menyadari tidak ada kesamaan judul dalam penyusunan sebelumnya. Untuk membentuk segala landasan penyusunan, penyusun telah menelaah beberapa karya tulis ilmiah yang akan dijadikan landasan bagi penyusunan ini.

Penelitian yang ditulis oleh Aldi Firmansyah Ramadhani, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dengan judul

Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Fasilitas Akun Premium Joox Dan Spotify Di Sosial Media Facebook, 2020. Dalam hasil penelitiannya tersebut Aldi Firmansyah Ramadhani berkesimpulan dalam analisis hukum Islam terhadap jual beli fasilitas akun premium Joox dan Spotify di sosial media Facebook ini termasuk kategori jual beli yang fasad selain tidak ada legalitas yang mengaturnya, penjual juga secara tidak langsung melanggar peraturan langsung dari aplikasi Joox dan Spotify karena mengambil fasilitas akun premium dari pihak lain untuk diperjual belikan kembali kepada pembeli.<sup>12</sup>

Penelitian yang ditulis Muhammad Fadel Ramadhan, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan judul Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Akun Instagram (Studi Pada *Group* Ladang Sosmed Facebook), 2021. Hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli akun Instagram ini diketahui bahwa pada praktiknya secara rukun dan syarat terdapat ketidaksesuaian terhadap *ma'qud alaih* yaitu harus jelas barangnya, jenis, suci, bermanfaat, dan praktiknya objek transaksi terdapat pencampuran *followers* aktif dan *followers* pasif dan salah satu pihak tidak mengetahuinya,

---

<sup>12</sup> Aldi Firmansyah Ramadhani, “Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Fasilitas Akun Premium Joox dan Spotify di Sosial Media Facebook,” *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2020), hlm. 81, <http://digilib.uinsby.ac.id/>, akses 7 Januari 2024.

maka pihak pembeli sepenuhnya tidak dapat memanfaatkannya karena adanya kecacatan terhadap objek transaksi tersebut.<sup>13</sup>

Penelitian yang ditulis oleh Ahmad Dhani Fadilla, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Jual Beli Akun Netflix, Viu, Dan Spotify Di Twitter. 2018. Penulis menyimpulkan praktik jual beli ini tidaklah sah dikarenakan bertentangan dengan aturan yang telah ditetapkan ketiga aplikasi tersebut bahwa komersialisasi tanpa seizin penyedia aplikasi itu dilarang.<sup>14</sup>

Penelitian yang ditulis Ariza Nurul Aini Baroroh (2019), Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang berjudul Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Aplikasi Ilegal Spotify Premium *Lifetime* di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun @camlyshopp.apps).<sup>15</sup> Skripsi tersebut membahas tentang pembajakan aplikasi Spotify yang semakin merajalela. Aplikasi yang seharusnya berbayar tersebut pada kenyataannya berjalan dengan tidak baik bahkan aplikasi yang dibajak tersebut diperjualbelikan melalui instagram oleh pihak lain. Praktik jual beli ini sama pada umumnya, di mana penjual memberikan barangnya setelah menerima uang dari

---

<sup>13</sup> Muhammad Fadel Ramadhan, “Analisis Hukum Islam Tentang Jual Beli Akun Instagram (Studi Pada Group Ladang Sosmed Facebook),” *Skripsi* Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (2021), hlm. 73, <https://repository.radenintan.ac.id/>, akses 7 Januari 2024.

<sup>14</sup> Ahmad Dhani Fadilla, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Jual Beli Akun Netflix, Viu, Dan Spotify Di Twitter,” *Skripsi* Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (2021), hlm. 67, <https://eprints.walisongo.ac.id/>, akses 7 Januari 2024.

<sup>15</sup> Ariza Nurul Aini Baroroh, “Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Aplikasi Ilegal Spotify Premium Lifetime di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun @camlyshopp.apps),” *Skripsi* Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (2019), <https://eprints.walisongo.ac.id/>, akses 7 Januari 2024.

pembeli akan tetapi dilihat dari rukun dan syarat jual beli maka jual beli di atas termasuk fasid juga menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta hak tersebut merupakan suatu pelanggaran karena barang yang diperjualbelikan termasuk barang hasil bajakan. Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas tentang jual beli akun. Sedangkan perbedaannya, skripsi di atas lebih membahas boleh atau tidaknya jual beli tersebut dan penelitian penulis membahas tentang etika bisnis islam dalam transaksi jual beli akun premium Netflix di Facebook.

Penelitian yang ditulis oleh Eka Wahyu Pradani (2019), Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan judul Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Online* Aplikasi Android (Studi Kasus pada Pemilik Akun Instagram @JualAppVip dan @Jualpremiumvip di Bandar Lampung).<sup>16</sup> Penelitian tersebut membahas tentang transaksi jual beli aplikasi secara *online* yang mana penjual aplikasi tersebut memasang harga yang lebih murah dibanding harga yang ditawarkan aplikasinya. Kegiatan ini disebut *Crack Application* yaitu pembobolan suatu *software* yang berbayar agar dalam proses pendaftarannya dapat dilakukan tanpa harus membayar atau membeli lisensi resmi dari pembuat *software* tersebut. Praktik jual beli ini tidak sah karena tidak sesuai dengan rukun dan syarat

---

<sup>16</sup> Eka Wahyu Pradani, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Aplikasi Android (Studi Kasus pada Pemilik Akun Instagram @JualAppVip dan @JualPremiumvip di Bandar Lampung),” *Skripsi* Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (2019), <http://repository.radenintan.ac.id>, akses 7 Januari 2024.

jual beli dan menimbulkan kerugian bagi pemilik aplikasi Android tersebut. Persamaan dengan penelitian penulis adalah kesamaan dalam membahas jual beli akun dan perbedaannya dengan penelitian di atas adalah penelitian tersebut membahas jual beli aplikasi Android dengan studi kasus terhadap akun penjual di Instagram sedangkan penelitian penulis tentang jual beli akun premium Netflix di Facebook. Selain itu skripsi tersebut terfokus dalam pembahasan boleh atau tidaknya jual beli tersebut sedangkan penelitian penulis tentang etika bisnis Islam dalam jual beli akun premium Netflix di Facebook.

## **E. Kerangka Teoritik**

Dalam penelitian ini, penyusun membuat beberapa daftar rujukan menggunakan teori secara hukum Islam (fikih) tentang:

### 1. Etika Bisnis Islam

Etika terbentuk dengan tujuan terciptanya hubungan harmonis, dan saling menguntungkan di antara kelompok manusia sebagai individu atau kelompok. Karena etika mengacu kepada norma, moralitas sosial, peraturan undang-undang atau hukum yang berlaku<sup>17</sup> Sedangkan bisnis adalah usaha yang dilakukan individu atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan (laba).<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Budi Prihatminingtyas, *Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders*, (Malang: Penerbit CV IRDH, 2019), Hlm. 2.

<sup>18</sup> Hadion Wijoyo, *Pengantar Bisnis*, cet. ke-1 (Sumatera Barat: CV. Insan Cendekia Mandiri, 2021), hlm. 1.

Kegiatan bisnis memiliki banyak jenis salah satunya jual beli. Jual beli dalam Islam berfokus kepada pilar utamanya yaitu prinsip ketauhidan dengan memfokuskan segala hal yang ada di bumi hanyalah milik Allah semata, dan manusia hanyalah pemegang amanat dari-Nya. Dari prinsip inilah etika bisnis lahir dengan disertai beberapa prinsip yaitu:

a. Kesatuan (Keesaan/*unity*)

Kesatuan disini berarti esa. Dalam Islam, esa dieratkan dengan ketauhidan. Maksudnya, konsep ini merupakan konsep dasar etika bisnis dalam pandangan Islam yang diperoleh dari perwujudan keimanan kepada Tuhan, dengan menjadikan segala amal perbuatan (muamalah) beronsentrasi pada ibadah.<sup>19</sup>

b. Keseimbangan/Keadilan (*equilibrium*)

Asas keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan sesuai dengan hak dan kewajibannya, baik di dalam kegiatan bisnis internal perusahaan maupun di luar perusahaan. Keadilan mensyaratkan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan oleh hak dan kepentingannya.

c. Kebebasan (*free will*)

Islam menjunjung tinggi hak asasi manusia, termasuk kebebasan yang merupakan prinsip utama moralitas.<sup>20</sup> Kebebasan disini dibatasi oleh kebebasan orang lain. dan Islam memahami

<sup>19</sup> Hafiz Julian, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat,” Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (2011), <https://repository.uinjkt.ac.id>, akses 7 Januari 2024.

<sup>20</sup> Prihatminingsyias, *Etika Bisnis*, hlm. 2.

bahwa institusi ekonomi pasar dapat berperan secara efektif dalam kehidupan ekonomi, oleh karena itu pasar seharusnya dapat menjadi tempat bersaing yang sehat agar tercipta prinsip yang sesuai dengan syari'at Islam.<sup>21</sup>

d. Tanggung jawab (*mas'uliyah/responsibility*)

Tanggung jawab memiliki pondasi penting yang dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu: perhitungan margin, *Economic return*, larangan sistem ekonomi alegotoris/*gharar*. Tanggung jawab juga di kaitkan dengan hal yang boleh atau tidaknya dilakukan sebagai kesadaran masing-masing individu/kelompok yang melakukan transaksi.

e. Ihsan (*benevolence*)

Ihsan berarti kebaikan atau yang baik, segala sesuatu yang dilandaskan dengan kebaikan maka akan terbentuk sesuatu yang baik pula. Maksud dari ihsan disini, tidak lepas dari prinsip-prinsip sebelumnya yaitu, kesatuan, keseimbangan, kebebasan, dan tanggung jawab, dan mencakup perbuatan-perbuatan baik seperti jujur, tidak adanya pelanggaran hak, amanah, dan sebagainya. Suatu bisnis yang baik akan memperhatikan segala aspeknya, oleh karena itu ihsan menjembatani kegiatan muamalah supaya dapat menjadi ladang ibadah bagi setiap manusia dalam bermuamalah.

---

<sup>21</sup> Julian, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam,” hlm. 28, <https://repository.uinjkt.ac.id>, akses 7 Januari 2024.

## 2. Akad

Dalam Hukum Ekonomi Syariah, setiap bentuk transaksi harus memiliki landasan akad yang jelas dan sesuai dengan prinsip syariah. Akad merupakan kesepakatan antara dua pihak atau lebih yang menimbulkan akibat hukum terhadap objek yang diperjualbelikan, baik berupa barang maupun jasa. Menurut Wahbah az-Zuhaili, akad adalah “ikatan antara ijab dan qabul yang dibenarkan oleh syari’at dan menimbulkan akibat hukum terhadap objeknya<sup>22</sup>.”

## 3. Hukum Ekonomi Syari’ah

Dalam menentukan boleh atau tidaknya suatu muamalah atau sebab hukum di lakukan, diperlukan adanya pemahaman melalui hukum syari’at. Hal ini dapat di lihat dalam ensiklopedia hukum Islam, yang mengartikan bahwasanya hukum berarti penetapan sesuatu atas sesuatu atau meniadakannya.<sup>23</sup> Untuk menganalisa transaksi jual beli akun premium media streaming secara online di sosial media, dan menjawab persoalan yang terjadi, penyusun menggunakan beberapa sumber penelitian yang terdiri dari Al-Qur’an, Hadist, Ijma’ dan Fatwa para ulama.

---

<sup>22</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Fiqih Islam wa Adillatuhu*, alih bahasa Abdul Hayyie al-Kattani, Jilid 5 (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm 346.

<sup>23</sup> Hafizh Dasuki, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: PT Ichtiar Baru van Hoeve, 2011), hlm. 571.

## F. Metode Penelitian

Untuk memulai sebuah penelitian, diperlukan metode penelitian yang dapat menjadi kemudi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta seni.<sup>24</sup> Oleh karena itu, dalam penelitian ini penyusun menggunakan metode sebagai berikut :

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan untuk memperoleh data faktual dari sumber-sumber primer yang berkaitan dengan objek penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data langsung dari pelaku jual beli akun premium melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti terjun langsung untuk mengetahui bagaimana praktik jual beli akun premium dilakukan, bentuk akad yang digunakan, serta persepsi pelaku terhadap aspek hukum dan etika bisnis Islam.

Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran nyata mengenai praktik yang terjadi di masyarakat serta menilai kesesuaiannya dengan prinsip hukum ekonomi syariah.

### 2. Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat Kualitatif Deskriptif dengan pendekatan deskriptif Analitis yang dalam

---

<sup>24</sup> Ali Zainudin, *Metode Penelitian Hukum*, Ed. 1 cet. ke-9 (Jakarta: Sinar Grafika, 2017), hlm. 17.

penelitiannya menyajikan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung, dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi, serta bertujuan untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena maupun variabel.<sup>25</sup> Sedangkan, data kualitatif kemudian akan dideskripsikan dan diamati secara cermat mengenai suatu fenomena etika bisnis islam terhadap jual beli akun media *streaming* di grup Facebook untuk kemudian diambil inti penyelesaian dari permasalahan yang terjadi.

### 3. Sumber data

#### a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan analisis data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan 5 orang penjual dan 3 orang pembeli akun premium Netflix yang melakukan transaksi melalui grup Facebook “Akun Premium [Full Garansi & Strong Acc] Netflix Disney Youtube”.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh penyusun dengan melakukan studi kepustakaan berbagai macam literatur yang berkaitan dengan Etika Bisnis Islam yang diambil dari beberapa

---

<sup>25</sup> *Ibid*, hlm. 105.

variabel seperti, Al-Qur'an, Hadist, Fatwa dan Ijma' Ulama, maupun penulisan terkait baik buku atau non buku.

c. Teknik Pengumpulan data

1) Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek atau fenomena yang diteliti. Observasi dilakukan secara sistematis untuk memperoleh data terkait aktivitas, perilaku, dan kondisi nyata di lapangan.

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan terhadap praktik jual beli akun premium yang dilakukan melalui media sosial, khususnya Facebook. Peneliti mengamati pola interaksi antara penjual dan pembeli, jenis akun yang diperjualbelikan (*sharing* atau *private*), serta mekanisme transaksi yang terjadi.

Observasi juga dilakukan terhadap akun-akun penjual

yang menawarkan jasa tersebut untuk memahami bagaimana mereka mempromosikan produk, menetapkan harga, dan merespons konsumen.

2) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menghimpun data wawancara maupun gambar berkaitan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, dokumentasi

digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

Adapun jenis dokumen yang dikumpulkan meliputi: tangkapan layar (*screenshot*) dari akun penjual yang menawarkan jasa jual beli akun premium di media sosial.

### 3) Analisis Data

Analisis terhadap data-data yang terkumpul tersebut dengan metode deduktif, dari fakta-fakta umum yang ditemukan ini akan digunakan untuk penjabaran secara khusus. Dalam penelitian kualitatif, analisis data tidak harus menunggu selesainya pengumpulan data. Analisis data kualitatif bersifat iteratif (berkelanjutan) dan dikembangkan sepanjang program. Analisis data dilaksanakan mulai penetapan masalah, pengumpulan data, dan setelah data terkumpulkan.

## G. Sistematika Pembahasan

Dalam menyusun skripsi ini, penyusun menggunakan beberapa sistem pembahasan, antara lain:

**Bab I**, berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

**Bab II**, berisi landasan teori etika bisnis Islam dalam kegiatan jual beli akun premium media streaming Netflix secara online di situs media

sosial (Facebook). Dimulai dari penjabaran pengertian, dan sebagainya hingga kepada pengertian etika bisnis dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

**Bab III**, membahas mengenai gambaran umum penelitian pada objek penelitian terkait, dan konsumen, mengenai jual beli akun premium (Netflix) di media sosial (Facebook) yang diperoleh dari hasil pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

**Bab IV**, berisi analisa dari hasil penelitian yang sudah dideskripsikan dalam Bab III, dan jawaban dari problematika yang tercantum dalam rumusan masalah.

**Bab V**, merupakan penutup yang mencakup kesimpulan dari pembahasan, saran-saran penelitian, dan disertakan dalam bagian akhir daftar pustaka, lampiran dan riwayat hidup penyusun.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli akun premium Netflix di Facebook, baik yang bersifat sharing maupun private, pada umumnya tidak memenuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Hal ini disebabkan oleh beberapa unsur yang bertentangan dengan etika Islam, seperti adanya ketidakjelasan akad (gharar), potensi kecurangan dalam informasi barang/jasa, serta bentuk transaksi yang tidak sesuai dengan konsep kepemilikan dalam syari'at. Dalam praktiknya, terdapat penjual yang tidak secara transparan menjelaskan bahwa akun tersebut bukanlah milik pribadi secara penuh, melainkan hasil dari penyewaan atau pembagian akses. Transaksi ini lebih mirip dengan akad *ijarah* (sewa) namun dibungkus sebagai *bai'* (jual beli), yang dapat menimbulkan ketidakadilan dan kerugian bagi konsumen. Maka dari itu, jual beli akun premium semacam ini tidak sejalan dengan prinsip tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, serta ihsan dalam etika bisnis Islam dan karenanya tidak dapat dibenarkan secara hukum ekonomi syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun sebagian konsumen merasa diuntungkan karena harga yang lebih murah, kepercayaan tersebut bersifat semu dan cenderung rapuh. Terdapat konsumen mengaku pernah mengalami kerugian, seperti akun yang tidak bisa diakses setelah beberapa hari, pemblokiran oleh penyedia layanan, hingga ketidaksesuaian layanan dengan

yang dijanjikan. Keadaan ini menunjukkan tidak terpenuhinya prinsip kejujuran, keterbukaan, dan amanah dalam transaksi, yang justru menjadi pondasi utama dalam membangun kepercayaan dalam bisnis syariah. Oleh karena itu, transaksi semacam ini tidak hanya berisiko dari sisi teknis dan hukum, tetapi juga secara moral dan etika Islam, karena tidak memberikan *maslahah* (kebaikan) yang berkelanjutan bagi konsumen maupun masyarakat luas.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat, khususnya konsumen: Diharapkan agar lebih berhati-hati dan kritis dalam melakukan transaksi jual beli akun digital, khususnya akun premium seperti Netflix, di media sosial. Konsumen perlu memahami bahwa harga murah tidak selalu mencerminkan transaksi yang sah atau etis. Penting untuk memastikan kejelasan akad, legalitas layanan, serta hak dan kewajiban yang timbul dari transaksi tersebut agar tidak terjerumus dalam praktik yang merugikan atau tidak sesuai dengan prinsip syariah.
2. Bagi pelaku usaha/penjual akun premium: Diharapkan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, yang menjunjung tinggi kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan. Penjual sebaiknya tidak hanya mengejar keuntungan finansial semata, tetapi juga memperhatikan aspek keberkahan dan kemaslahatan

jangka panjang. Apabila memang ingin bergerak di bidang layanan digital, pelaku usaha harus mencari bentuk usaha yang legal, etis, dan sesuai dengan syariat.

3. Bagi pemerintah dan otoritas terkait: Disarankan untuk lebih tegas dalam mengawasi dan mengatur praktik jual beli akun digital ilegal yang beredar secara bebas di media sosial. Selain itu, diperlukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya transaksi digital yang aman, legal, dan sesuai hukum yang berlaku, baik hukum positif maupun hukum syariah.
4. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya: Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan, terutama dalam ruang lingkup dan pendekatan. Oleh karena itu, diharapkan adanya penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif atau kajian hukum positif secara lebih mendalam untuk memperkaya pemahaman mengenai praktik jual beli akun digital dan dampaknya terhadap masyarakat serta ekonomi digital secara luas.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## DAFTAR PUSTAKA

### Al-Qur'an/Tafsir Al-Qur'an

Departemen Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Lubuk Agung, 2015.

Shihab, Muhammad Quraish. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian al-Qur'an*. 15 jilid. Jakarta: Lentera Hati, 2002.

### Hadis

Hadis Jami' at-Tirmidzi. No. 1941. *Kitab Berbakti dan Menyambung Silaturrahim*, <https://hadist.id/>, akses 21 Mei 2024.

Hadis Jami' at-Tirmidzi No. 1209. *Kitab Jual Beli*. <https://hadist.id/>, akses 22 Mei 2024.

Hadis Shahih al-Bukhari No. 5569. *Kitab Adab*, <https://hadist.id/>, akses 21 Mei 2024.

Hadis Shahih Muslim No. 101. *Kitab Iman*, <https://hadist.id/>, akses 7 Juni 2025.

Hadis Ibnu Majah No. 2246. <https://muslim.or.id/>, akses 7 Juni 2025.

Hadis Shahih Muslim, No. 1513. *Kitab al-Buyu'*, <https://sunnah.com> akses 7 Juni 2025.

### Kitab

al-Sarakhsī. *Al-Mabsuth*. Beirut: Dar al-Ma'rifah, t.t.

an-Nawawī, Imam. *Syarh Riyād aṣ-Ṣāliḥīn*. Terjemahan Salim Bahreisy. Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.

——— *Syarh Shahih Muslim*. Beirut: Dar al-Ma'rifah, 2000.

az-Zuhailī, Wahbah. *Fiqih Islam wa Adillatuhu*. Alih bahasa Abdul Hayyie al-Kattani. 10 jilid. Jakarta: Gema Insani, 2011.

——— *al-Mu'amalat al-Maliyah al-Mu'asirah*. Damaskus: Dar al-Qalam, 2003.

Rusyd, Ibnu. *Bidayatul Mujtahid: Analisa Fiqih Para Mujtahid*. 3 jilid. Alih bahasa Imam Ghozali dan Ahmad Zaidun. Jakarta: Pustaka Amani, 2006.

Sabiq, Sayyid. *Fiqh al-Sunnah*. Beirut: Dar al-Fikr, 1990.

Qudamah, Ibn. *Al-Mughni*. Beirut: Dar al-Fikr, 1997.

## Buku

- Amir Syarifuddin. *Gharar dalam Transaksi Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani, 2007.
- *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Dasuki, Hafizh. *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jakarta: PT Ichtiar Baru van Hoeve, 2011.
- Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung, *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Hidayat, Enang. *Fiqh Jual Beli*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Masykuroh, Nihayatul. *Etika Bisnis Islam*. Serang: Media Karya Publishing, 2020.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasinya dalam Dunia Nyata* Yogyakarta: Deepublish, 2017.
- Muhammad, dan R. Lukman Fauroni. *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Prihatminingtyas, Budi. *Etika Bisnis: Suatu Pendekatan dan Aplikasinya terhadap Stakeholders*. Malang: Penerbit CV IRDH, 2019.
- . *Etika Bisnis dalam Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Rasjid, Sulaiman. *Fiqih Islam*. Bandung: Sinar Baru Algesindo, 1994.
- Sodiq, Jafar. *Hukum dan Etika Bisnis*. Jombang: Deepublish, 2020.
- Syarifuddin, Amir. *Garis-Garis Besar Fiqh Islam*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Wijoyo, Hadion. *Pengantar Bisnis*. Sumatera Barat: CV. Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- Zainudin, Ali. *Metode Penelitian Hukum*. Ed. 1, cet. ke-9. Jakarta: Sinar Grafika, 2017.

## Peraturan perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Jakarta: Sinar Grafika, 2020.

Republik Indonesia. (2016). *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. <https://peraturan.bpk.go.id>, akses 7 Juni 2025.

Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta*. <https://peraturan.bpk.go.id/> akses 7 Juni 2025.

### **Jurnal**

Chachi, Abdelkader. "Sharia and Concept of Benefit: The Use and Function of Maslaha in Islamic Jurisprudence." *IRTI Knowledge Review* 5 (2016).

Donato-Weinstein, Nathan. "Netflix Officially Signs on to New Los Gatos Campus." *Silicon Valley Business Journal* (2012).

Fauzi, Ahmad. "Transaksi Digital dalam Perspektif Etika Ekonomi Islam." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 12, No. 1 (2020).

McCarthy, C. "The Evolution of Facebook: From College Project to Global Powerhouse." *Journal of Social Media Studies* (2022).

Putra, A., dan Hidayat, R. (2022). "Pelanggaran Ketentuan Layanan dalam Ekonomi Digital: Studi Kasus Jual Beli Akun Streaming". *Jurnal Hukum & Teknologi*, Vol 8:1 (2022)

Rosenberg, J. "The Privacy Challenges Facing Facebook: A Comprehensive Review." *Harvard Law Review* (2023)

Shobirin. "Bisnis." *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 3, no. 2 (Desember 2015): 242.

Zengler, T. "Facebook's Impact on Society: A Study of Its Role in Modern Communication." *International Journal of Communication* (2023)

### **Skripsi dan Tesis**

Baroroh, Ariza Nurul Aini. *Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Aplikasi Ilegal Spotify Premium Lifetime di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun @camlyshopp.apps)*. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (2019), <https://eprints.walisongo.ac.id/>, akses 7 Januari 2024.

El-Husna, Rizqa. *Analisis Klasifikasi Sentimen Pada Twitter Mengenai Netflix Yang Diblokir Oleh Telkom Menggunakan Naïve Bayes Classifier Dan Support Vector Machine*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Semarang, 2020, <http://repository.unimus.ac.id/>, akses 14 Juli 2024.

Fadilla, Ahmad Dhani. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Jual Beli Akun Netflix, Viu, Dan Spotify Di Twitter*. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (2021), <https://eprints.walisongo.ac.id/> akses 7 Januari 2024.

Julian, Hafiz. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (2011), <https://repository.uinjkt.ac.id/>, akses 7 Januari 2024.

Pradani, Eka Wahyu, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Aplikasi Android (Studi Kasus pada Pemilik Akun Instagram @JualAppVip dan @JualPremiumvip di Bandar Lampung)*. Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (2019), <http://repository.radenintan.ac.id/>, akses 7 Januari 2024.

Pradipta, Akbar GR. *Kajian Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Terhadap Pencapaian Maslahah Mursalah Di Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya*. Tesis Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2019), <http://digilib.uinsby.ac.id/>, akses 7 Januari 2024.

Ramadhan, Muhammad Fadel. *Analisis Hukum Islam Tentang Jual Beli Akun Instagram (Studi Pada Group Ladang Sosmed Facebook)*. Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (2021), <https://repository.radenintan.ac.id/>, akses 7 Januari 2024.

Ramadhani, Aldi Firmansyah. *Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Fasilitas Akun Premium Joox dan Spotify Di Sosial Media Facebook*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2020), <http://digilib.uinsby.ac.id/>, akses 7 Januari 2024.

## Lain-lain

Munawwir, Ahmad Warson. *Kamus Al-Munawwir: Arab-Indonesia*. Surabaya: Pustaka Progressif, 1997.

Facebook. <https://www.facebook.com/>, akses pada 25 Mei 2024.

Netflix. “Terms of Use.” <https://help.netflix.com/legal/termsofuse>, akses pada 25 Mei 2024.

Volle, Adam, “Streaming Media”. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/>, akses 7 Januari 2024.

Wawancara dengan narasumber 1, sebagai penjual pada tanggal 30 September 2024.

Wawancara dengan narasumber 2, sebagai penjual pada tanggal 25 September 2024.

Wawancara dengan narasumber 3, sebagai penjual pada tanggal 28 September 2024.

Wawancara dengan narasumber 4, sebagai penjual pada tanggal 30 September 2024.

Wawancara dengan narasumber 5, sebagai penjual pada tanggal 27 September 2024.

Wawancara dengan narasumber 6, sebagai konsumen pada tanggal 30 September 2024.

Wawancara dengan narasumber 7, sebagai konsumen pada tanggal 29 September 2024.

Wawancara dengan narasumber 8, sebagai konsumen pada tanggal 29 September 2024.

