

**TINJAUAN FIQH MUAMALAH DAN UNDANG-UNDANG  
NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN  
TRANSAKSI ELEKTRONIK TERHADAP JUAL BELI  
*FOLLOWERS INSTAGRAM***

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada

Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Hukum



Oleh :

**HIMMATUL ULYA**  
**NIM. 19.21.1.1.238**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH (MU'AMALAH)  
JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN FILANTROPI ISLAM  
FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2023**

**TINJAUAN FIQH MUAMALAH DAN UNDANG-UNDANG  
NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN  
TRANSAKSI ELEKTRONIK TERHADAP JUAL BELI  
*FOLLOWERS INSTAGRAM***

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Syari'ah  
Dalam Bidang Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah

Disusun Oleh:

**HIMMATUL ULYA**  
**NIM. 19.21.1.1.238**

Surakarta, 14 Juli 2023

Disetujui dan disahkan Oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Dosen Pembimbing Skripsi

Dr. Zaidah Nur Rosidah, S.H., M.H.

NIP. 197406271999032001

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : HIMMATUL ULYA

NIM : 19.21.1.1.238

PROGRAM STUDI : HUKUM EKONOMI SYARI'AH

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **"TINJAUAN FIQH MUAMALAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TERHADAP JUAL BELI FOLLOWERS INSTAGRAM"**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 14 Juli 2023



Himmatul Ulya

Dr. Zaidah Nur Rosidah, S.H., M.H.

Dosen Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdri : Himmatul Ulya

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri (UIN)

Raden Mas Said Surakarta

Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Himmatul Ulya NIM: 19.21.1.1.238 yang berjudul:

**TINJAUAN FIQH MUAMALAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TERHADAP JUAL BELI *FOLLOWERS INSTAGRAM*.**

Sudah dapat dimunaqasyahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH) dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah (Filantropi Islam).

Oleh karena itu, kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasyahkan dalam waktu dekat. Demikian atas dikabulkannya permohonan ini, disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 14 Juli 2023

Dosen Pembimbing



Dr. Zaidah Nur Rosidah, S.H., M.H.

NIP. 197406271999032001

**PENGESAHAN**

**“TINJAUAN FIQH MUAMALAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 19  
TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK  
TERHADAP JUAL BELI *FOLLOWERS INSTAGRAM*”**

Disusun Oleh:

**HIMMATUL ULYA**  
**NIM. 19.21.1.1.238**

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosyah

Pada hari Rabu tanggal 6 September 2023/ 20 Shafar 1445 H

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar

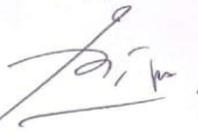
Sarjana Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Penguji I



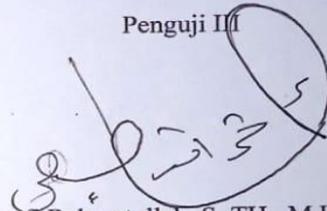
Dr. Sutrisno, S.H., M.Hum.  
NIP. 19610310 198901 1 001

Penguji II



Fauzia Ullirrahmi, S.SY., MH.  
NIP. 19890510 202012 2 013

Penguji III



Luthi Rahmatullah, S. TH., M.Hum.  
NIP. 19810227 201701 1 143

Dekan Fakultas



Dr. Ismail Yahya, MA  
NIP. 19750409 199903 1 001

## MOTTO

*“Mboten kabeh perkoro kudu dipekso lan di duweni, belajar sabar nggih, menawi saking sedoyo kejadian wonten hikmahe damel njenengan. Mpun sing tenang, Insya Allah toh apapun bagaimanapun mengke kedepane njenengan, pasti enten hikmahe. Bismillah.”*

رَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَا فِي نُفُوسِكُمْ إِن تَكُونُوا صَالِحِينَ فَإِنَّهُ كَانَ لِلأَوْبِينِ عَفْوَراً

*“Tuhanmu lebih mengetahui apa yang ada didalam hatimu; jika kamu orang-orang yang baik, maka sesungguhnya Dia Maha Pengampun bagi orang-orang yang bertaubat.”*

(Q.S Al-Isra : 25)

## **PERSEMBAHAN**

Dalam perjuangan yang mengarungi samudra Illahi tanpa batas, dengan keringat dan air mataku persembahkan karya tulis skripsi ini untuk orang-orang yang selalu hadir dan berhadap keindahan-Nya. Kupersembahkan bagi mereka yang tetap setia berada di ruang dan waktu kehidupan khususnya untuk :

1. Kedua orang tua saya yang tercinta Bapak Edi Sujito dan Almh. Ibu Siti Syamsiyah Nur Rohmah yang telah membesarkan, mendidik, membimbing, mengarahkan dan selalu mendoakan saya di setiap langkah saya hingga saya dapat menyelesaikan studi saya hingga Sarjana.
2. Kakak penulis Oni Luthfi Afian-Sri Winarni, Husnia Luluk Farida-Dedi Setiawan dan Nadia Farikhati-Kurniyawan Pratama dan serta keponakan-keponakan saya, Muhammad Rafif Muzakki, Muhammad Khalif Arrofiq dan Muhammad Naufal Makarim yang bikin kangen dan gemoy. Semoga kita selalu diberkahi oleh Allah SWT dan dapat mewujudkan mimpi dan cita-cita kita.
3. Keluarga besar Wongso Taruno dan Wongso Yahman. Semoga kita semua diberi panjang umur, kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
4. Rekan saya selama 6 tahun Rahma Mahdiana yang selalu saya repotkan dan semoga kedepannya kita selalu bareng-bareng.
5. “Grup Ayok Wisuda Cah” yang telah memberikan kebersamaan, tawa, persahabatan dan semangat yang tidak mungkin dilupakan. Semoga kita selalu diberkahi oleh Allah SWT dan dapat mewujudkan mimpi dan cita-cita kita.
6. Teman-teman Fakultas Syariah angkatan 2019

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta didasarkan pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988. Pedoman transliterasi tersebut adalah :

### 1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf serta tanda sekaligus. Daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin adalah sebagai berikut:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Nama                       |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا          | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan         |
| ب          | ba   | b                  | Be                         |
| ت          | Ta   | t                  | Te                         |
| ث          | ša   | š                  | Es (dengan titik di atas)  |
| ج          | Jim  | j                  | Je                         |
| ح          | Ḥa   | ḥ                  | Ha (dengan titik di bawah) |
| خ          | kha  | kh                 | Ka dan ha                  |
| د          | dal  | d                  | De                         |
| ذ          | zal  | ẓ                  | Zet (dengan titik diatas)  |
| ر          | ra   | r                  | Er                         |
| ز          | zai  | z                  | Zet                        |
| س          | sin  | s                  | Es                         |

|   |        |           |                            |
|---|--------|-----------|----------------------------|
| ش | syin   | sy        | Es dan ye                  |
| ص | şad    | ş         | 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 dibawah) |
| ع | ‘ain   | ...‘..... | Koma terbalik di atas      |
| غ | gain   | g         | Ge                         |
| ف | fa     | f         | Ef                         |
| ق | qaf    | q         | Ki                         |
| ك | kaf    | k         | Ka                         |
| ل | lam    | l         | El                         |
| م | mim    | m         | Em                         |
| ن | nun    | n         | En                         |
| و | wau    | w         | We                         |
| ه | ha     | h         | Ha                         |
| ء | hamzah | ...’...   | Apostrop                   |
| ی | ya     | y         | ye                         |

## 2. Vokal

Vokal bahasa arab seperti vokal bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal tunggal

Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama   | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
|       | Fathah | a           | a    |
|       | Kasrah | i           | i    |
|       | Dammah | u           | u    |

Contoh:

| No | Kata Bahasa Arab | Transliterasi |
|----|------------------|---------------|
| 1. | كتب              | Kataba        |
| 2. | ذكر              | Zukira        |
| 3. | يذهب             | Yazhabu       |

b. Vokal rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf maka transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama           | Gabungan Huruf | Nama    |
|-----------------|----------------|----------------|---------|
| أ.....ى         | Fathah dan ya  | Ai             | a dan i |
| أ.....و         | Fathah dan wau | Au             | a dan u |

Contoh:

| No. | Kata Bahasa Arab | Transliterasi |
|-----|------------------|---------------|
| 1.  | كيف              | Kaifa         |
| 2.  | حول              | Haula         |

3. Vokal panjang (Maddah)

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

| Harakat dan Huruf | Nama                    | Huruf dan Tanda | Nama                |
|-------------------|-------------------------|-----------------|---------------------|
| أ.....ى           | Fathah dan alif atau ya | ā               | a dan garis di atas |
| أ.....ى           | Kasrah dan ya           | ī               | i dan garis di atas |
| أ.....و           | Dammah dan wau          | ū               | u dan garis di atas |

Contoh :

| No. | Kata Bahasa Arab | Transliterasi |
|-----|------------------|---------------|
| 1.  | قال              | Qāla          |
| 2.  | قيل              | Qīla          |
| 3.  | يقول             | Yaqūlu        |
| 4.  | رمي              | Ramā          |

#### 4. Ta Marbutah

Transliterasinya untuk Ta Marbutah ada dua (2), yaitu:

- Ta Marbutahhidup atau yang mendapatkan harakat fathah, kasrah atau dammah transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah /h/.
- Apabila pada suatu kata yang di akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang /al/ serta kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu transliterasinya dengan /h/.

Contoh:

| No. | Kata Bahasa Arab | Transliterasi                   |
|-----|------------------|---------------------------------|
| 1.  | روضة الأطفال     | Rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul atfāl |
| 2.  | طلحة             | Ṭalḥah                          |

#### 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau Tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda yaitu tanda Syaddah atau Tasydid. Dalam transliterasinya ini tanda Syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda Syaddah itu.

Contoh:

| No. | Kata Bahasa Arab | Transliterasi |
|-----|------------------|---------------|
| 1.  | رَبَّنَا         | Rabbana       |
| 2.  | نَزَّلَ          | Nazzala       |

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam bahasa arab dilambangkan dengan huruf yaitu ال.

Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qomariyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Sedangkan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qomariyyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti dengan huruf Syamsiyah atau Qomariyyah, kata sandang ditulis dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sambung.

Contoh:

| No. | Kata Bahasa Arab | Transliterasi |
|-----|------------------|---------------|
| 1.  | الرجل            | Ar-rajulu     |
| 2.  | الجلال           | Al-Jalālu     |

## 7. Hamzah

Sebagaimana yang telah disebutkan di depan bahwa Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa huruf alif. Perhatikan contoh berikut ini:

| No. | Kata Bahasa Arab | Transliterasi |
|-----|------------------|---------------|
| 1.  | أكل              | Akala         |
| 2.  | تأخذون           | ta'khuduna    |
| 3.  | النؤ             | An-Nau'u      |

## 8. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem bahasa Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasinya huruf kapital itu digunakan seperti yang berlaku dalam EYD yaitu digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan

kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandangan maka yang ditulis dengan huruf kapital adalah nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan tersebut disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, amaka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh :

| No. | Kata Bahasa Arab      | Transliterasi                   |
|-----|-----------------------|---------------------------------|
|     | وما محمد إلا رسول     | Wa māMuhaamdun illā rasūl       |
|     | الحمد لله رب العالمين | Al-hamdu lillhi rabbil ‘ālamīna |

## 9. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik fi’il, isim, maupun huruf fitulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya denggan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka penulisan kata tersebut dalam transliterasinya bisa dilakukan dengan dua cara yaitu bisa dipisahkan pada setiap kata atau bisa dirangkai.

Contoh:

| No. | Kata Bahasa Arab        | Transliterasi  |
|-----|-------------------------|--|
|     | وإن الله هو خير الرزقين | Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn |
|     | فأوفوا الكيل والميزان   | Fa aufū al-Kaila wa al-mīzāna/<br>Fa aful-kaila wal mīzāna               |

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“TINJAUAN FIQH MUAMALAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TERHADAP JUAL BELI *FOLLOWERS INSTAGRAM*”**

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu’amalah), Fakultas Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penyusun telah banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, dan tenaga. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, M. Pd selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Ismail Yahya, MA selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Dr. H. AH. Kholis Hayatuddin, M. Ag. selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) dan Filantropi Islam Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
4. Muhammad Julijanto, S. Ag., M. Ag. selaku Koordinator Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) dan Filantropi Islam Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
5. Dr. Zaidah Nur Rosidah, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

7. Bapakku, kakak-kakaku dan keponakan penulis terima kasih atas do'a, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tidak akan ku lupakan.
8. Teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu persatu yang telah berjasa dan membantuku baik moril maupun spiritnya dalam penyusunan skripsi. Tak ketinggalan pada seluruh pembaca yang budiman.
10. Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa'a serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sukoharjo, 14 Juli 2023



Himmatul Ulya

## ABSTRAK

HIMMATUL ULYA, NIM: 19.21.11.238 “**TINJAUAN FIKH MUAMALAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TERHADAP JUAL BELI *FOLLOWERS INSTAGRAM***”. Dalam jual beli ini dilihat dari sisi Fiqh Muamalah dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui terjadinya transaksi jual beli *followers instagram* dalam tinjauan fiqh muamalah dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terhadap jual beli *followers instagram*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang langsung mengamati praktik jual beli *followers instagram*. Untuk sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yaitu menggunakan metode deduktif yaitu dengan menggunakan data yang bersifat umum kemudian diakhiri dengan kesimpulan yang bersifat khusus.

Praktik jual beli *followers instagram* ini tidak jauh berbeda dengan jual beli online lainnya dengan melakukan pemesanan barang terlebih dahulu, pemesanan dapat dilakukan dengan menghubungi akun penjual *followers instagram*. Setelah melakukan pemesanan dan telah dikonfirmasi oleh penjual, hal selanjutnya adalah melakukan pembayaran terlebih dahulu sebelumnya pembeli memberikan *username instgram* ke penjual, kemudian transaksi baru akan diproses oleh penjual. Dalam fiqh muamalah bisa dikatakan sah dalam hukum Islam harus memenuhi syarat dan rukun sahnya jual beli. Dalam jual beli *followers* ini tidaklah sah karena tidak memenuhi salah satu dari beberapa syarat dalam jual beli, yaitu mengenai syarat objek transaksi misalnya akun tersebut bukan dari kepemilikan penjual dan bisa saja menghilang sewaktu-waktu dikarenakan pemilik akun tersebut meng-unfoll (tidak mengikuti). Hukumnya menurut pandangan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik dianggap melanggar pasal 26 dan 27 yaitu dijelaskan yang dengan sengaja mendistribusikan atau mentransmisikan dapat diakses data informasi atau dokumen dapat dilakukan pelanggaran keasusilaan, judi, pengintimidasi dan penghinaan.

Keyword : jual beli, *followers instagram*, fiqh muamalah dan Undang-Undang ITE

## ABSTRACT

HIMMATUL ULYA, NIM: 19.21.11.238 “**TINJAUAN FIQH MUAMALAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TERHADAP JUAL BELI *FOLLOWERS INSTAGRAM***”. In this sale and purchase, it is seen from the perspective of Fiqh Muamalah and Law Number 19 of 2016 concerning Electronic Information and Transactions.

The purpose of this study is to determine the occurrence of buying and selling transactions of *instagram followers* in the review of fiqh muamalah and Law Number 19 of 2016 concerning Electronic Information and Transactions on buying and selling *instagram followers*.

This type of research is field research using a qualitative approach with a case study method that directly observes the practice of buying and selling instagram followers. For data sources in this study using primary and secondary data sources. Data collection techniques in this study using interviews and documentation. While the data analysis technique is to use the deductive method, namely by using general data then ending with specific conclusions.

The practice of buying and selling instagram followers is not much different from other online buying and selling by ordering goods first, orders can be made by contacting the instagram followers seller account. After placing an order and being confirmed by the seller, the next thing is to make a payment first, before the buyer provides the username instgram to the seller, then the new transaction will be processed by the seller. In fiqh muamalah, it can be said that it is valid in Islamic law, it must fulfill the terms and conditions of the validity of buying and selling. In this sale and purchase of followers is not valid because it does not fulfill one of the conditions in buying and selling, namely regarding the terms of the object of the transaction, for example, the account is not from the seller's ownership and can disappear at any time because the account owner unfollows. The law in the view of Law Number 19 of 2016 concerning Electronic Information and Technology is considered to violate articles 26 and 27, which are explained that deliberately distributing or transmitting accessible information data or documents can be carried out violations of immorality, gambling, intimidation and insults.

Keywords: e-commerce, instagram followers, fiqh muamalah and ITE law

## DAFTAR ISI

|  |          |
|--|----------|
| HALAMAN JUDUL.....                     |          |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....   | ii       |
| HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI..... | ii       |
| HALAMAN NOTA DINAS .....               | iii      |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                | iv       |
| HALAMAN MOTTO .....                    | v        |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....              | vi       |
| HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI.....     | vii      |
| KATA PENGANTAR .....                   | xiii     |
| ABSTRAK .....                          | xv       |
| ABSTRACT .....                         | xvi      |
| DAFTAR ISI.....                        | xviii    |
| DAFTAR TABEL.....                      | xxi      |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                  | xxii     |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>          | <b>1</b> |
| A. Latar Belakang Masalah .....        | 1        |
| B. Rumusan Masalah.....                | 5        |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian ..... | 5        |
| D. Kerangka Teori .....                | 6        |
| E. Tinjauan Pustaka.....               | 11       |
| F. Metode Penelitian .....             | 16       |
| G. Sistematika Penulisan .....         | 19       |

**BAB II TRANSAKSI JUAL BELI *FOLLOWERS* DALAM UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK .....21**

|  |    |
|--|----|
| A. Gambaran Umum Jual Beli.....  | 21 |
| 1. Pengertian Jual Beli.....   | 21 |
| 2. Hukum Jual Beli.....  | 23 |
| 3. Rukun dan Syarat Jual Beli .....  | 26 |
| B. Transaksi yang Diperbolehkan dan Dilarang Dalam Hukum Islam .....                 | 29 |
| 1. Transaksi yang Diperbolehkan.....   | 29 |
| 2. Transaksi yang Dilarang.....  | 30 |
| C. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik..... | 38 |
| 1. Transaksi Elektronik .....  | 38 |
| 2. Syarat-Syarat Transaksi Elektronik.....   | 40 |
| 3. Larangan Transaksi Elektronik .....   | 43 |

**BAB III GAMBARAN UMUM TRANSAKSI JUAL BELI *FOLLOWERS INSTAGRAM*.....45**

|  |    |
|--|----|
| A. Gambaran Umum Media Sosial <i>Instagram</i> .....                 | 45 |
| B. Gambaran Umum Jual Beli di Dunia Maya ( <i>e-commerce</i> ) ..... | 49 |
| C. <i>Followers</i> Media Sosial <i>Instagram</i> .....              | 52 |
| D. Praktik Jual Beli <i>Followers Instagram</i> .....                | 56 |

**BAB IV TINJAUAN FIQH MUAMALAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK TERHADAP JUAL BELI *FOLLOWERS INSTAGRAM* .....60**

|  |    |
|--|----|
| A. Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Jual Beli <i>Followers Instagram</i> .....  | 60 |
| B. Tinjauan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Terhadap Jual Beli <i>Followers Instagram</i> ..... | 64 |

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| <b>BAB V PENUTUP .....</b> | <b>73</b> |
| A. Kesimpulan .....        | 73        |
| B. Saran .....             | 74        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>      |           |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1: Daftar Harga Jual Beli <i>Followers Instagram</i> ..... | 57 |
|--|----|

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Wawancara online dengan Penjual *followers instagram*
- Lampiran 2 : Wawancara online dengan Pembeli *followers instagram*
- Lampiran 3 : Praktik transaksi jual beli *followers instagram*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Transaksi jual beli merupakan kegiatan manusia yang terus mengalami perkembangan dari masa ke masa. Sebagaimana kita ketahui bahwa pada saat ini aktivitas ekonomi sebagai salah satu aspek terpenting dalam kehidupan manusia berkembang cukup dinamis dan begitu cepat. Terlebih dengan perkembangan alat dan perangkat komunikasi dan informasi yang begitu kencang. Hal ini membuat aktivitas ekonomi semakin variatif dan semakin intens dilakukan. Kreativitas pengembangan model transaksi dan produk semakin tinggi.<sup>1</sup>

Salah satu jual beli yang menggunakan teknologi sebagai medianya yaitu jual beli *online*. Jual beli secara online banyak dilakukan oleh sebagian masyarakat karena kemudahannya dalam melakukan transaksi yaitu tidak harus bertemunya secara langsung antara penjual maupun pembeli. Namun dengan semakin berkembangnya zaman, jual beli *online* saat ini tidak hanya mencakup jual beli barang keperluan sehari-hari saja, tetapi ada pula transaksi yang menjual belikan berupa penambahan *follower* di media sosial *instagram*.

Pemanfaatan dunia online untuk menjalankan bisnis atau *e-commerce* cukup terkenal di kalangan pengusaha seiring peningkatan internet di zaman modern ini. Faktanya menunjukkan bahwa pengguna media *instagram* banyak

---

<sup>1</sup> Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.7-8

untuk berbisnis. Instagram dijadikan sarana promosi maupun penjualan produk yang dipasarkan. Beberapa diantaranya menjadi *selebgram*, penambah *followers*, jasa upload foto. Kebanyakan dari pengguna *instagram* akan fokus pada penambah *followers*, dikarenakan memberikan keuntungan lebih memaksimalkan promosi yang sedang dilakukannya untuk mengikat calon konsumen, dengan catatan *follower* atau pengikut harus manusia yang membuat akun *instagram* (*real user*) bukan akun pasif (*fake/palsu*).

Bagi setiap individu untuk menaikkan jumlah *follower* harus memiliki rasa percaya diri. Dikarenakan jumlah *follower* bertambah dapat menjadi tatapan publik dan terkenal di media sosial *instagram*. Untuk mekanisme kerja sendiri begitu mudah seperti pembeli hanya perlu memberikan “*username*” tanpa kode sandi kepada penjual dan *username* tersebut dapat diakses selama 30 menit sampai 24 jam. Kemudian penjual dapat mengisi jumlah *follower* sesuai dengan permintaan pembeli. Untuk harga jual beli *follower* ini bervariasi seperti 500 *followers* dihargai Rp. 35.000, 1000 *followers* dihargai Rp. 55.000 dan 2000 *followers* dihargai Rp. 95.000. Setelah permintaan pembeli terpenuhi, maka pembeli dapat melakukan pembayaran dengan cara mentransfer uang ke nomor rekening yang ditentukan oleh penjual.<sup>2</sup>

Segala ketentuan perekonomian dan transaksi jual beli menurut ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur’an adalah untuk mempertahankan hak individu yang harus terlindungi, sekaligus untuk menegakkan rasa solidaritas yang tinggi dalam masyarakat. Agar sesuatu akad dalam jual beli *followers*

---

<sup>2</sup> Juliana Paramitha, Penjual, wawancara online pribadi, Jumat, 11 Maret 2022.

dipandang sah, maka harus memenuhi syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhi. Diantara syarat-syarat yang harus dipenuhi antara lain manfaat secara syariat, mengetahui objek akad baik zat, jumlah dan sifatnya serta mempunyai kuasa atas objek akad tersebut.<sup>3</sup> Maka dari itu dalam hal jual beli *followers instagram* yang menjadi objek akadnya adalah *followers* itu sendiri, yang mana *followers* itu bukanlah barang yang nyata wujudnya melainkan berupa penambahan pengguna instagram yang mengikuti akun seorang pembeli.

Jual beli salam adalah jual beli yang menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya disebutkan dengan jelas dengan pembayaran modal terlebih dahulu, sedangkan barangnya diserahkan di kemudian hari. Di dalam konteks jual beli *follower* pembeli melakukan pemesanan terlebih dahulu kepada penjual, dalam transaksi ini biasanya terjadi tawar-menawar harga karena biasanya penjual mencantumkan daftar harga dalam iklan di instagram sehingga pembeli mengetahui daftar harga dan pembeli secara otomatis menyepakati harga yang telah ditentukan.

Transaksi jual beli pada umumnya diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dalam buku III Tentang Perikatan dan pada Bab 1 dengan Bab V dan beberapa yang berkaitan dengan hukum umum, tetapi secara khusus transaksi jual beli elektronik diatur dalam Undang-Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan bagian dari perkembangan KUHPerdata dan bertujuan untuk mengkoordinir kebutuhan

---

<sup>3</sup> Ahmad bin Umar As-Syathiri, *Al-Yaqut An-Nafis*, (Lebanon: Dar al-Minhaj, 2010) h. 125

masyarakat yang penuh akan teknologi dikarenakan pada transaksi jual beli juga menggunakan internet, sehingga kesepakatan antara pembeli baik berupa barang dan jenis pembayaran ditentukan di internet.<sup>4</sup> Transaksi jual beli dengan media *Instagram* menawarkan banyak kemudahan baik itu bagi penjual ataupun pembeli. Kemudahan tersebut berupa penawaran dan interaksi yang lebih mudah dilakukan oleh penjual dan pembeli, sehingga memunculkan banyak minat untuk melakukan transaksi dengan *Instagram*. *Instagram* memberikan kemudahan bagi penjual dalam menampilkan produk dagangannya beserta keterangan dari produk tersebut dan mempermudah pembeli memilih dan melakukan penawaran serta transaksi.

Dalam transaksi online akan timbul risiko yang diakibatkan tidak adanya pertemuan selama proses transaksi dan tidak adanya perjanjian jual beli selayaknya transaksi pada umumnya. Hal ini bisa mengakibatkan terjadinya wanprestasi dari salah satu pihak baik itu penjual ataupun pembeli. Wanprestasi itu bisa terjadi karena ada pihak yang tidak memenuhi kewajibannya terhadap pihak lainnya. Terjadinya wanprestasi yang diakibatkan dari transaksi online membuat pemerintah turut berperan dalam mengatasi permasalahan ini. Pemerintah menerbitkan pengaturan mengenai transaksi elektronik yang tertuang dalam UU ITE yang didalamnya berisi tentang perlindungan bagi mereka yang melakukan transaksi online dan diharapkan dapat mengurangi potensi penyalahgunaan teknologi dalam melakukan proses perdagangan.

---

<sup>4</sup> Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 228

Oleh karena itu, maka penulis merasa tertarik dan bertujuan untuk meneliti permasalahan dengan judul Tinjauan Fiqh Muamalah dan Undang-Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Terhadap Jual Beli *Followers Instagram*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan yang akan dikaji, yaitu:

1. Bagaimana terjadinya transaksi jual beli *followers instagram*?
2. Bagaimana tinjauan fiqh muamalah dan Undang-Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terhadap jual beli *followers*?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui terjadinya transaksi jual beli *followers instagram*
- b. Untuk mengetahui tinjauan fiqh muamalah dan Undang-Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terhadap jual beli *followers*

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna untuk menambah ilmu pengetahuan dan pustaka keislaman terutama dalam bidang muamalah khususnya pengetahuan yang berhubungan dengan jual beli (*al-ba'i*). dan diharapkan dapat dijadikan bahan bacaan, referensi dan acuan bagi penelitian-penelitian berikutnya.

### b. Manfaat Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan akademi mengenai proses jual beli yang sesuai dengan ketentuan hukum ekonomi syariah dan hukum negara.

## D. Kerangka Teori

### 1. Jual Beli dalam Perspektif Islam

Jual beli dalam istilah *fiqh* disebut *al-ba'i* secara etimologi berarti menjual atau mengganti yaitu sifat dari jual beli adalah tukar menukar antara harta dengan harta. Sedangkan secara terminologi, terdapat beberapa ulama yang telah mendefinisikan jual beli.<sup>5</sup>

Menurut ulama Hanafiyah jual beli secara terminologi adalah pertukaran harta (benda) dengan harta (yang lain) berdasarkan cara-cara khusus yang telah diperbolehkan. Maksud ulama Hanafi adalah melalui ijab

---

<sup>5</sup> Shalah Ash-Shawi, *Fikh Ekonomi Keuangan Islam* terjemahan Abu Umar Basyir (Jakarta: Darul Haq, 2008), hlm. 87

(ungkapan dari pembeli) dan kabul (pernyataan menjual dari penjual) atau juga bisa melalui saling memberikan barang dan harga antara penjual dan pembeli.

Dasar hukum jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama umat manusia yang mempunyai landasan yang kuat dalam al-Qur'an dan sunnah Rasulullah saw. terdapat ayat al-Qur'an di dalam surat al-baqarah ayat 275:

....وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا....

*Artinya: "...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."*<sup>6</sup>

Dalam rukun jual beli, jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli ada empat,<sup>7</sup> yaitu :

1. Ada orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli)
2. Ada *shighat* (lafal ijab dan kabul)
3. Ada barang yang dibeli
4. Ada nilai tukar pengganti barang

Para ulama fiqh sepakat bahwa orang yang melakukan akad jual beli itu harus memenuhi syarat jual beli :

---

<sup>6</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkhanleema), hlm. 47

<sup>7</sup> Wahbah Al-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islam wa Adillatuhu*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), Jilid V, hlm. 3309.

1. Penjual dan pembeli (*Al-Aqidani*)
  - a. Pelaku penjual maupun pembeli yang berakal dan *mumayyiz* (dapat membedakan antara benar dan tidak)
  - b. Pelaku transaksi secara langsung tanpa perantara
  - c. Adanya kerelaan dalam transaksi
  - d. Adanya pihak-pihak seperti penjual dan pembeli
  - e. Penjual dan pembeli tidak dalam keadaan buta
2. Ijab dan kabul (*Shighatul aqdi*)
  - a. Orang yang berakad
  - b. Kabul diharuskan sesuai dengan ijabnya
  - c. Ijab dan kabul harus bersatu<sup>8</sup>
3. Barang yang diperjualbelikan (*Ma'qud 'Alaih*)
  - a. Barang yang akan dijual ada
  - b. Barang yang akan dijual bernilai
  - c. Barang yang akan dijual dimiliki sendiri
  - d. Barang yang akan dijual bisa diserahkan pada saat transaksi<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah Untuk UIN, STAIN, PTAIS dan Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 77-78

<sup>9</sup> Wahbah Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islam wa Adillatuhu*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), Jilid V, hlm. 36-37

## 2. Transaksi yang Diperbolehkan dan Dilarang dalam Hukum Islam

Dalam praktik jual beli masih banyak masyarakat tidak atau belum mengetahui mana transaksi jual beli yang diperbolehkan dan mana yang tidak diperbolehkan, antara lain : <sup>10</sup>

### 1) Transaksi yang diperbolehkan

Transaksi yang memenuhi rukun dan syarat adanya jual beli dan tidak merugikan salah satu pihak

### 2) Transaksi yang dilarang

- a. Haram zatnya mengandung bangkai, minuman keras, daging babi
- b. Haram selain zatnya mengandung unsur, penipuan, gharar, suap-menyuap
- c. Tidak sah akadnya
- d. Terjadi ta'alluq yaitu dua akad transaksi yang dipersyaratkan satu dengan yang lain.
- e. Terjadi "two in one" yaitu transaksi diwadahi oleh dua akad sekaligus (bersamaan).

## 3. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Transaksi elektronik diatur dalam Undang-Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) atas perubahan Undang-

---

<sup>10</sup> Ikit, dkk, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Gava Media, 2018), hlm. 117

Undang No 11 Tahun 2008 Tentang ITE, bahwa pada pasal 1 ayat (1) menjelaskan informasi elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *elektronik data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, *telecopy* atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.<sup>11</sup> Selanjutnya pada pasal 2 ayat (1) menjelaskan Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya.

Transaksi Elektronik dalam dunia bisnis salah satunya adalah *e-commerce*. Pasal 6 Undang-Undang ITE menyebutkan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem Elektronik harus menyediakan informasi lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Namun di dalam praktiknya banyak penjual yang tidak memberikan informasi yang jelas mengenai produk yang ditawarkan sehingga banyak menimbulkan kerugian bagi pembeli.<sup>12</sup>

Transaksi *e-commerce* melalui internet, sebelum proses pembayaran dilakukan masing-masing pihak telah menyepakati mengenai jumlah dan jenis mata uang yang digunakan sebagai pembayaran atau harga serta metode pembayaran yang digunakan, seperti dengan kartu kredit. Pada saat kedua

---

<sup>11</sup> Undang-Undang Informasi Teknologi dan Elektronik Nomor 19 Tahun 2016 Pasa 1 1

<sup>12</sup> Undang-Undang Informasi Teknologi dan Elektronik Nomor 19 Tahun 2016 Pasa 1 6

belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran yang dilakukan pembeli. Setelah pembayaran diterima oleh penjual, kemudian penjual mengirim pesanan yang sudah dipesan pembeli.

Perbuatan yang dilarang dalam bertransaksi menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, disebutkan dalam pasal 27 sampai pasal 33, yaitu sebagai berikut:<sup>13</sup>

- a. Mendistribusikan, mengirim, mentransmisikan, menyebarkan informasi atau dokumen elektronik yang bersifat melanggar kesusilaan, perjudian, penghinaan, pencemaran nama baik, pemerasan dan pengancaman.
- b. Membuat berita bohong dan menyesatkan yang merugikan konsumen.
- c. Menyebarkan informasi bisa menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan baik individu atau kelompok yang bersifat SARA (Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan).

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Berdasarkan penelaahan terhadap terhadap penelitian terdahulu yang penulis lakukan, berkaitan dengan masalah jual beli *follower instagram* dalam perspektif hukum islam dan menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka penulis menemukan penelitian yang hampir serupa dengan penelitian ini. namun demikian, ditemukan substansi yang berbeda dengan persoalan yang akan penulis angkat seperti:

---

<sup>13</sup> Prasetyo Dwi Widodo, “Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 (ITE) Tentang Transaksi Jual Beli Akun *Game Online (Mobile Legends)*”, *Skripsi* tidak diterbitkan, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Tulungagung, Tulungagung, 2018, hlm. 28

Skripsi oleh Rifky Fadillah Anwar yang berjudul *Jual Beli Follower Sosial Media Instagram dalam Perspektif Hukum Islam* dengan menggunakan metode deduktif yaitu proses analisis yuridis dengan teknik wawancara dan observasi. Pembahasan dihasilkan kesimpulan, dalam jual beli follower sosial media instagram akad yang dilakukan tidaklah sah karena merupakan jual beli yang dilarang atau haram. Dikarenakan tidak memiliki syarat-syarat dalam jual beli seperti status kepemilikan objek dari penjual, maka jual beli follower termasuk jual beli yang bathil. Dan tidak ada ketidakjelasan dalam objek tersebut dan juga status objek tersebut bukan dari pemilik penjual karena menjual objek tanpa sepengetahuan pemilik, jual beli ini lebih banyak mendatangkan mudharat daripada manfaat.<sup>14</sup> Persamaan antara skripsi tersebut dengan penelitian saya adalah sama-sama membahas menurut hukum islam mengenai jual beli followers di instagram. Sedangkan perbedaan antara skripsi tersebut dengan penelitian saya adalah dalam skripsi ini membahas secara hukum islam sedangkan dalam penelitian saya terdapat membahas dalam hukum negara menurut undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik dan juga membahas menurut hukum islam. Dan juga skripsi tersebut menggunakan metode deduktif yaitu melakukan penelitian, observasi dan wawancara, sedangkan dalam penelitian saya menggunakan metode kepustakaan.

---

<sup>14</sup> Rifky Fadillah Anwar, "Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam", *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019

Skripsi oleh Umi Kholisatul Muawanah yang berjudul Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Followers Di Media Instagram dengan menggunakan metode deduktif yaitu proses analisis yuridis dengan teknik wawancara dan observasi. Pembahasan dihasilkan kesimpulan, jual beli *followers* pasif maupun aktif hukumnya adalah tidak sah, karena *followers* yang dijual bukan miliknya (jual beli *fuduli*), jual beli seorang yang tidak memiliki “kepemilikan dan otoritas” atau dengan kata lain jual beli *fuduli* yaitu seseorang yang tidak memiliki hak atas barang yang diperjualbelikan dan kedua adanya unsur *gharar*, karena suatu saat akun tersebut akan menghilang namun hukumnya tetap sah dan jual beli *followers* ini menggunakan prinsip *antaradin* atau saling rela.<sup>15</sup> Persamaan antara skripsi tersebut dengan penelitian saya adalah sama-sama membahas menurut hukum islam secara spesifik atau rinci mengenai jual beli *followers* di *instagram*. Sedangkan perbedaan antara skripsi tersebut dengan penelitian saya adalah dalam skripsi ini membahas secara hukum islam sedangkan dalam penelitian saya terdapat membahas dalam hukum negara menurut undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik dan juga membahas menurut hukum islam. Di skripsi tersebut penelitian menggunakan metode wawancara, observasi, sedangkan dalam penelitian saya menggunakan penelitian kepustakaan.

Skripsi oleh Nur Anisa yang berjudul Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli *Follower, Likes* dan *Viewer* Di Media Sosial Instagram. Pada

---

<sup>15</sup> Umi Kholisatul Muawanah, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Followers Di Media Instagram”, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019.

skripsi ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dan juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*). Pembahasan dihasilkan kesimpulan, akad yang dilakukan dalam jual beli follower, like dan viewer ini tidaklah sah dan merupakan jual beli yang haram untuk dilakukan, karena tidak memenuhi beberapa ketentuan dalam jual beli seperti status kepemilikan objek dari penjual, maka jual beli follower, likes dan viewer ini adalah termasuk jual beli yang bathil. Dilihat dari segi prinsip muamalah yaitu unsur mendatangkan manfaat serta menghindarkan mudharat, jual beli ini lebih banyak mendatangkan mudharat daripada manfaat.<sup>16</sup> Persamaan antara skripsi tersebut dengan penelitian saya adalah sama-sama membahas menurut hukum islam secara spesifik atau rinci mengenai jual beli followers di instagram. Sedangkan perbedaan antara skripsi tersebut dengan penelitian saya adalah dalam skripsi ini membahas secara hukum islam sedangkan dalam penelitian saya terdapat membahas dalam hukum negara menurut undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik dan menurut hukum islam. Di skripsi tersebut penelitian menggunakan metode lapangan dan kepustakaan, sedangkan dalam penelitian saya menggunakan penelitian kepustakaan saja.

Jurnal oleh I Made Satria Wibawa Tangkeban, I Nyoman Putu Budirtha dan Ni Made Sukaryati Karma yang berjudul Transaksi Jual Beli Melalui Media Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi

---

<sup>16</sup> Nur Anisa, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli Follower, Likes Dan Viewer Di Media Sosial Instagram", *Skripsi*, Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

Dan Transaksi Elektronik, jurnal ini menggunakan penelitian hukum normatif yang pada dasarnya merupakan penggabungan dari pendekatan hukum normatif dan penambahan unsur serapan di dalamnya. Hasil penelitian di jurnal tersebut menyertakan bahwa hak dan kewajiban dalam transaksi atau jual beli online adalah pembeli menerima barang sesuai dengan yang dipesan dan penjual menerima pembayaran sesuai dengan yang telah ditawarkan. Akibat hukum dapat ditimbulkan dari wanprestasi terhadap kegiatan jual beli di media instagram memiliki dua kemungkinan yaitu, pihak yang melakukan wanprestasi diharuskan memenuhi tuntutan dari pihak yang merasa telah dirugikan sesuai dalam Pasal 1267 KUHPerdara dan apabila pemenuhan atas tuntutan tersebut tidak dipenuhi, maka perkara wanprestasi dapat dibawa ke pengadilan dan biaya atas perkara dilimpahkan ke pihak yang melakukan wanprestasi.<sup>17</sup> Persamaan antara jurnal dengan penelitian saya adalah sama-sama membahas tentang jual beli followers instagram menurut Undang-Undang nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Sedangkan perbedaan antara dalam jurnal tersebut dengan penelitian saya adalah tinjauan penelitian jurnal tersebut mengarah kepada hukum positif negara. Sedangkan dalam penelitian saya tersebut mengarah ke dalam perspektif hukum islam.

Jurnal oleh Dani El Qori yang berjudul Transaksi Jual Beli *Follower* Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam. Pada jurnal tersebut menggunakan

---

<sup>17</sup> I Made Satria Wibawa Tangkeban, I Nyoman Putu Budirtha dan Ni Made Sukaryati Karma, "Transaksi Jual Beli Melalui Media Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik", *Jurnal Interpretasi Hukum*, Volume 02, Nomor 02, Agustus 2021: Hal. 416-421.

metode kepustakaan (*method library*). Jurnal tersebut berpendapat bahwa jual beli follower instagram ini menerapkan akad jual beli yang tidak sah, dikarenakan tidak terpenuhinya syarat obyek akad yaitu barang yang diperjualbelikan harus dilihat bentuknya oleh kedua belah pihak.<sup>18</sup> Persamaan antara jurnal tersebut dengan penelitian saya yaitu sama-sama membahas adanya praktik transaksi jual beli follower instagram dalam perspektif hukum islam. Sedangkan perbedaan antara jurnal tersebut dengan penelitian saya yaitu jurnal tersebut mengarah pada hukum islam, dalam penelitian saya tidak hanya mengarah pada hukum islam, tetapi juga mengarah juga ke peraturan perundang-undangan negara.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*),<sup>19</sup> merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realitas tentang suatu fenomena muamalah yang terjadi di masyarakat. Dalam hal ini akan langsung mengamati praktik jual beli followers di instagram.

### **2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>18</sup> Dani El Qori, "Transaksi Jual Beli Follower Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Studi Islam: MIYAH*, Volume 15, Nomor 02, Agustus 2019 : 260-275;257-273.

<sup>19</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Cet. Ke-7, (Bandung: Mandar Maju, 1996), hlm. 81.

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti.<sup>20</sup> Dalam hal ini data primer yang diperoleh peneliti bersumber dari penjual yaitu dengan memberikan penjelasan melalui wawancara secara online.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah merupakan bahan-bahan yang menjelaskan sumber data primer yaitu seperti hasil penelitian, pendapat para pakar yang mendukung tema pembahasan atau hasil dari karya ilmiah. Untuk bahan hukum positif dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik sedangkan dalam hukum islam bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits, pada penelitian ini mengambil dari buku Undang-Undang, jurnal atau skripsi untuk referensi pada penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan data

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara yaitu proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka secara fisik untuk mengetahui tanggapan, pendapat, dan motivasi seseorang terhadap suatu obyek, wawancara dapat pula dipakai sebagai cara pengumpul data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan

---

<sup>20</sup> Muhammad Prabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 57

penelitian.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini melakukan wawancara secara online kepada penjual followers instagram. Dalam penelitian ini untuk memenuhi informasi yang dibutuhkan, sample yang dibutuhkan yaitu *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara tertentu.

#### b. Dokumentasi

Dalam metode dokumentasi ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga dapat diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.<sup>22</sup> Di penelitian untuk memaparkan dokumenatsi dengan cara bukti screenshot atau foto percakapan dengan penjual followers instagram. Pada pengambilan sampel ini dilakukan secara sengaja dengan sesuai hak yang diharapkan. Misal, di penelitian ini objek penelitian yaitu penjual followers instagram.

#### 4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan menggunakan pendekatan berfikir deduktif. Analisis kualitatif yaitu menganalisa dengan cara memaparkan dan menganalisa data yang diperoleh dengan mengomentari menggunakan teori yang dipakai. Deduktif yaitu analisis yang berangkat dari pengetahuan yang bersifat

---

<sup>21</sup> K. R. Soegijono, "Wawancara Sebagai Salah Satu Metode Pengumpulan Data" *Jurnal: Media Litbangkes*, Volume III Nomor 01, 1933 : 18

<sup>22</sup> Basrowi, Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2008), hlm. 158.

umum untuk mendapatkan kesimpulan khusus.<sup>23</sup> Maka dari itu penelitian ini menggunakan pendekatan pengambilan kesimpulan dari umum menjadi khusus.

### **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman dan memperjelas arah pembahasan, maka dalam penelitian ini disistematikan menjadi empat bab dengan uraian sebagai berikut:

Bab I : merupakan bab pendahuluann yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan “Tinjauan Fiqh Muamalah dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Terhadap Jual Beli *Followers Instagram*”, yang pada intinya di bagian ini akan diuraikan sketsa permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini dan sebagai acuan dari perjalanan penelitian ini.

Bab II ; memaparkan tentang landasan teori umum transaksi jual beli *followers instagram* dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang digunakan dalam pembahasan penelitian seperti pengertian jual beli, hukum jual beli, dan rukun dan syarat jual beli, transaksi yang diperbolehkan dan dilarang dalam hukum Islam, dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terhadap jual beli *followers instagram*.

---

<sup>23</sup> Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 190.

Bab III ; membahas mengenai penyajian data tentang gambaran umum transaksi jual beli *followers instagram*.

Bab IV ; dalam bab ini memuat analisis tinjauan fiqh muamalah dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terhadap jual beli *followers instagram*.

Bab V ; penutup, yang terdiri dari kesimpulan sebagai hasil akhir dari sebuah penelitian sebagai penegasan terhadap hasil penelitian yang sudah tercantumkan pada bab sebelumnya dan disertai dengan saran-saran yang sesuai dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan ini.

**BAB II**

**TRANSAKSI JUAL BELI *FOLLOWERS* DALAM UNDANG-UNDANG  
NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI  
ELEKTRONIK**

**A. Gambaran Umum Jual Beli**

**1. Pengertian Jual Beli**

Jual beli adalah menukar suatu barang dengan barang lain dengan cara tertentu (akad).<sup>1</sup> Termasuk dalam hal ini adalah jasa dan juga penggunaan alat tukar seperti uang. Jual beli itu sendiri yaitu tukar menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.<sup>2</sup> Secara bahasa, *al-bai'* (jual beli) berarti pertukaran sesuatu dengan sesuatu.<sup>3</sup>

Jual beli atau perdagangan dalam istilah fiqh disebut *al-ba'I* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Wahbah al-Zuhailly mengartikannya secara bahasa dengan “menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain”. Kata *al-ba'I* dalam Arab terkadang digunakan untuk pengertian

---

<sup>1</sup> Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar baru Algensindo, 2012), hlm. 278-279

<sup>2</sup> Tiranur Fitria, “Bisnis *Online (Online Shop)* Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 3 Nomor 1, 2017, hlm. 53

<sup>3</sup> Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), Cet. Ke 3, hlm. 69

lawannya, yaitu kata *asy-syira'* (beli). Dengan demikian, kata *al-bai'* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.<sup>4</sup>

Secara terminologi fiqh jual beli disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al-bai'* dalam terminologi fiqh terkadang dipakai untuk pengertian lawannya, yaitu lafal *asy-syira'* yang berarti membeli. Dengan demikian, *al-bai'* mengandung arti menjual sekaligus membeli atau jual beli.<sup>5</sup>

Menurut Hanafiah pengertian jual beli (*al-bai'*) secara definisi yaitu tukar menukar harta benda atau sesuatu yang diinginkan dengan sesuatu yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Adapun menurut Malikiyah, Syafi'iyah dan Hanabilah, bahwa jual beli (*al-bai'*) yaitu tukar menukar harta dengan harta pula dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan. Berdasarkan definisi diatas, maka pada intinya jual beli adalah tukar menukar barang.<sup>6</sup> Oleh sebab itu, sebagian ulama mendefenisikan jual beli secara syar'i sebagai akad yang mengandung sifat menukar satu harta dengan harta yang lain dengan cara khusus.<sup>7</sup>

Seorang penjual tidak boleh mengeksploitasi kebutuhan pembeli dengan cara menaikkan harga terlalu tinggi melebihi harga pasar yang berlaku,

---

<sup>4</sup> Abdul Rahman Ghazaly dll, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grub, 2010), Cet. 1, hlm. 67

<sup>5</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 101

<sup>6</sup> *Ibid.*

<sup>7</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Fiqh Islam*, (Jakarta: Amzah, 2014), Cet. Ke 2, hlm. 25

agar tidak termasuk kategori *Bai' Muththarr* “jual beli dengan terpaksa” yang dikecam Nabi SAW.<sup>8</sup> Ulama muslim sepakat (*ijma'*) atas kebolehan akad jual beli. *Ijma'* ini memberikan hikmah bahwa kebutuhan manusia berhubungan dengan sesuatu yang ada dalam kepemilikan orang lain, dan kepemilikan sesuatu itu tidak akan diberikan dengan begitu saja, namun terdapat kompensasi yang harus diberikan.<sup>9</sup>

Dengan disyariatkannya, jual beli merupakan salah satu cara untuk merealisasikan keinginan dan kebutuhan manusia, karena pada dasarnya, manusia tidak bisa hidup tanpa berhubungan dan bantuan orang lain. Berdasarkan atas dalil-dalil yang di ungkapkan, jelas sekali bahwa praktik akad atau kontrak jual beli mendapatkan pengakuan dan legalitas dari syara' dan sah untuk dilaksanakan dan bahkan dioperasionalkan dalam kehidupan manusia.<sup>10</sup>

## **2. Hukum Jual Beli**

Jual beli hukumnya boleh (mubah) berdasarkan dalil Al-Qur'an, Sunnah dan *Ijma'* ulama. Firman Allah SWT:

---

<sup>8</sup> Kutbuddin Aikbak, *Kajian Fiqh Kontemporer*, (Jogjakarta: Teras, 2009), hlm. 216

<sup>9</sup> Dimyauddin Djuwaini, *Penghantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), Cet. Ke 3, hlm. 73

<sup>10</sup> *Ibid.*, hlm. 73

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ

Artinya:

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu....” (Q.S Al-Baqarah [2]: 198).<sup>11</sup>

Jual beli adalah perkara muamalat yang hukumnya bisa berbeda-beda, tergantung dari sejauh mana terjadinya pelanggaran syariah. Hukum jual beli yaitu:<sup>12</sup>

a. Jual beli halal

Secara asalnya, jual beli itu merupakan hal yang hukumnya mubah atau dibolehkan. Al-Imam Asy-Syafi’I menegaskan dasarnya hukum jual beli itu seluruhnya adalah mubah, yaitu apabila dengan keridhaan dari kedua belah pihak. Namun kehalalan ini akan berubah menjadi haram bila terjadi hal-hal tertentu, misalnya apabila jual beli itu dilarang oleh Rasulullah SAW atau yang maknanya termasuk yang dilarang Rasulullah SAW.

---

<sup>11</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*,....., hlm. 31

<sup>12</sup> Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual Beli*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018), hlm. 8-10

## b. Jual beli haram

Para ulama mengelompokkan keharaman jual beli dengan cara mengurutkan sebab-sebab keharamannya. Diantara penyebab haramnya suatu akad jual beli antara lain:<sup>13</sup>

### 1. Haram terkait dengan akad

#### a. Barang melanggar syariah

Keharamannya karena terkait barang yang dijadikan objek, akad tidak terpenuhi syarat dan ketentuan dalam akad, seperti benda najis, atau barang yang tidak pernah ada atau barang itu rusak dan tidak memberi manfaat.

#### b. Akad melanggar syariah

Contohnya jual beli yang mengandung riba dan gharar dengan segala macam jenisnya. Jual beli yang diharamkan karena ada unsur riba. Sedangkan jual beli yang diharamkan karena unsur gharar antara lain jual beli janin hewan yang masih di perut induknya, jual beli buah yang belum masak.

### 2. Haram terkait dengan hal-hal di luar akad

#### a. Dharah mutlak

Misalnya jual beli budak yang memisahkan antara ibu dan anaknya, jual beli perasan buah yang akan dibikin menjadi khamar, jual beli atas apa yang ditawarkan atau dibeli oleh saudaranya.

---

<sup>13</sup> *Ibid*,

b. Melanggar larangan agama

Diantara contoh jual beli haram karena melanggar agama misalnya jual beli yang dilakukan pada saat terdengar adzan untuk sholat jumat dan jual beli mushaf kepada orang kafir.

### 3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli yang sesuai dengan syariat Islam harus memenuhi rukun dan syarat dari jual beli. Sementara rukun dan syarat adalah sesuatu yang harus dipenuhi agar jual beli itu dipandang sah. Karena jual beli merupakan suatu akad, maka harus dipenuhi rukun dan syaratnya.<sup>14</sup> Rukun jual beli ada tiga yaitu *Sigot*, pelaku akad dan objek akad. Masing-masing dari tiga hal tersebut terdiri dari dua bagian, pelaku akad terdiri dari penjual dan pembeli, objek terdiri dari harga dan barang, *Sigot* terdiri dari ijab dan kabul.<sup>15</sup>

Tentang banyaknya rukun jual beli, Ulama' madzhab berbeda pendapat. Madzhab Hanafiah menegaskan bahwa rukun jual beli hanya satu ialah ijab. Menurut mereka, yang paling prinsip dalam jual beli adalah saling ridha yang diwujudkan dengan kerelaan untuk saling memberikan barang. Maka, jika terjadi ijab, di situ jual beli telah dianggap berlangsung. Tentunya dengan adanya ijab, pasti ditemukan hal-hal yang terkait dengannya, seperti *Aqidain*, objek jual beli dan nilai tukarnya.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Syaifullah, "Etika Jual Beli Dalam Islam", *Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 2, 2014, hlm. 376

<sup>15</sup> Masjupri, *Fiqh Muamalah 1*, (Surakarta: Fsei Publishing, 2013), hlm. 107

<sup>16</sup> M. Yasid Afandi, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009), hlm. 57

Jumhur ulama menetapkan rukun jual beli ada 4 antara lain: <sup>17</sup>

1. Orang yang berakad (penjual dan pembeli)
2. *Sigot* (lafal ijab dan kabul)
3. Barang yang dibeli
4. Nilai tukar pengganti barang

Jual beli dianggap sah jika memenuhi syarat-syarat tertentu. Syarat-syarat tersebut adalah: <sup>18</sup>

1. Pelaku akad
  - a. Berakal, agar dia tidak terkecoh. Orang gila atau bodoh tidak sah jual belinya.
  - b. Kehendak pribadi. Maksudnya bukan atas paksaan orang lain sesuai dengan surah an-nisa ayat 29.
  - c. Tidak mubadzir, sebab harta orang yang mubadzir itu ditangan walinya.
  - d. Baligh, anak kecil tidak sah jual belinya, adapun anak yang belum berumur tapi sudah mengerti sebagian ulama memperbolehkan.
2. Objek akad
  - a. Suci, barang najis tidak sah diperjualbelikan tidak boleh dijadikan uang untuk dibelikan, seperti kulit binatang dijual untuk dibelikan suatu barang.

---

<sup>17</sup> *Ibid*, hlm. 57

<sup>18</sup> Masjupri, *Fiqh Muamalah 1*, (Surakarta: Fsei Publishing, 2013), hlm. 107-108

- b. Ada manfaatnya. Tidak boleh menjual barang yang tidak ada manfaatnya
- c. Barang dapat diserahkan. Tidak sah menjual barang yang tidak dapat diserahkan kepada pembeli seperti ikan yang masih ada dilaut
- d. Milik penuh dan penguasa penuh
- e. Barang tersebut telah diketahui oleh kedua belah pihak

### 3. *Sigot*

Ijab adalah perkataan penjual seperti contohnya saya menjual barang ini sekian. Kabul adalah ucapan seorang pembeli saat terima barang tersebut dengan harga sekian. Menurut ulama lafaz tersebut harus memenuhi syarat berikut:

- a. Keadaan ijab dan kabul berhubungan. Artinya salah satu keduanya pantas menjadi jawaban dari orang lain.
- b. Makna keduanya adalah mufakat
- c. Tidak bersangkuran dengan orang lain
- d. Tidak berwaktu, artinya tidak ada yang memisahkan antara keduanya.

## B. Transaksi yang Diperbolehkan dan Dilarang dalam Hukum Islam

Dalam praktik jual beli masih banyak masyarakat tidak atau belum mengetahui mana transaksi jual beli yang diperbolehkan dan mana yang tidak diperbolehkan, antara lain :<sup>19</sup>

### 1. Transaksi yang diperbolehkan

Rasulullah SAW mengisyaratkan bahwa jual beli itu halal selagi suka sama suka (*ataradhim*). Karena jual beli atau berbisnis secara online memiliki dampak positif karena dianggap praktis, cepat dan mudah. Adapun syarat-syarat mendasar diperbolehkannya jual beli diantaranya:<sup>20</sup>

- 1) Tidak melanggar ketentuan syari'at agama seperti transaksi bisnis yang diharamkan, terjadinya kecurangan, penipuan dan memonopoli.
- 2) Adanya kesepakatan perjanjian diantara kedua belah pihak (penjual dan pembeli) jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan antara sepakat (*alimdha'*) atau pembatalan (*fasakh*).
- 3) Adanya kontrol, sanksi dan aturan hukum yang tegas dan jelas dari pemerintah (lembaga yang berkompeten) untuk menjamin bolehnya berbisnis yang dilakukan transaksinya melalui online bagi masyarakat.

---

<sup>19</sup> Ikit, dkk, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*,(Yogyakarta: Gava Media, 2018), hlm. 117

<sup>20</sup> Tira Nur Fitria, *Bisnis Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*, *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 3, Nomor 1. hlm. 59, 2017.

## 2. Transaksi yang dilarang

Transaksi yang dilarang dalam jual beli diantaranya adalah: riba, tadlis, gharar, ikhtikar, objeknya dilarang, telarang sebab ahli akad dan terlarang sebab shigat. Adapun penjelasan dari hal-hal yang dilarang dalam jual beli diatas:

### 1) Tambahan (*Riba*)

Menurut bahasa berarti tambahan, sedangkan Riba menurut Syara' adalah transaksi dengan menggunakan kompensasi tertentu yang tidak diketahui kesamaannya dalam ukuran syariat pada saat akad atau disertai penangguhan serah terima dua barang yang dibarter atau salah satunya. Riba dapat dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu *Riba Fadhl*, *Riba Yad* dan *Riba Nasa*. *Riba Fadhl* merupakan jual beli dengan tambahan pada salah satu jenis barang yang dipertukarkan, tidak yang lain. *Riba Yad* adalah jual beli disertai penangguhan serah terima dua barang yang dipertukarkan atau salah satunya. Dan *Riba Nasa* merupakan jual beli yang ditangguhkan pada masa tertentu.<sup>21</sup> Lebih lanjut Sayyid Sabiq<sup>22</sup> menjelaskan bahwa riba adalah *ziyaadah* (tambahan) maksudnya ialah tambahan atas modal sedikit maupun banyak. Riba dibagi menjadi dua bagian yaitu *Riba Nasiah* dan *Riba Fadhal*. *Riba Nasiah* merupakan pertambahan bersyarat yang diterima oleh pemberi utang dari orang

---

<sup>21</sup> Wahbah Zuhaili, *Fiqh Imam Syafi'i: Mengupas Masalah Fiqhiyah berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits*, (Jakarta: Almahira, 2012), Buku 2, hlm. 1

<sup>22</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2007), hlm. 173

yang berhutang karena penangguhan atas pembayaran. Dan *Riba Fadhal* adalah jual beli uang dengan uang atau barang pangan dengan barang pangan yang disertai tambahan.

Menurut sayyid Sabiq ada hikmah diharamkannya riba diantaranya adalah (a) riba dapat menimbulkan sikap permusuhan antar individu dan juga menghilangkan sikap saling tolong menolong. (b) riba menumbuhkan sikap boros dan malas yang mau mendapatkan harta tanpa kerja keras, menjadi benalu yang tumbuh diatas jerih payah orang lain. (c) riba merupakan salah satu bentuk penjajahan dalam ekonomi. (d) islam mengajak manusia agar suka mendermakan hartanya kepada saudaranya yang membutuhkan. Jual beli yang didalamnya mengandung sedikit saja unsur riba maka transaksi yang dilakukan menjadi **batal atau tidak sah**, hal ini dikarenakan melanggar syariat islam.

## 2) Penipuan (*Tadlis*)

Merupakan penipuan yang dilakukan oleh penjual. Penipuan yang dilakukan oleh penjual dapat berupa tidak jujur dalam memberikan informasi kepada calon pembeli, mencampur barang yang baik dengan yang jelek, adanya unsur sumpah. Penyebab hancurnya perekonomian suatu daerah maupun negara disebabkan penjual yang tidak jujur. Kenapa pedagang atau penjual tidak jujur? Penyebabnya keuntungan yang maksimal, watak seseorang, pergaulan, kurang memahami agama. Jual beli yang dilakukan dengan cara yang baik akan menghasilkan atau

berdampak kepada hal yang baik pula. Lebih tegas Adiwarmman A. Karim<sup>23</sup> membagi *tadlis* menjadi 4 (empat) bagian yaitu (a) *tadlis* kuantitas merupakan *tadlis* (penipuan) yang dilakukan oleh pedagang yang mungurangi timbangan. (b) *tadlis* kualitas, penipuan yang dilakukan oleh penjual dengan cara mencampur barang yang jelek dengan yang baik atau menyembunyikan cacat barang. (c) *tadlis* harga, penipuan yang dengan cara memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar dengan menaikkan harga produk diatas harga pasar. Dan (d) waktu penyerahan, artinya petani buah yang menjual buah diluar musimnya, padahal petani mengetahui bahwa dia tidak dapat menyerahkan buah yang diperjualbelikan pada waktu yang ditentukan.

### 3) Ketidakpastian (*Gharar*)

Merupakan ketidakpastian dalam melakukan transaksi jual beli (baik pihak penjual maupun pihak pembeli). Artinya penjual maupun pembeli tidak atau belum mengetahui tentang objek barang, misalnya menjual anak sapi yang masih dalam kandungan ibunya.

Adiwarmman A. Karim<sup>24</sup> membagi *Gharar* menjadi 4 (empat) bagian yaitu (a) *gharar* kuantitas terjadi dalam kasus ijon, dimana penjual menyatakan akan membeli buah yang belum tampak dipohon seharga Rp xxx. Dalam hal ini terjadi ketidakpastian mengenai berapa kuantitas

---

<sup>23</sup>Adiwarmman A Karim, *Bank Islam : Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 31

<sup>24</sup>*Ibid.*, hlm. 32

buah yang akan dijual, karena memang tidak disepakati sejak awal akad. (b) *gharar* kualitas terjadi pada saat seorang peternak yang menjual anak sapi yang masih dalam kandungan induknya. Dalam hal ini terjadi ketidakpastian dalam hal kualitas objek, dikarenakan tidak ada jaminan bahwa anak sapi tersebut lahir dengan sehat tanpa cacat. (c) *gharar* harga terjadi pada saat dua harga yang berbeda tapi sudah disepakati oleh pembeli atau nasabah. Misalnya penjual menyatakan membeli secara tunai harganya Rp 50.000 sedangkan secara kredit harganya Rp 65.000 kemudian disepakati oleh pembeli. Ketidakpastian ini terjadi pada harga, mana harga yang disepakati oleh pembeli (secara kredit atau secara tunai). Dan (d) *gharar* waktu terjadi pada saat, menjual barang yang tidak ada atau hilang. Ketidakpastian terjadi pada objek akad yang hilang atau belum dimiliki sehingga waktu serah terima belum pasti. Misalnya menjual burung yang masih terbang, menjual barang yang hilang.

#### 4) Penimbunan (*Ikhtikar*)

Merupakan kejahatan dalam ekonomi, barang yang masuk kepasar jadi terhambat sehingga terjadi kelangkaan. Pada saat terjadi kelangkaan pelaku penimbunan memainkan perannya untuk mencari keuntungan pribadi. Kelangkaan terjadi pada saat sumber daya tidak mencukupi untuk memuaskan semua kebutuhan manusia. Hukum menimbun barang adalah haram dan dilarang syariat Islam.

Menurut Sayyid Sabiq dalam *fiqh sunnah*<sup>25</sup>, para ahli fiqih berpendapat setelah memenuhi kriteria diantaranya: (a) barang yang ditimbun lebih dari apa yang dibutuhkan untuk kebutuhan setahun penuh. Karena seseorang hanya dibolehkan menyimpan atau menimbun persediaan nafkah pangan untuk diri sendiri dan keluarganya selama satu tahun, sebagaimana yang dilakukan nabi, (b) pemilik tersebut menanti kenaikan harga barang agar pada saat menjualnya ia mendapatkan harga yang lebih tinggi, dan (c) penimbunan dilakukan pada saat masyarakat sangat membutuhkan barang tersebut seperti makanan, pakaian dan yang lainnya. Apabila barang-barang tersebut berada ditangan para pedagang dan tidak dibutuhkan oleh masyarakat, maka hal itu tidak dianggap sebagai penimbunan barang karena tidak menimbulkan kesulitan publik. Penimbunan hanya boleh dilakukan oleh pemerintah dikarenakan untuk menjaga kestabilan ekonomi, seperti BULOG.

#### 5) Objeknya dilarang

Artinya jual beli yang dilarang dikarenakan objeknya dilarang oleh al-qur'an dan sunnah. Walaupun ada penjual dan pembeli namun objeknya yang diperjualbelikan terlarang maka jual beli yang dilakukan tidak sah. Adapun objek yang dilarang dalam jual menurut Wahbah Zuhaili diantaranya: (a) jual beli yang objeknya tidak ada, (b) jual beli objeknya tidak dapat diserahkan, contohnya jual beli burung yang ada di udara, (c) jual beli yang objeknya najis, contohnya babi, khamr,

---

<sup>25</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah*, (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2007), hlm. 176

bangkai dan darah, (d) jual beli objeknya milik orang lain tanpa izin, (e) jual beli terlarang dikarenakan akan mendatangkan pertentangan diantara manusia. Walaupun rukun jual beli sudah terpenuhi namun objek yang diperjualbelikan haram maka jual beli gugur.

#### 6) Telarang sebab ahli akad

Artinya jual beli terlarang dikarenakan orang yang melakukan akad (pembeli dan penjual) tidak memenuhi syariat. Jual beli terlarang sebab ahli akad menurut Wahbah Zuhaili<sup>26</sup> adalah: (a) jual beli yang dilakukan oleh orang gila, (b) jual beli yang dilakukan oleh anak kecil dikarenakan anak kecil belum cukup dewasa untuk mengetahui perihal tentang jual beli (kecuali ada wali yang dapat dipercaya), (c) jual beli yang dilakukan oleh orang buta, artinya jual beli dilarang dikarenakan ia tidak dapat membedakan barang yang baik dengan yang buruk (kecuali ada wali yang dapat dipercaya), (d) jual beli yang dilakukan adanya unsur paksaan, terlarang karena jual beli yang dilakukan tidak ada kerelaan antara penjual atau pembeli, (e) jual beli yang terhalang, terhalang artinya karena kebodohan atau sakit.

#### 7) Jual beli inah

Contohnya Pak Andi menjual Motor merek X kepada Pak Budi dengan harga Rp 3.500.000 (*tiga juta lima ratus rupiah*) secara kredit (selama 3 bulan), kemudian Pak Andi membeli kembali barangnya (motor) dari

---

<sup>26</sup> Wahbah Zuhaili, *Fiqh Imam Syafi'i: Mengupas Masalah Fiqhiyah berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits*, (Jakarta: Almahira, 2012), Buku 2, hlm. 20

Pak Budi dengan harga sebesar Rp 3.000.000 (*tiga juta rupiah*) secara tunai. Artinya jual beli inah dilarang karena ada unsur rekayasa, sahabat Abu Hurairah menuturkan bahwa Rasulullah bersabda yang artinya “*janganlah kalian melakukan apa yang pernah diperbuat oleh orang-orang yahudi, sehingga kalian melanggar hal-hal yang diharamkan Allah dengan melakukan sedikit rekaya*” (HR. Ibnu Baththah).

#### 8) Jual beli dilarang karena lafadz (ijab qabul)

Ulama fiqh telah sepakat atas sahnya jual beli yang didasarkan pada keridhaan diantara pihak yang melakukan akad, ada kesesuaian diantara ijab dan kabul, berada disatu tempat dan tidak terpisah oleh suatu pemisah. Jual beli yang tidak memenuhi ketentuan tersebut dipandang tidak sah. Beberapa jual beli yang dipandang tidak sah atau masih diperdebatkan oleh para ulama adalah sebagai berikut:<sup>27</sup>

##### 1. Jual beli *muathah*

Adalah jual beli yang telah disepakati oleh pihak penjual dan pembeli, berkenaan dengan barang maupun harganya, tetapi tidak memakai ijab-qabul. Jumhur ulama menyatakan sah apabila ada ijab dari salah satunya. Sebagaimana ulama Syafi'iyah membolehkannya, seperti Imam Nawawi. Menurutnya, hal itu dikembalikan kepada kebiasaan manusia. Begitu pula Ibn Suraij dan Ar-Ruyani membolehkannya dalam hal-hal kecil.

---

<sup>27</sup> Rahmat Syaifei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 95-97.

## 2. Jual beli melalui surat atau melalui utusan

Disepakati ulama fiqh bahwa jual beli melalui surat atau utusan adalah sah. Tempat berakad adalah sampainya surat atau utusan dari *aqid* pertama kepada *aqid* kedua. Jika qabul melebihi tempat, akad tersebut dipandang tidak sah, seperti surat tidak sampai ketangan yang dimaksud.

## 3. Jual beli dengan isyarat atau tulisan

Disepakati kesahihan akad dengan isyarat atau tulisan khususnya bagi yang uzur sebab sama dengan ucapan. Selain itu, isyarat juga menunjukkan apa yang ada dalam hati *aqid*. Apabila isyarat tidak dapat dipahami dan tulisannya jelek (tidak dapat dibaca), akad tidak sah.

## 4. Jual beli barang yang tidak ada ditempat akad

Ulama fiqh sepakat bahwa jual beli atas barang yang tidak ada ditempat adalah tidak sah sebab tidak memenuhi syarat *in 'iqad* (terjadinya akad).

## 5. Jual beli tidak bersesuaian antara ijab dan qabul

Hal ini dipandang tidak sah menurut kesepakatan ulama. Akan tetapi, jika lebih baik, seperti meninggikan harga, menurut ulama Hanafiyah membolehkannya, sedangkan ulama Syafi'iyah menganggapnya tidak sah.

#### 6. Jual beli munjiz

Adalah yang dikaitkan dengan suatu syarat atau ditangguhkan pada waktu yang akan datang. Jual beli ini dipandang *fasid* menurut ulama hanafiyah dan batal menurut jumhur ulama.

#### 7. Jual beli Najasyi

Yaitu jual beli yang dilakukan dengan cara menambah atau melebihi harga temannya dengan maksud mempengaruhi orang agar orang itu mau membeli barang kawannya. Jual beli seperti dipandang tidak sah, karena dapat menimbulkan keterpaksaan (bukan kehendak sendiri).<sup>28</sup>

### **C. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik**

#### **1. Transaksi Elektronik**

Transaksi elektronik diatur dalam Undang-Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) atas perubahan Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), bahwa pada pasal 1 ayat 1 menjelaskan informasi elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *elektronik data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, *telecopy* atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol atau perforasi yang telah diolah yang memiliki

---

<sup>28</sup> H. A. Khumaidi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, (Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan IAIN Raden Intan Lampung, 2015), hlm. 156

arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.<sup>29</sup> Selanjutnya pada ayat 1 pasal 2 menjelaskan Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya.

Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) merupakan sebuah undang-undang atau sekumpulan aturan-aturan yang mengatur tentang informasi dan transaksi elektronik, beserta dengan tata cara mengeluarkan atau mengemukakan sebuah informasi dan cara betransaksi yang baik dengan memanfaatkan media elektronik. Undang-Undang ITE memiliki yuridiksi atau wilayah hukum, seperti yang terdapat dalam pasal 2 Undang-Undang No 19 Tahun 2016 tentang ITE yang menyatakan bahwa undang-undang ini berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia, yang memiliki akibat hukum di wilayah hukum Indonesia dan/atau di luar wilayah hukum Indonesia dan merugikan kepentingan Indonesia.<sup>30</sup>

Transaksi Elektronik dalam dunia bisnis salah satunya adalah *e-commerce*. Pasal 6 Undang-Undang ITE menyebutkan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem Elektronik harus menyediakan informasi lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Namun di dalam praktiknya banyak penjual yang tidak memberikan

---

<sup>29</sup> Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2016 Pasa1 1

<sup>30</sup> Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2016 Pasal 1

informasi yang jelas mengenai produk yang ditawarkan sehingga banyak menimbulkan kerugian bagi pembeli.<sup>31</sup>

Transaksi *e-commerce* melalui internet ini, sebelum melakukan proses pembayaran terlebih dahulu dari masing-masing pihak telah menyepakati mengenai jumlah dan jenis mata uang yang digunakan sebagai pembayaran atau harga serta metode pembayaran yang digunakan, seperti dengan kartu kredit. Pada saat kedua belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran yang dilakukan pembeli. Setelah pembayaran diterima oleh penjual, kemudian penjual mengirim pesanan yang sudah dipesan pembeli.

## **2. Syarat-syarat Transaksi Elektronik**

### **1. Adanya penjual dan pembeli**

#### **Pasal 17**

- 1) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat
- 2) Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan atau pertukaran Informasi Elektronik dan atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung
- 3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

---

<sup>31</sup> Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2016 Pasal 6

## 2. Objek Transaksi

### Pasal 18

- 1) Transaksi Elektronik yang dituangkan dalam kontrak Elektronik mengikat para pihak
- 2) Para pihak memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi Transaksi Elektronik internasional yang dibuatnya
- 3) Jika para pihak tidak melakukan pilihan hukum dalam Transaksi Elektronik internasional, hukum yang berlaku didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional
- 4) Para pihak memiliki kewenangan untuk menetapkan forum pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari Transaksi Elektronik internasional yang dibuatnya.
- 5) Jika para pihak tidak melakukan pilihan forum sebagaimana dimaksud pada ayat (4), penetapan kewenangan pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi tersebut, didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional.

## 3. Alat tukar yaitu uang atau objek transaksi

Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik harus menggunakan sistem Elektronik yang disepakati

4. Transaksi dilakukan secara langsung maupun tidak langsung

Pasal 20

- 1) Kecuali ditentukan lain oleh para pihak, Transaksi Elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui penerima
- 2) Persetujuan atas penawaran Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik

5. Terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli

Pasal 21

- 1) Pengirim atau penerima dapat melakukan Transaksi Elektronik sendiri, melalui pihak yang dikuasakan olehnya, atau melalui Agen Elektronik
- 2) Pihak yang bertanggung jawab atas segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur sebagai berikut:
  - a. Jika dilakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi
  - b. Jika dilakukan melalui pemberian kuasa, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab pemberi kuasa

- c. Jika dilakukan melalui Agen Elektronik, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab Agen Elektronik
- 3) Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroperasinya Agen Elektronik akibat tindakan pihak ketiga secara langsung terhadap Sistem Elektronik, segala akibat hukum menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik
- 4) Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroperasinya Agen Elektronik akibat kelalaian pihak pengguna jasa layanan, segala akibat hukum menjadi tanggung jawab pengguna jasa layanan
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya, keadaan memaksa, kesalahan, dari atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik

### **3. Larangan Transaksi Elektronik**

Perbuatan yang dilarang dalam bertransaksi menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, disebutkan dalam pasal 27 sampai pasal 33, yaitu sebagai berikut:<sup>32</sup>

- a. Mendistribusikan, mengirim, mentransmisikan, menyebarkan informasi atau dokumen elektronik yang bersifat melanggar kesusilaan, perjudian, penghinaan, pencemaran nama baik, pemerasan dan pengancaman.
- b. Membuat berita bohong dan menyesatkan yang merugikan konsumen.

---

<sup>32</sup> Prasetyo Dwi Widodo, "Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 (ITE) Tentang Transaksi Jual Beli Akun *Game Online (Mobile Legends)*", *Skripsi* tidak diterbitkan, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Tulungagung, Tulungagung, 2018, hlm. 28

- c. Menyebarkan informasi bisa menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan baik individu atau kelompok yang bersifat SARA (Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan).

**BAB III**  
**GAMBARAN UMUM**  
**TRANSAKSI JUAL BELI *FOLLOWER INSTAGRAM***

**A. Gambaran Umum Media Sosial *Instagram***

*Instagram* merupakan salah satu media sosial yang terbilang populer untuk saat ini, yang layanannya terfokus pada media berbagi foto dan video. Tidak hanya foto dan video, kini *instagram* memiliki aplikasi yang memudahkan penggunanya melakukan siaran langsung (*live*), seperti laporan ditelevisi atau video singkat yang bernama *Snapgram*. *Instagram* juga memudahkan penggunanya untuk saling mengirim pesan, memberikan *like*, maupun berinteraksi melalui kolom komentar yang telah tersedia. Menurut data Napoleon Cat, ada 109,33 juta pengguna *instagram* di Indonesia hingga April 2023. Jumlah tersebut meningkat 3,45% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 105,68 juta pengguna.<sup>1</sup> Dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan, tidak heran jika pengguna *instagram* telah mengalami peningkatan yang cukup pesat.<sup>2</sup>

*Instagram* merupakan aplikasi gratis untuk berbagi foto yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto dan selanjutnya berbagi pada layanan jejaring sosial. Media sosial ini hadir sebagai situs komunitas sosial

---

<sup>1</sup> Monavia Ayu Rizaty, "Pengguna Instgram di Indonesia Capai 109,3 Juta Per April 2023" Data Indonesia, Mei 23, 2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-indonesia-capai-1093-juta-per-april-2023>.

<sup>2</sup> Muhammad Fadhool Tamimy, *Sharing-mu Personal Branding-mu*, (Jakarta: Visimedia, 2017), hlm. 172

terbesar di dunia, dimana pengguna dapat berinteraksi dengan teman lainnya di daerah atau negara lain dengan dapat melihat foto yang di posting oleh pengguna. Berbagai macam peluang bisnis, informasi bisnis, strategi marketing suatu produk bisa dijumpai dalam setiap update *instagram* para penggunanya. Instagram telah menjadi suatu fenomena sendiri dikalangan pengguna media sosial khususnya remaja. Walaupun banyak media sosial yang lain sering digunakan oleh kalangan remaja tetapi *instagram* sendiri tidak kalah populernya. Karena *instagram* ini sendiri merupakan media sosial pertama yang bergerak khususnya dalam bidang foto. Dibandingkan dengan media sosial lainnya, *instagram* lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau foto. Ketika bahasa visual mendominasi dunia internet, dari situlah para pelaku bisnis bisa memanfaatkan peluang yang terhampat di depan mata.

Fenomena lainnya yang sangat menarik dari *instagram* adalah bagaimana kebanyakan orang tertarik untuk mempopulerkan akun mereka. Tujuannya adalah memperoleh jumlah *followers* sebanyak-banyaknya. Metode ini sebenarnya sama persis dengan *twitter* yang menghasilkan banyak *selebtwit* di Indonesia. Begitu pula dengan dunia *instagram* yang melahirkan sejumlah seleb dengan ribuan bahkan jutaan *followers*. Ketika seseorang sudah punya banyak *followers*, secara otomatis ia punya reputasi sehingga menarik minat dari sejumlah *vendor* untuk memasang iklan di akun *instagram* mereka. Itulah yang

disebut sebagai *buzzer* yang mampu mendulang banyak keuntungan yang berawal dari hobi postingan di *instagram* atau media sosial lainnya.<sup>3</sup>

Seorang *entrepreneur* atau pengusaha online sangat bisa menggunakan *instagram* sebagai media pemasaran produk yang dijual. Alasannya, *instagram* adalah salah satu aplikasi yang menjanjikan untuk dijadikan senjata dalam *content strategy*. Selain itu, foto atau gambar termasuk dalam kategori konten yang paling *appealing* buat pelanggan, baik itu yang menjual produk, maupun yang menawarkan jasa.

Kesenangan yang didapat pengguna *instagram* adalah di saat pengguna lain melihat fotonya dan berinteraksi atau pengguna melihat pengguna lain melihat fotonya dan memberi komentar atau sekedar memberi “hati” (menyukai postingan). Interaksi-interaksi yang disediakan oleh *instagram* itu membuat para pengguna mampu membangun lingkaran sosial dengan mengikuti posting pengguna tertentu yang disukai, berinteraksi dan lebih jauh lagi, berkolaborasi untuk menghasilkan foto yang bagus.<sup>4</sup>

Hingga saat ini, *instagram* telah memiliki sejumlah fitur yang dapat digunakan penggunaannya, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>3</sup> Ariestya Ayu Pratama, “Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram” (Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Airlangga, Surabaya, Volume 06, Nomor 01, Januari 2017).

<sup>4</sup> Dian Innes Anjaskara, Skripsi “Pengaruh Sikap pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram”, (Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2016), hlm. 10

1. *Live* (siaran langsung) , yaitu fitur baru unggulan *instagram* yang dapat digunakan penggunanya untuk melakukan siaran secara langsung serta berbagi mengenai aktivitas atau kegiatan apa saja yang sedang di lakukan.
2. *Instagram Story* , fitur yang digunakan untuk menggugah foto atau video singkat mengenai kegiatan sehari-hari yang sifatnya sementara, pembaruan foto atau video tersebut akan hilang dengan sendirinya ketika waktu pengunggahannya sudah melampaui batas waktu 24 jam.
3. *Like* , yaitu sebuah fitur yang dapat digunakan pengguna *instagram* untuk memberi apresiasi sebagai bentuk rasa suka terhadap postingan pengguna *instagram* lainnya. *Like* di *instagram* disimbolkan dengan ikon benbentuk “hati”.
4. *Comment* , yaitu sebuah fitur yang dapat digunakan untuk mengomentari postingan pengguna *instagram* lainnya.
5. *Face filter* , yaitu fitur *instagram* yang dapat memberikan efek “lucu” saat kamera menghadap ke wajah seseorang.
6. *Rewind* , yaitu fitur yang berfungsi untuk memutar balik video yang dibuat melalui *instagram story*. Fitur tersebut akan memutar rekaman dari bagian paling akhir ke bagian awal.
7. *Boomerang* , adalah fitur yang digunakan untuk mengulang-ulang gerakan saat membuat video di *instagram story*.
8. Simpan atau *Bookmark* , yaitu fitur yang digunakan untuk menyimpan foto atau video di *instagram* untuk dapat di lihat kembali di lain waktu.

9. *Direct Message*, fitur yang dapat digunakan untuk mengirim pesan antar sesama pengguna *instagram*.
10. *Super Zoom* , yaitu fitur terbaru *instagram* yang digunakan untuk memperbesar objek video yang disertai dengan suara. Serta masih banyak fitur-fitur lain yang sangat bermanfaat dan menghibur bagi pengguna *instagram*.

## **B. Gambaran Umum Jual Beli di Dunia Maya (*e-commerce*)**

*E-commerce* atau transaksi elektronik merupakan transaksi yang dilakukan menggunakan sistem informasi. *Electronic commerce (e-commerce)* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers*, dan pedagang pinata (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan computer (*computer networks*) yaitu internet. *E-commerce* sudah meliputi spectrum kegiatan komersial. Saat ini transaksi dalam *e-commerce* hampir seluruhnya dikerjakan menggunakan teknologi berbasis website. Istilah *e-commerce* mengacu pada sebuah transaksi yang dilakukan melalui sebuah media elektronika seperti internet, yang meliputi website, internet dan extranet.<sup>5</sup> *E-commerce* merupakan salah satu implementasi dari bisnis *online*. Berbicara mengenai bisnis *online* tidak terlepas dari transaksi, seperti jual beli via internet.

Pada zaman yang serba canggih ini, berbagai model transaksi jual beli sudah berkembang sangat cepat. Cara transaksi juga menggunakan berbagai

---

<sup>5</sup> Imam Mustofa, “*Transaksi Elektronik (e-commerce) dalam perspektif Fiqih*” , jurnal Hukum Islam, (Pekalongan: STAIN Pekalongan, Volume 10, Nomor 02, Desember 2012), hlm. 159-160.

sarana yang ada dalam dunia maya. Transaksi di dunia maya umumnya menggunakan media sosial, seperti *instagram*, *twitter*, *facebook* dan media sosial lainnya. Dalam transaksi di dunia maya, antara para pihak yang bertransaksi tidak bertemu langsung, baik secara audio maupun audio visual. Selain itu, komunikasi antara keduanya dapat melalui tulisan, seperti *Direct Message* via *instagram*, chat melalui *whatsapp*, *line* dan sosial media lainnya.

Jual beli melalui elektronik adalah transaksi jual beli yang dilakukan via teknologi modern sebagaimana disebutkan keabsahannya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya rukun dan syarat yang berlaku dalam jual beli. Apabila rukun dan syarat terpenuhi maka transaksi semacam ini sah. Sah sebagai sebuah transaksi yang mengikat dan sebaliknya, apabila tidak terpenuhi maka tidak sah.<sup>6</sup>

Bagi seorang konsumen bertransaksi dengan menggunakan sistem *e-commerce* mempunyai beberapa kelebihan dan kelemahan diantaranya adalah sebagai berikut:<sup>7</sup>

#### 1. Kelebihan *e-commerce*

##### a. Akses penuh 24 jam / 7 hari

Konsumen dapat berbelanja atau mengolah berbagai transaksi lain dalam 24 jam sepanjang hari, sepanjang tahun di sebagian besar lokasi. Contohnya memeriksa saldo, membuat pembayaran, dan memperoleh informasi lainnya.

---

<sup>6</sup> *Ibid*, hal. 170-171.

<sup>7</sup> Putra Kalbuadi, "*Jual beli online dengan menggunakan sistem dropshipping menurut sudut pandang akad jual beli Islam*", Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015), hlm. 45-47.

b. Lebih banyak pilihan

Konsumen tidak hanya memiliki sekumpulan produk yang bisa dipilih namun juga daftar supplier internasional sehingga konsumen memiliki pilihan produk yang lebih banyak.

c. Perbandingan harga

Konsumen dapat berbelanja di seluruh dunia dan membandingkan harganya dengan mengunjungi berbagai situs yang berbeda atau dengan mengunjungi sebuah website tunggal yang menampilkan berbagai harga dari sejumlah provider.

d. Proses pengantaran produk yang inovatif

Dengan *e-commerce* proses pengantaran produk menjadi lebih mudah, misalnya dalam kasus produk elektronik misalnya software atau berkas audio visual dimana konsumen dapat memperoleh produk tersebut cukup dengan mengunduhnya melalui internet.

2. Kekurangan *e-commerce*

a. Perlunya keahlian komputer

Tanpa menguasai keahlian komputer, mustahil konsumen dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*. Pengetahuan dasar komputer diperlukan antara lain pengetahuan mengenai internet dan website.

b. Biaya tambahan untuk mengakses internet

Untuk ikut serta dalam *e-commerce* dibutuhkan koneksi internet yang tentu saja menambah pos pengeluaran bagi konsumen.

- c. Berkurangnya waktu untuk berinteraksi secara langsung dengan orang lain  
Transaksi *e-commerce* yang berlangsung secara *online* telah mengurangi waktu konsumen untuk dapat melakukan proses sosial dengan orang lain. Hal ini tidak baik karena dikhawatirkan akan dapat mengurangi rasa kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya.
- d. Berkurangnya rasa kepercayaan konsumen  
Hal ini disebabkan karena antara penjual dan konsumen berkomunikasi hanya melalui komputer.

### **C. Followers Media Sosial Instagram**

Saking populernya menggunakan media sosial pada saat ini, menjadi lahan yang menarik untuk digunakan di beragam situasi. Di antaranya dari hal yang sifatnya terbatas pada interaksi dan komunikasi, hingga penggunaan sisi kepentingan sendiri. Setiap pengguna media sosial yang berhasil menampilkan sisi menarik dan membuat “penasaran” pengguna lain, pada akhirnya memiliki beberapa keuntungan posisi daya tawar tinggi dalam status sosial di masyarakat.

Salah satunya adalah potensi untuk menjadi seorang *influencer* atau orang yang memberikan pengaruh kepada orang lain. *Influencer* adalah orang yang punya *followers* yang kuat dan berpengaruh dengan cara marketing promosi secara efektif dengan menggunakan media sosial. Dengan pemanfaatan yang tepat, pengguna media sosial memiliki posisi atau derajat tinggi di mata pengguna lain. Segala informasi yang diunggah dan dibagikan, seperti status dan foto, akan dapat menarik perhatian dan memberi banyak *feedback* berupa *ikon like*, emotikon, komentar, atau *share* yang berpotensi menjadi viral.

Bagi generasi masa kini, keseimbangan impian antara *following* (teman yang diikuti) dan *follower* (teman atau akun yang mengikuti) adalah saat jumlah *follower* lebih banyak dibanding dengan *following*, oleh karena itu, banyak media sosial yang mencari cara untuk menaikkan *follower* mereka dengan cara instan. Dan *instagram* merupakan media promosi yang sangat banyak digunakan oleh pembisnis *olshop* (online shop), akun-akun *paid promote* dan akun *endorse* akan mendapatkan omset penjualan maupun penghasilan yang melimpah.

Menjaring *follower* yang banyak tentu menjadi daya saing mereka para pengguna di media sosial ini. Jika *follower* melimpah maka akan memberikan dampak positif tentunya bahwa *olshop* tersebut terpercaya, besar dan sudah berpengalaman, pengguna *instagram* atau konsumen di media sosial biasanya melihat kredibilitas sebuah *olshop* dari jumlah *follower* dan pelayanan yang diberikan oleh pemilik akun tersebut. Jadi sangat wajar jika banyak *olshop* berusaha untuk mendapatkan banyak *follower*, berbagai cara untuk mendapatkan *follower* yang banyak dengan cara membeli *follower*.

Hal-hal seperti yang telah dikemukakan di ataslah menjadi latar belakang munculnya jual beli *follower*. Sehingga saat ini tidaklah sulit menemukan online shop yang menawarkan *followers* di media sosial *instagram*.

Kegiatan membeli *follower* memang bukanlah sesuatu kegiatan yang dilarang, tetapi hal ini bisa menjadi sesuatu perbuatan yang tidak baik apabila tujuan kita adalah untuk mempengaruhi atau mengubah pemikiran konsumen dan juga mengandung unsur-unsur propoaktif yang bisa membuat pecah belah masyarakat. Sebagai contoh bila seseorang mempunyai akun yang mempunyai

banyak *follower* tersebut memanfaatkan untuk menebar fitnah di dunia maya terutama di media sosial tersebut padahal kenyataannya tidak seperti itu.

Padahal ada begitu banyak cara agar mendapatkan *follower* yang banyak di media sosial *instagram* tanpa harus membeli. Berikut ini cara-cara menambah *follower* di media sosial *instagram* agar kepercayaan diri, promosi diri sendiri dan dipandang masyarakat (*personal branding*), hingga nilai diri meningkat di tengah masyarakat.

#### 1. Membuat konten yang bermanfaat dan berbobot

Konten dan konsep adalah salah satu hal yang penting di dalam media sosial termasuk *instagram*. Oleh karena itu, agar bisa lebih dikenal lagi dan mendapat nilai lebih dari masyarakat harus mampu membuat konten yang bermanfaat. Misalnya, membuat akun *instagram* yang berisi dengan ceramah-ceramah agama dan juga cara mengajarkan kita mengkaji dengan benar, atau karya-karya ilmiah seperti puisi atau pantun atau hal-hal yang bermanfaat lainnya.

Konten seperti ini akan sangat menarik, sehingga dapat menarik perhatian para pengguna media sosial *instagram* untuk mem-*follow*. Seseorang yang membuat konten yang berbobot di bidangnya tersebut juga akan membuatnya dikenal dan terkenal.

#### 2. Sering meng-update akun *instagram*

Dengan sering melakukan update di akun media sosial *Instagram*, *follower* akan senang melihat postingan yang berkualitas setiap saat dan cenderung setia untuk mengikuti. Update yang dimaksud tidak hanya

memposting status di *instastory* tetapi juga harus mengunggah foto dan video yang menarik atau berupa tulisan yang terkesan menyentuh.

### 3. *Follow* dulu sebelum di-*follow*

*Follow* dulu sebanyak-banyaknya akun *instagram* yang akan di *follow* atau yang diinginkan. Jika seseorang yang di *follow* tersebut tertarik, maka mereka juga akan mem-*followback*.

### 4. Gunakan hastag (tanda #)

Sertakan *hashtag* yang sedang menjadi trend dalam setiap mengupload foto, gambar dan video yang menarik. Contohnya jika mengupload gambar atau foto dengan background pantai, maka sertakan *hashtag* #pantai, #vitaminsea atau semacamnya.<sup>8</sup> Langkah ini dimaksudkan agar mereka tahu bahwa akun kita mempunyai sesuatu yang menarik di *instagram* dan jangan lupa *followback* akun-akun tersebut.<sup>9</sup>

### 5. Membuat *feeds* menarik

*Feeds* adalah tema atau tata letak susunan foto di galeri *instagram* pemilik akun. Dengan membuat susunan foto yang kreatif maka akan menarik peminat orang untuk mem-*follow* akun tersebut.

### 6. Kualitas dan kejujuran

Bagi pemilik usaha *olshop* (online shop) kualitas beserta kejujuran adalah kunci utama untuk menarik para konsumen atau pelanggan. Kualitas yang dimaksud adalah kualitas barang yang akan di jual sedangkan kejujuran

---

<sup>8</sup> August Irawan, 101 *Amazing Sales Ideas*, (Yogyakarta: Quadarant, 2017), hlm. 46.

<sup>9</sup> Wawancara online dengan Pembeli @bstarzmee, pada tanggal 29 Mei 2023.

adalah mengupload foto barang yang di jual sesuai dengan barang aslinya ketika sampai ditangan konsumen sehingga tidak akan mengecewakan pembeli.

#### **D. Praktik Jual Beli *Followers Instagram***

Pada zaman sekarang perkembangan teknologi sudah semakin canggih dengan ini membuat segala aktivitas menjadi lebih mudah, tak terkecuali dalam hal bersosial media terkhusus *instagram* yang terkenal karena akunya memiliki *follower* dengan jumlah yang banyak yang telah mengikutinya, bahkan hal yang terjadi baru-baru ini adalah terdapat publik figure Indonesia memiliki *follower* terbanyak se-Indonesia ialah Raffi Ahmad dan Nagita Slavina dengan jumlah *follower* 62,5 juta *followers*.<sup>10</sup> Karena fenomena tersebutlah kini banyak pengguna *instagram* yang sedang berlomba-lomba untuk membuat konten yang menarik untuk mendapatkan *follower*. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang memilih cara-cara instan untuk mendapatkan jumlah *follower* yang banyak dengan cara membeli *follower*.

Keberadaan penjual *follower* ini sebenarnya sama dengan transaksi pada umumnya yaitu adanya penjual, pembeli, objek yang diperjual belikan. Dalam hal jual beli *follower*, ada dua macam yang ditawarkan yaitu *follower* aktif dan *follower* pasif. *Follower* aktif adalah akun yang masih aktif digunakan untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang ada di dalam *instagram*, seperti mem-*follow*, meng-*unfollow*, *comment*, *like*, atau yang lainnya. sedangkan *follower* pasif

---

<sup>10</sup> Tim detikcom, Artikel detikHot, “10 Artis Indonesia dengan Followers Terbanyak”, (detikHot: diterbitkan pada tanggal 25 Februari 2023), <https://hot.detik.com/celeb/d-6587835/10-artis-indonesia-dengan-followers-terbanyak/10> , diakses pada tanggal 28 Mei 2023, pukul 11:10.

adalah akun yang sudah atau tidak di gunakan lagi oleh pemiliknya. Biasanya *follower pasif* tersebut adalah akun milik orang-orang luar negeri.

Setiap penjual menawarkan berbagai macam varian harga, berikut ini adalah harga jual beli *followers instagram*, yaitu sebagai berikut.<sup>11</sup>

**Tabel 1**  
**Daftar Harga Jual Beli *Followers Instagram***

| No | Nama Produk yang Ditawarkan | Harga         |
|----|-----------------------------|---------------|
| 1  | 500+ <i>Followers</i>       | Rp 35.000,00  |
| 2  | 1000+ <i>Followers</i>      | Rp 55.000,00  |
| 3  | 2000+ <i>Followers</i>      | Rp 95.000,00  |
| 4  | 3000+ <i>Followers</i>      | Rp 135.000,00 |
| 5  | 4000+ <i>Followers</i>      | Rp 175.000,00 |

Dan untuk pembayarannya dilakukan dengan mentransfer uang tunai langsung ke nomor rekening dari bank yang telah ditentukan oleh penjual ataupun dibayar dengan menggunakan pulsa operator.

Ada berbagai cara yang digunakan penjual dalam memperoleh *followers* salah satu adalah dengan meminta *username* serta *password* akun yang akan di tambah *followernya*. Kemudian ia (penjual) mem-*follow* sebanyak mungkin akun-akun *instagram* dengan menggunakan *username* serta *password* milik pembeli. Dari akun-akun yang sudah di *follow* tersebut, penjual berharap mereka

---

<sup>11</sup> Juliana Paramitha, Penjual, wawancara pribadi (online), Jumat, 15 Juni 2022.

akan melakukan *followback*. Hal inilah yang menjadi perhitungan *achievement* dari jasa mereka. Setelah selesai proses penambahan *follower*, hasilnya ada tambahan lebih dari 500 *follower* baru di akun tersebut. Kemudian si penjual atau penyedia jasa penambah *follower* tersebut menawarkan untuk meng-*unfollow* semua akun yang sebelumnya sudah di *follow*. Jasa penambah *follower* tersebut bisa mendapatkan uang karena berhasil melihat peluang yang didapatkan dari perilaku orang Indonesia dalam menggunakan media sosial, yaitu “kalau sudah di *follow* ya harus *follow* balik dong”, prinsip inilah yang sangat membantu para penjual *follower* dalam memperoleh keuntungan.<sup>12</sup>

Cara lain yang digunakan oleh penjual dalam memperoleh *follower* adalah dengan menggunakan aplikasi *hublaagram*. Untuk mendapatkan aplikasi penambah *follower* tersebut terlebih dahulu membeli kepada agen-agen penjual *follower*. Langkah-langkah yang dilakukan penjual untuk *log in* adalah sebagai berikut:

1. Langkah yang pertama adalah memasukkan *username* dan *password*
2. Tahap selanjutnya yaitu memasukkan *security code* yang sudah ditentukan
3. Setelah berhasil *log in* maka tahap berikutnya adalah memilih apa yang akan ditambahkan di akun pembeli, apakah *follower*, *likes*, atau *comment*.

*Follower* yang diperoleh dari aplikasi tersebut yaitu berasal dari akun orang yang telah berlangganan dengan aplikasi *hublaagram* dan juga *akun bot* yang di masukkan kedalam aplikasi. Biasanya orang yang berlangganan tersebut

---

<sup>12</sup> Diakses dari <https://jasaallsosmed.co.id/services/instagram/follower> pada tanggal 28 Mei 2023. Pukul 12.48.

adalah orang-orang yang menjual *follower*. Dalam hal berlangganan ada yang membayar dan ada juga yang gratis. Bila berlangganan serta membayar, keuntungannya yaitu bisa mendapatkan 1000 *follower* dalam sekali pemakaian aplikasi tersebut. Dan apabila gratis hanya bisa mendapatkan 100 *follower* dalam sekali pemakaian.

**BAB IV**

**TINJAUAN FIQH MUAMALAH DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 19  
TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK  
TERHADAP JUAL BELI *FOLLOWERS INSTAGRAM***

**A. Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Jual Beli *Followers Instagram***

Orang yang terjun ke dunia usaha, berkewajiban mengetahui hal-hal yang dapat mengakibatkan jual beli itu sah atau tidak (*fasid*). Ini dimaksudkan agar muamalah berjalan sah dan segala sikap dan tindakannya jauh dari kerusakan yang tidak dibenarkan. Tidak sedikit kaum muslimin yang mengabaikan mempelajari muamalah, mereka melalaikan aspek ini, sehingga tidak peduli kalau mereka memakan barang haram, semakin hari usahanya semakin meningkat dan keuntungan semakin banyak. Sikap itulah merupakan kesalahan besar yang harus diupayakan pencegahannya, agar semua orang yang terjun ke dunia ini dapat membedakan mana yang boleh dan baik dan menjauhkan diri dari segala yang *syubhat* sedapat mungkin.<sup>1</sup>

Prinsip dalam muamalah adalah setiap muslim bebas melakukan apa saja yang dikehendakinya sepanjang tidak dilarang oleh Allah berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah dan prinsip fiqh muamalah lainnya adalah mesti halal dan bukan berbisnis barang-barang yang diharamkan oleh Islam. Islam memerintahkan pemeluknya untuk melaksanakan hal-hal yang baik dan

---

<sup>1</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah 12*, (Bandung: Alma'arif, 1993), hlm. 46

menghindari hal-hal yang dibenci Allah. Dalam perdagangan tidak dibenarkan memperjualbelikan atau melakukan tindakan haram.<sup>2</sup>

Dalam transaksi jual beli ada rukun dan syarat yang harus dipenuhi agar suatu jual beli tersebut dianggap sah, antara lain:

1. Ijab qabul, pada dasarnya ijab qabul dilaksanakan saat pembeli memesan sejumlah *follower* kepada penjual, kemudian penjual bersedia untuk menambahkan jumlah *follower* yang telah disepakati yang diinginkan oleh pembeli dan ijab qabul antara penjual dan pembeli tidak harus bertemu karena pada dasarnya jual beli ini termasuk jual beli online, jadi cukup memesan melewati via online dengan mengirim pesan.
2. Orang yang berakad, yaitu adanya interaksi antara penjual dan pembeli, kemudian terjadilah transaksi yang telah disepakati antara penjual dan pembeli antara jumlah *follower* atau tipe *follower* dan penjual menyepakati jumlah harga.
3. Objek akad dalam transaksi jual beli *followers instagram* ini adalah *followers instagram*. Pembeli menginformasikan jumlah *followers* yang ditambahkan ke dalam akunnya, penjual menyepakati dan memberikan harga secara jelas, pembeli membayar sejumlah harga dan terakhir penjual harus menambahkan sejumlah *followers* ke dalam akun *instagram* pembeli sesuai dengan kesepakatan.

---

<sup>2</sup> Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm. 156.

Adapun mengenai syarat sahnya jual beli yang harus terpenuhi seperti terdapat penjual dan pembeli, adanya ijab kabul dan barang yang diperjualbelikan. Dalam jual beli *followers* ini tidaklah sah karena tidak memenuhi salah satu dari beberapa syarat dalam jual beli, yaitu mengenai syarat objek transaksi harus dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya serta tidak menimbulkan kerusakan dan objek jual beli harus kepemilikan penuh penjual.

Berkaitan dengan fenomena diatas maka tidak sesuai dengan syarat objek jual beli bahwa barang yang dijadikan objek transaksi merupakan milik sendiri. Maka tidaklah sah menjual barang orang lain dengan tidak se-izin pemiliknya atau barang-barang yang baru akan menjadi miliknya. Hal ini juga termasuk kedalam jual beli yang dilarang dalam Islam yaitu jual beli *fudhul*. Jual beli *fudhul* adalah jual beli milik orang lain tanpa seizin pemiliknya. Menurut ulama Hanafiyah dan Malikiyah, jual beli tersebut ditangguhkan sampai ada izin pemilik. Begitu juga bila dilihat dari segi prinsip muamalah yaitu unsur mendatangkan manfaat serta menghindarkan mudharat, jual beli ini tetap ada manfaatnya namun bersifat fiktif, bersifat fiktif yang dimaksud adalah karena *follower* tersebut diperoleh secara *instan* yaitu dengan membeli, padahal biasanya seseorang itu disukai banyak orang karena karyanya dan juga ada sesuatu yang menarik dari diri orang tersebut. Contoh nyatanya adalah para selebriti yang memang mempunyai karya dan disukai banyak orang maka tidak heran jika *follower* di media sosial *instagram* banyak dan nyata adanya, bukan karena membeli. Sedangkan manfaat dari membeli *follower* ini yaitu sebagai

sarana promosi bisnis *online*, menaikkan *personal branding* untuk bersosialisasi dan untuk mempopulerkan diri.<sup>3</sup>

Terdapat juga jual beli yang dilarang karena objek jual beli (barang yang diperjualbelikan), antara lain :<sup>4</sup>

1. Jual beli *gharar*. Ialah jual beli barang yang didalamnya mengandung unsur kesamaran. *Gharar* berarti hayalan atau penipuan, tetapi dapat diartikan sebagai risiko. Dalam akad muamalah dilarang memperjanjikan hal yang keberadaanya tidak pasti.
2. Jual beli barang yang tidak dapat diserahkan, contoh dari jual beli ini ialah jual beli terhadap burung yang sedang terbang diudara dan jual beli ikan yang masih berada di lautan. Jual beli ini termasuk dalam jual beli yang *bathil* karena tidak terdapat kejelasan yang pasti terhadap barang yang diperjualbelikan.
3. Jual beli *majhul*, ialah jual beli barang yang tidak jelas. Contohnya jual beli kentang yang masih berada di dalam tanah, jual beli buah-buahan yang masih berbentuk bunga. Jual beli seperti ini menimbulkan ketidakjelasan.

Bila dilihat dari segi kemanfaatannya, jual beli ini tidak mengandung manfaat, sebaliknya yaitu lebih banyak mengandung kemudharatan di dalamnya.

---

<sup>3</sup> Herculodigital, *5 Keuntungan Sesungguhnya dari Memiliki Follower Banyak di Instagram*, diakses pada tanggal 2 Juli 2023, pukul 11.15 WIB, <https://www.herculodigital.id/5-keuntungan-sesungguhnya-dari-memiliki-follower-banyak-di-instagram/#:~:text=Memiliki%20follower%20Instagram%20yang%20besar,menjadi%20bagian%20dari%20follower%20Anda>.

<sup>4</sup> Khumedi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, (Bandar Lampung: Permatanet Publishing, 2016), hlm. 110.

Pembeli menyadari bahwa transaksi yang dilakukan tersebut tidak mengandung manfaat lain kecuali hanya untuk memenuhi kebutuhan zaman (mengikuti *trend*) semata. Jadi dalam hal jual beli *follower* ini tidak ada unsur pemaksaan didalamnya, hal ini telah sesuai dengan dasar hukum jual beli yang terdapat dalam surat an-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” [Q.S. an-Nisa : 29]

Termasuk konsekuensi yang akan ditanggung oleh pembeli, karena pada dasarnya penjual bersedia menjelaskan apabila pembeli tersebut meminta penjelasan terlebih dahulu mengenai tipe-tipe *follower* dan konsekuensi yang akan ditanggungnya dikemudian. Sebagai contoh, bila membeli *follower* aktif, konsekuensi yang akan diterimanya adalah *follower* tersebut bisa saja meng-*unfollow*, yang mengakibatkan *followernya* akan berkurang.

Untuk benda atau barang yang dibeli pun memiliki persyaratan yang harus dipenuhi, apabila tidak pasti syaratnya maka ada alasan tertentu yang mengakibatkan jual beli tersebut sah dan tidak sah. Adapun benda atau barang yang diperjualbelikan antara lain<sup>5</sup> :

<sup>5</sup> Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2012), hlm. 278.

- a. Benda tersebut harus suci (bukan barang yang najis)
- b. Adanya manfaat, tidak boleh menjual atau membeli sesuatu yang tidak memberikan manfaat
- c. Benda atau barang tersebut dapat diserahkan, artinya benda atau barang tersebut harus ada saat melakukan transaksi, tidak boleh menjual benda atau barang yang belum pasti contohnya ikan yang masih berenang di lautan karena ikan tersebut belum pasti dapat diserahkan. Pengecualian untuk jual beli dengan melakukan pemesanan barang terlebih dahulu dan melakukan pembayaran dimuka sedangkan pemberian barang dilakukan diakhir pada waktu yang ditentukan.
- d. Barang tersebut merupakan kepunyaan penjual sendiri, kalau itu milik orang lain boleh asal sudah diizinkan atau diserahkan untuk menjualbelikan.
- e. Barang tersebut diketahui antara penjual dan pembeli, baik bentuk maupun sifat yang jelas sehingga tidak merasa dirugikan antar kedua belah pihak dikemudian hari.

Dapat dilihat dari penjelasan diatas, maka jual beli *followers* ini mendatangkan kemudharatan dari pada manfaat. Dalam hal ini hanya pembeli yang merasakan kerugian tetapi juga masyarakat umum yang kurang teliti. Karena bisa saja dia tertipu dengan banyaknya jumlah *followers* padahal itu bukanlah *followers* asli dari akun *instagram* tersebut.

Hal tersebut dilarang di dalam Islam karena tidak sesuai dengan prinsip dasar muamalah yaitu unsur mendatangkan manfaat serta menghindarkan

mudharat. Konsekuensi dari prinsip ini adalah bahwa segala bentuk muamalah yang dapat merusak atau mengganggu kehidupan masyarakat tidak dibenarkan dan juga karena jual beli *followers* ini adalah suatu bentuk penipuan atau ketidakjujuran terhadap masyarakat (pembohongan publik). Penjual menipu dengan menjadikan akun *instagramnya* seakan-akan banyak penggemarnya padahal pada faktanya tidak seperti itu. Hal tersebut tidaklah sesuai dengan konsep etika bisnis yaitu untuk berlaku jujur. Hal ini hanya akan menjadikan jiwa tidak tenang karena kebohongan yang dilakukannya.

#### **B. Tinjauan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Terhadap Jual Beli *Followers Instagram***

Transaksi elektronik diatur dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Nomor 19 Tahun 2016 pergantian Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, Pasal 1 ayat (1) yang menjelaskan informasi elektronik sebagai satu kesatuan atau kumpulan informasi atau dokumen elektronik yang tidak hanya sebatas bentuk tulisan, suara, ilustrasi dan semacamnya. Selain itu, Pasal 1 ayat (2) dijelaskan bahwa transaksi elektronik merupakan perilaku normative yang dilakukan menggunakan media elektronik atau media jaringan komputer yang lain.<sup>6</sup>

Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) seperangkat norma aturan hukum yang aturannya difokuskan tentang informasi dan transaksi menggunakan media elektronik serta cara pengiriman dan transmisi dan

---

<sup>6</sup> Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

transaksi dalam bentuk elektronik. Pasal 2 ayat (1) disebutkan bahwa aturan didalam undang-undang ini diberlakukan bagi setiap perbuatan hukum yang dilakukan di wilayah Indonesia ataupun diluar wilayah Indonesia dan menyebabkan kerugian bagi kepentingan Indonesia.<sup>7</sup>

Ketentuan untuk melakukan transaksi elektronik diatur dalam BAB V Transaksi elektronik pasal 17 sampai pasal 22 yaitu:<sup>8</sup>

a. Pasal 17

Didalam pasal 17 aturannya lebih difokuskan terhadap batasan proses terjadinya elektronik yang dapat dilakukan secara umum atau secara khusus.

b. Pasal 18

Proses jual beli yang dilakukan secara elektronik maka perjanjiannya harus dituang dalam bentuk kontrak elektronik yang sifatnya mengikat. Jika ditengah perjalanan ada sengketa maka kedua belah pihak diberikan wewenang kebebasan untuk memilih hukum yang berlaku, namun apabila kedua belah pihak tidak dapat memilih hukum, maka hukum yang berlaku yaitu mengikuti dasar asas hukum perdata internasional.

---

<sup>7</sup> Tim Redaksi BIP, *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017), hlm. 10.

<sup>8</sup> Sekretariat Negara Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*

c. Pasal 19

Transaksi elektronik yang dilangsungkan harus menggunakan media elektronik yang sebelumnya sudah disepakati bersama.

d. Pasal 20

Didalam pasal ini ditegaskan bahwa didalam transaksi elektronik terdapat pengecualian terkait penentuan oleh kedua belah pihak terkait mengenai subjek atau pelaku transaksi mengenai kesepakatan tentang penyelenggaraan transaksi. Oleh karena itu, baru akan terjadi transaksi elektronik apabila pembeli sudah menyetujui dan menerima tawaran yang dikirim oleh penjual.

e. Pasal 21

Dijelaskan dalam pasal ini tentang pihak yang berkaitan dalam transaksi elektronik. Ketika terjadi kerugian transaksi elektronik yang disebabkan oleh kegagalan operasinya agen elektronik yang diakibatkan oleh pihak ketiga yang secara langsung terhadap sistem elektronik, maka penyelenggara agen elektronik bertanggungjawab atas akibat hukum tersebut. Namun, ketika terjadi kerugian transaksi elektronik yang disebabkan oleh kegagalan beroperasinya distributor elektronik dikarenakan oleh pengguna jasa layanan, maka semua tanggungjawab akibat hukum menjadi tanggungjawab pengguna jasa tersebut.

f. Pasal 22

Distributor elektronik harus menyediakan sebuah komponen atau fitur yang ketika beroperasi lalu ada perubahan yang mungkin akan dilakukan oleh pengguna untuk melakukan sebuah informasi disaat proses transaksi masih berjalan.

Akan tetapi, dilihat dari pasal 26 ayat (1) jual beli *followers* dapat dianggap melanggar peraturan yang dijelaskan dalam pasal tersebut, yang mana dijelaskan bahwa tiap informasi yang digunakan melalui media elektronik yang sifatnya mengandung unsur data privasi perseorangan harus atas sepengetahuan orangnya. Dari penjelasan pasal 26 ayat (1) jual beli *followers* ini dapat dikatakan melanggar karena dari informasi yang didapatkan penulis dari wawancara kepada penjual *followers instagram* ditemukan fakta bahwa akun yang menjadi *followers* yang ditambahkan pada akun yang membeli jasa penambahan jumlah *followers* ini tidak mengetahui bahwa akunnya ditambahkan kepada akun yang membeli jasa penambahan *followers* ini. Di dalam pasal 27 juga dijelaskan bahwa siapapun yang sengaja dan tidak berhak menyalurkan, memindahkan sehingga membuat dapat teraksesnya informasi atau dokumen elektronik yang mengandung yang memiliki muatan dapat melanggar asusila, mengintimidasi, pencemaran nama baik dan perjudian.

Jadi, dilihat dari pasal lain yaitu pasal 26 ayat (1) disebutkan tiap apapun yang menyangkut informasi yang mengandung data pribadi dan dilakukan secara elektronik harus atas persetujuan pihak yang terkait. Di dalam pasal 27 juga dijelaskan yang dengan sengaja mendistribusikan atau mentransmisikan

sehingga dapat diaksesnya data informasi atau dokumen dapat dilakukannya pelanggaran keasusilaan, judi, pengintimidasian, dan penghinaan. Dilihat dari dua pasal ini praktik jual beli *followers* dianggap melanggar dua pasal yang disebutkan ini karena didalam praktiknya, menyatakan bahwa akun yang ditambahkan terhadap akun yang membeli jasa penambah *followers* ini tidak sadar bahkan tidak mengetahui bahwa akun milik dirinya dijual sebagai *followers* yang ditambahkan pada akun yang menggunakan layanan penambahan *followers* (pembeli *followers*). Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) pasal 1320 yang mana ketentuan Pasal 1320 KUHPerdata menerangkan bahwa supaya terjadi persetujuan yang sah yaitu kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu pokok persoalan tertentu dan suatu sebab yang tidak terlarang.<sup>9</sup>

Untuk sanksi dalam BAB XI Ketentuan Pidana Pasal 45 ayat (1) setiap orang yang memenuhi unsur dalam Pasal 27 ayat (1), ayat (2), ayat (3), atau ayat (4) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan denda paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah) dan Pasal 51 ayat (2) dimaksud dalam Pasal 36 yang memenuhi unsur dalam Pasal 27 sampai Pasal 34 dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan denda paling banyak Rp. 12.000.000.000 (dua belas miliar rupiah).

Jual beli *followers instagram* merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh produsen dan konsumen baik secara langsung (lisan) maupun lewat

---

<sup>9</sup> Tim Publikasi Hukum Online, *4 Syarat Sah Perjanjian di Mata Hukum*, diakses pada tanggal 09 Juni 2023, pukul 16:37 WIB, <https://www.hukumonline.com/berita/a/4-syarat-sah-perjanjian-di-mata-hukum-lt6273669575348/#!>

perantara tulisan atau semacamnya. Penggambaran mekanisme yang terdapat didalam jual beli *followers* yaitu disaat seorang penjual memesan penambahan jumlah *followers*, kemudian penjual segera menambahkan *followers* pada *username instagram* yang diberikan pembeli untuk ditambahkan *followersnya* ketika sudah melakukan prosedur-prosedur yang dilakukan kedua belah pihak hingga mencapai kesepakatan lalu akhirnya konsumen melakukan pembayaran.

Jika pembeli sudah selesai membayar pembeli menyertakan *username* yang ingin ditambahkan *followers*, kurun waktu yang diperlukan yaitu hanya satu hari satu malam, jika dalam waktu itu belum masuk biasanya diinputkan kembali, apabila sampai dua kali dua puluh empat jam belum masuk juga maka langsung pengembalian dana.

Sedangkan dilihat dari segi objek transaksi, *followers* mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*), beresiko dan bersifat spekulasi yang berdampak membahayakan terhadap akun pengguna apabila tidak bisa memilih jenis *followers* yang akan ditambahkan bahkan dapat terjadi penipuan. Selain itu, *followers* juga dianggap tidak sesuai dengan kaidah fiqh muamalah yang dasarnya segala bentuk transaksi dalam muamalah didasarkan atas dasar datangnya kemanfaatan, tetapi dalam jual beli *followers* justru dianggap lebih banyak mendatangkan kemudharatan dan rawan terjadinya penipuan serta unsur mengambil keuntungan dalam kesempatan yang dapat mengakibatkan kerugian yang akan dirasakan oleh salah satu pihak.

Dapat dilihat dari semakin banyaknya penawaran yang melakukan tawaran tentang jasa tambah *followers* dengan persaingan ketat tarif harga yang

dilakukan hingga tidak lagi memperhatikan kualitas akun yang diperjualbelikan. Ketika antara penjual atau pembeli tidak melakukan kewajibannya, maka dapat dianggap melanggar kewajiban dan berhak untuk membatalkan transaksi jual beli *followers instagram* ini. Selain itu untuk kepemilikan praktiknya penjual memperjualbelikan *followers* yang bukan kepemilikannya dan tidak ada izin ataupun persetujuan dari pemilik akun, sedangkan seharusnya dalam jual beli harus ada kepemilikan penuh dari pihak penjual ataupun ketika ingin menjual milik orang lain itu harus ada izin terlebih dahulu kepada pemilik akun.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dan analisis yang telah diuraikan oleh penulis pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa, dari segi fiqh muamalah jual beli *followers instagram* ini tidak sesuai dengan syarat objek jual beli. Dikarenakan tidak sesuai pada objeknya sebab terdapat benda atau barang yang harus diperjualbelikan antara lain barang atau benda yang diperjualbelikan dapat diserahkan maksudnya dapat diserahkan antara kedua belah pihak dan barang atau benda yang diperjualbelikan dapat diketahui maksudnya dapat diketahui banyaknya, beratnya, kualitasnya dan ukurannya. Maka dapat dikatakan tidak sah dalam objeknya bahwa dalam jual beli ini dapat menimbulkan keraguan salah satu pihak dan dapat mengandung unsur penipuan.

Dari segi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. dalam pasal 17 sampai 21 praktik jual beli *followers instagram* dianggap dapat dilanjutkan untuk melakukan transaksi elektronik yang mana jual beli *followers* ini dilakukan di lingkup privat bahkan di publikasikan, ada pembeli dan penjual. Akan tetapi, dilihat dari pasal 26 ayat (1) jual beli *followers* dapat dianggap melanggar peraturan, dapat dijelaskan bahwa tiap informasi yang digunakan melalui media elektronik yang sifatnya mengandung unsur data privasi perseorangan harus atas sepengetahuan orangnya. Di dalam pasal 27 juga dijelaskan bahwa siapapun yang sengaja dan

tidak berhak menyalurkan, memindahkan sehingga membuat dapat teraksesnya informasi atau dokumen elektronik yang mengandung yang memiliki muatan dapat melanggar asusila, mengintimidasi, pencemaran nama baik dan perjudian.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian serta analisis penulis, maka penulis ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi para penjual *followers instagram* dalam melakukan pengiklanan atau promosi sebaiknya harus jujur dan menjelaskan objek yang akan dijual tersebut yaitu berupa kelebihan dan juga berupa kekurangan yang dapat merugikan konsumen, serta menyediakan garansi kepada konsumen apabila ada sesuatu yang tidak diinginkan pada objek tersebut.
2. Bagi para pembeli jika menginginkan *followers* yang banyak dan ingin populer khususnya di media sosial *instagram* maka lebih baik gunakan cara yang manual yaitu dengan cara membuat suatu kreatifitas atau karya yang membanggakan dan juga sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat. Manfaatkan sosial media tersebut dengan baik dan benar dan dapat membuat dampak positif bagi para pengguna *instagram*.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Afandi, M. Yasid, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009.
- Aikbak, Kutbuddin, *Kajian Fiqh Kontemporer*, Jogjakarta: Teras, 2009.
- Al-Zuhaily, Wahbah, *Fiqh Islam*. Jakarta: Gema Insani, 2011.
- Ash-Shawi, Shalah, *Fikh Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta: Darul Haq, 2008.
- As-Syathiri, Ahmad bin Umar, *Al-Yaqut An-Nafis*. Lebanon: Dar al-Minhaj, 2010.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Fiqih Islam*, Jakarta: Amzah, 2014.
- BIP, Tim Redaksi, *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: PT. Sygma Examedia Arkhanleema.
- Djamil, Fathurrahman, *Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
- Djuwaini, Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Ghazaly, Abdul Rahman dll, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010.
- Hasan, Iqbal, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Ikit, dkk., *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Gava Media, 2018.
- Indonesia. *Undang - Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Teknologi Elekltronik*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Irawanm, August, *101 Amazing Sales Ideas*, Yogyakarta Quadarant, 2017.
- Ja'far, H. A. Khumaidi, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan IAIN Raden Intan Lampung, 2015.
- Karim, Adiwarmann A, *Bank Islam : Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.

- Kartono, Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Makarim, Edmon, *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Masjupri, *Fiqh Muamalah 1*, Surakarta: Fsei Publishing, 2013.
- Mustofa, Imam, *Fiqh muamalah kontemporer*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Moleong, Lexi, J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002
- Rasjid, Sulaiman, *Fiqh Islam*, Bandung: Sinar baru Algensindo, 2012.
- Sabiq, Sayyid, *Fikih Sunnah 12*, Bandung: Alma'arif, 1993.
- Sabiq, Sayyid, *Fiqh Sunnah*, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2007.
- Sarwat, Ahmad, *Fiqh Jual Beli*, Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018.
- Syafe'i, Rachmat, *Fiqh Muamalah Untuk UIN, STAIN, PTAIS dan Umum*. Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Syafei, Rachmat, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Tamimy, Muhammad Fadhol, *Sharing-mu Personal Branding-mu*, Jakarta: Visimedia, 2017.
- Tika, Muhammad Prabundu, *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Zuhaili, Wahbah, *Fiqh Imam Syafi'i: Mengupas Masalah Fiqhiyah berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits*, Jakarta: Almahira, 2012.

## **SKRIPSI**

- Anisa, Nur, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli Follower, Likes dan Viewer di Media Sosial Instagram.", Fakultas Syariah dan Hukum, Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah, Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan. Lampung, 2018.
- Anjaskara, Dian Innes, Skripsi "Pengaruh Sikap pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram", Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2016.

Anwar, Rifky Fadillah, "Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam," Fakultas Syariah. Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Bengkulu, 2019.

Kalbuadi, Putra, "*Jual beli online dengan menggunakan sistem dropshipping menurut sudut pandang akad jual beli Islam*", Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015.

Muawanah, Umi Kholisatul, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Followers Di Media Instagram." Fakultas Syari'ah dan Hukum, Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah, Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang, 2019.

Septiyani, Mustiqoh, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers Di Media Sosial Instagram.", Fakultas Syariah, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2017.

Widodo, Prasetyo Dwi, "Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 (ITE) Tentang Transaksi Jual Beli Akun *Game Online (Mobile Legends)*", Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Tulungagung. Tulungagung, 2018.

## **JURNAL**

Fitria, Tiranur, *Bisnis Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*, *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 3, Nomor 1. Hal. 54, 2017.

Harahap, Nursapia, "Penelitian Kepustakaan". *Jurnal Iqra*. Volume 08, Nomor 01, 2014.

MS, Syaifullah, *Perdagangan Terlarang Menurut Islam Dalam Tinjauan Maqashid Al-Syari'ah : Jurnal Hunafa*. Volume 4, Nomor 3. Hal. 217-226, 2007.

Mustofa, Imam, "*Transaksi Elektronik (e-commerce) dalam perspektif Fiqih*", jurnal Hukum Islam, Pekalongan: STAIN Pekalongan, Volume 10, Nomor 02, Desember 2012.

Pratama, Ariestya Ayu, "*Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram*", Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Airlangga, Surabaya, Volume 06, Nomor 01, Januari 2017.

Syaifullah, *Etika Jual Beli Dalam Islam*, *Jurnal Studia Islamika*, Volume 11, Nomor 2. Hal. 376, 2014.

Tangkeban, I Made Satria Wibawa, I Nyoman Putu Budiarta & Ni Made Sukaryati Karma, 2021. *Transaksi Jual Beli Melalui Media Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi*

*Elektronik : Jurnal Interpretasi Hukum*. Vol. 2, No 2, Hal. 416-421.  
<https://doi.org/10.22225/juinhum.2.2.3451.416-421>, 2021.

Qori, Dani El, *Transaksi Jual Beli Followers Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam : MIYAH: Jurnal Studi Islam*. Volume 15, Nomor 02, 2019.

## **INTERNET**

Diakses dari <https://jasaallsosmed.co.id/services/instagram/follower> pada tanggal 28 Mei 2023. Pukul 12.48.

Hercodigital, *5 Keuntungan Sesungguhnya dari Memiliki Follower Banyak di Instagram*, diakses pada tanggal 2 Juli 2023, pukul 11.15 WIB, <https://www.hercodigital.id/5-keuntungan-sesungguhnya-dari-memiliki-follower-banyak-di-instagram/#:~:text=Memiliki%20follower%20Instagram%20yang%20besar,menjadi%20bagian%20dari%20follower%20Anda>.

Rizaty, Monavia Ayu, “Pengguna Instagram di Indonesia Capai 109,3 Juta Per April 2023” Data Indonesia, Mei 23, 2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-indonesia-capai-1093-juta-per-april-2023>.

Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Tim detikcom, Artikel detikHot, “10 Artis Indonesia dengan Followers Terbanyak”, (detikHot: diterbitkan pada tanggal 25 Februari 2023), <https://hot.detik.com/celeb/d-6587835/10-artis-indonesia-dengan-followers-terbanyak/10> , diakses pada tanggal 28 Mei 2023, pukul 11:10.

Tim Publikasi Hukum Online, *4 Syarat Sah Perjanjian di Mata Hukum*, diakses pada tanggal 09 Juni 2023, pukul 16:37 WIB, <https://www.hukumonline.com/berita/a/4-syarat-sah-perjanjian-di-mata-hukum-lt6273669575348/#!>

**L**

**A**

**M**

**P**

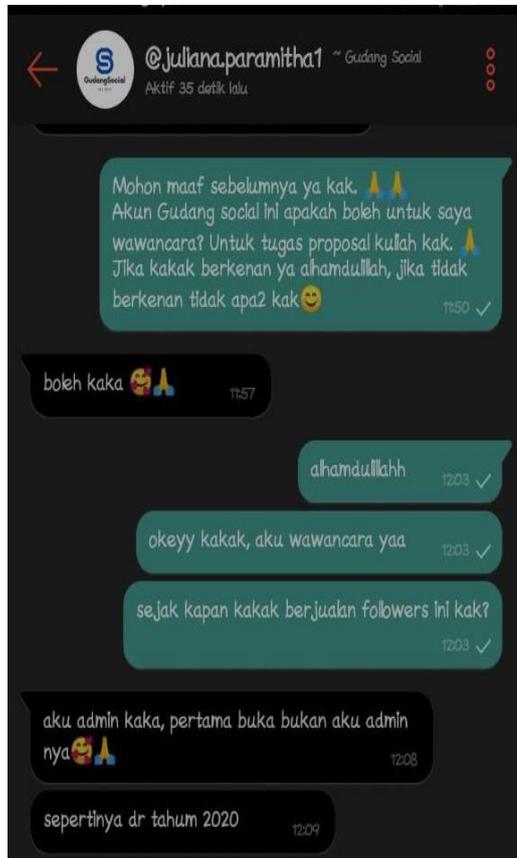
**I**

**R**

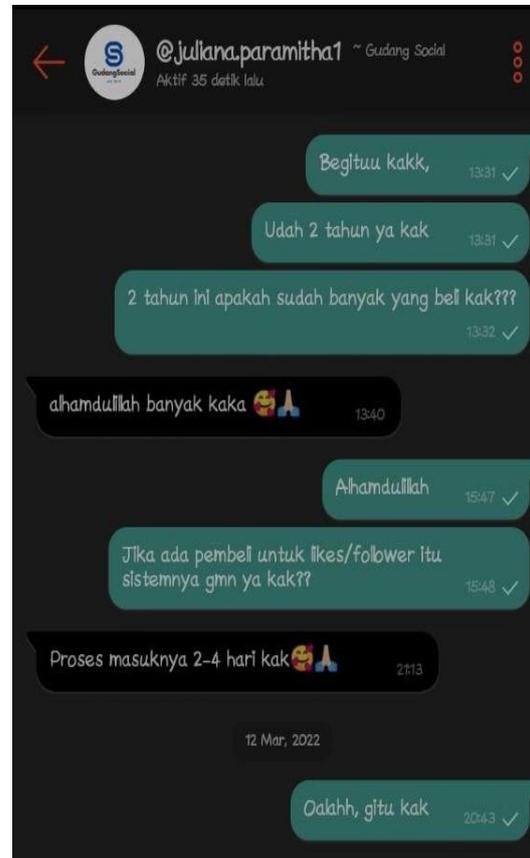
**A**

**N**

## Lampiran 1 : Wawancara online dengan Penjual *followers instagram*



wawancara ke 1

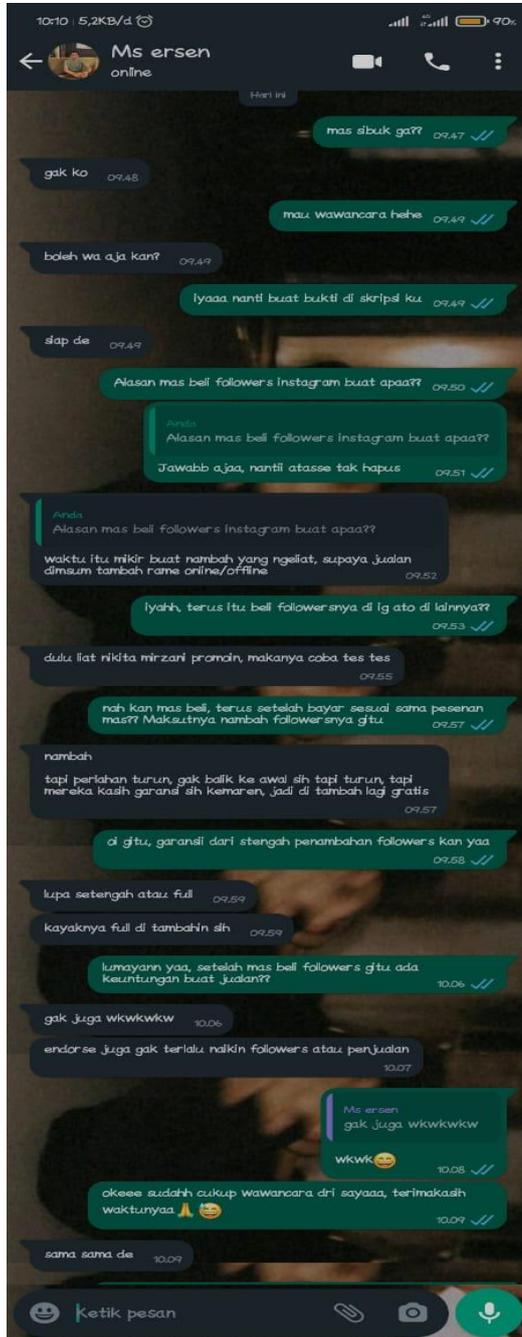


wawancara ke 2

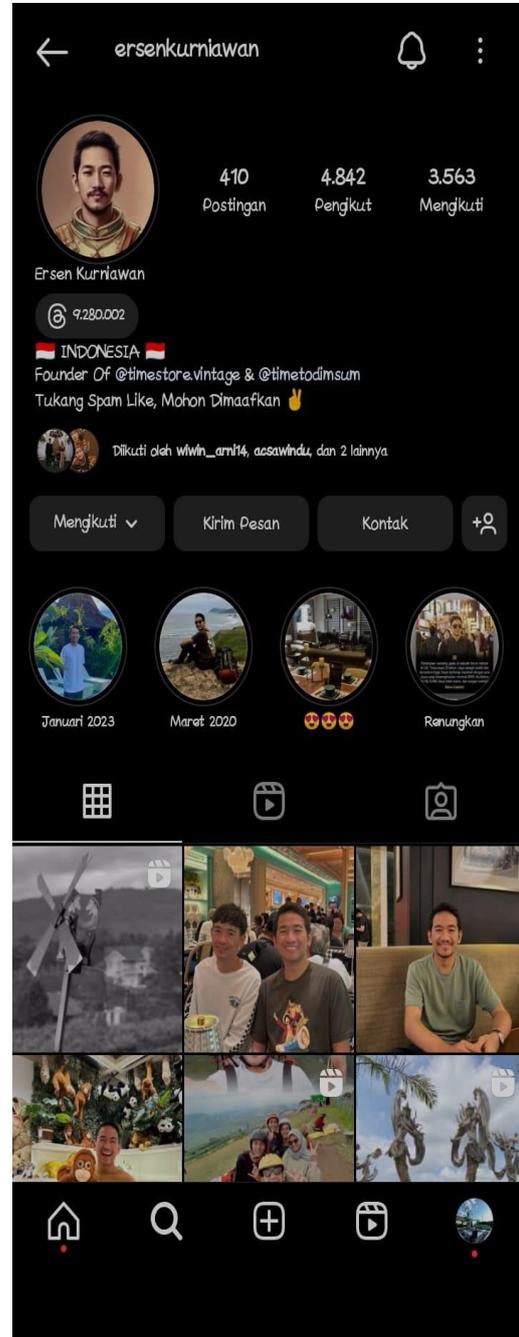


wawancara ke 3

## Lampiran 2 : Wawancara online dengan Pembeli *followers instagram*



Wawancara dengan Pembeli *followers instagram*.



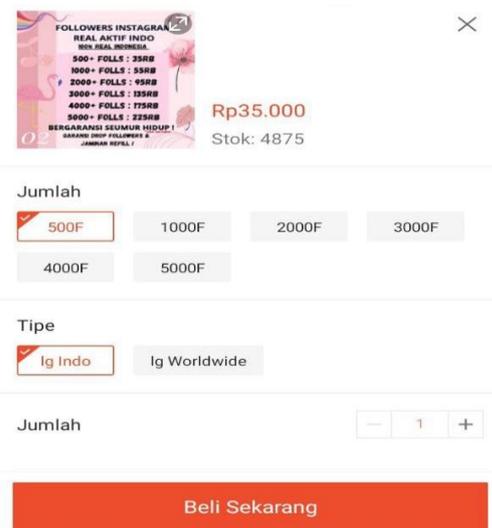
Instagram @ersenkurniawan (selaku pembeli) setelah melakukan transaksi membeli *followers instagram*.

### Lampiran 3 : Praktik transaksi jual beli *followers instagram*



Langkah 1

Pembeli sedang memilih daftar harga



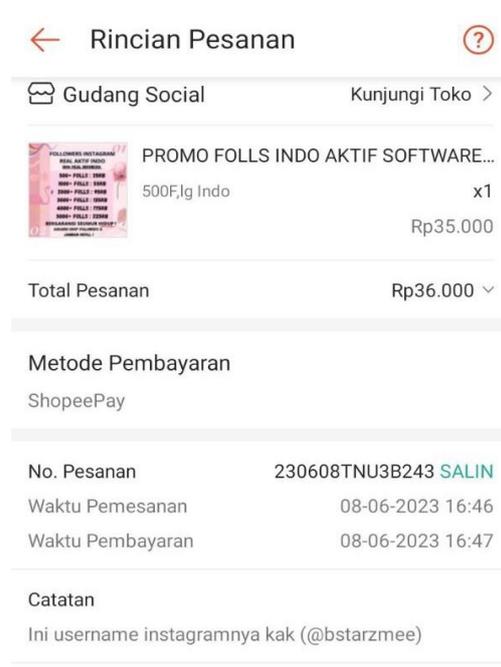
Langkah 2

Pembeli telah memilih daftar harga



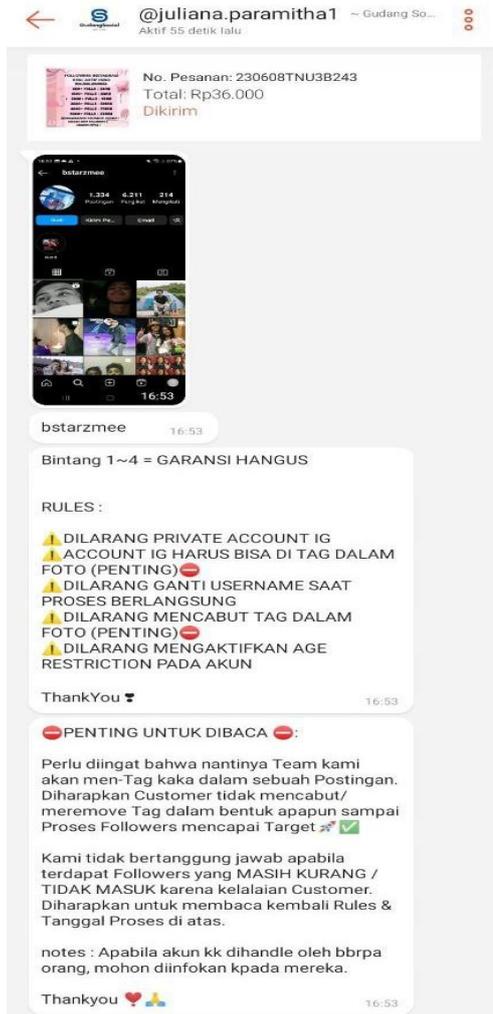
Langkah 3

Pembeli memesan yang telah dipilih

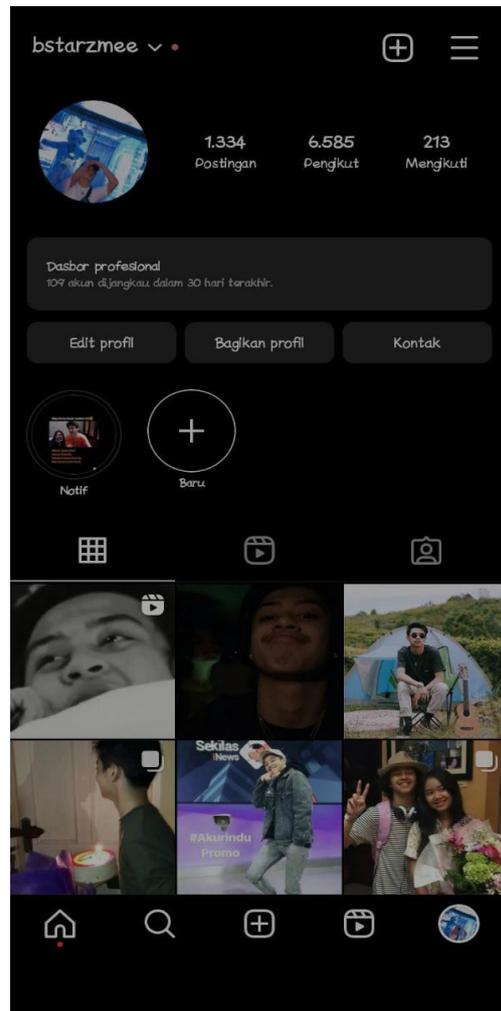


Langkah 4

Rincian pesanan pembeli



Langkah 5  
Penjual telah memproses pesanan pembeli dengan syarat



Instagram @bstarzmee (selaku pembeli) setelah melakukan transaksi membeli *followers instagram*.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Himmatul Ulya  
NIM : 19.21.1.1.238  
Tempat, Tanggal Lahir : Sukoharjo, 04 Agustus 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jalan Candi RT 01 RW 12 Cemani, Grogol,  
Sukoharjo  
Nama Ayah : Edi Sujito  
Nama Ibu : Almh. Siti Syamsiyah Nur Rohmah

### Riwayat Pendidikan

- a. TKIT Darissalam Cemani Lulus tahun 2005
- b. TKIT Nur Jamil Cemani Lulus tahun 2006
- c. SD Ta'mirul Islam Surakarta Lulus tahun 2013
- d. SMP Ta'mirul Islam Surakarta Lulus tahun 2016
- e. SMA Al-Islam 1 Surakarta Lulus tahun 2019
- f. Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta masuk tahun 2019

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Sukoharjo, 13 Agustus 2023

Penulis