

**Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Jual Beli *Followers*
Instagram**

SKRIPSI



Oleh :

NANDA FITRIA ROHANI

NIM 102190148

Pembimbing :

KHAIDARULLOH, M.H.I

NIP 198612082020121005

**HUKUM EKONOMI SYARIAH FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2023**

**IAIN
PONOROGO**

ABSTRAK

Rohani, Fitria Nanda. 2023. *Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Jual Beli Followers Instagram.* **Skripsi.** Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Khaidarulloh, M.H.I.

Kata Kunci/Keyword: *Followers Instagram, Jual Beli, Fatwa DSN MUI*

Instagram merupakan salah satu sosial media yang saat ini menjadi salah satu kebutuhan bagi seseorang. Guna sebagai penunjang pemiliknya dalam promosi produk yang dijual maupun sebagai ajang kepopuleritasan. Alhasil mereka mengambil cara yang mudah agar akun instagramnya bisa *popular* di kalangan pengguna Instagram lainnya. Sehingga cara tersebut dapat dilakukan dengan membeli *followers* sebanyak-banyaknya. Akan tetapi, dalam praktiknya *followers aktif* merupakan *followers* yang dapat meng *unfollow* sewaktu-waktu karena akun tersebut masih *aktif* digunakan oleh penggunanya.

Dari sedikit uraian di atas terdapat beberapa permasalahan yang perlu dikaji, yaitu : Bagaimana Analisis Fatwa DSN MUI Terhadap Akad Dalam Jual Beli *Followers* Instagram? Bagaimana Analisis Fatwa DSN MUI Terhadap Objek Dalam Jual Beli *Followers* Instagram ?

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*), yang menggunakan pendekatan kualitatif dimana dalam mengumpulkan dan menganalisis berbentuk narasi guna memperoleh pemahaman mendalam terhadap praktik jual beli *followers* Instagram dan akan di analisis dengan Fatwa DSN MUI. Metode pengumpulan datanya dengan wawancara kepada informan yaitu penjual dan pembeli *followers* Instagram.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan, penyusun mengambil kesimpulan bahwa akad yang digunakan merupakan akad salam, dimana berdasarkan ketentuan Fatwa DSN MUI pedagang dalam menjelaskan ciri-ciri maupun spesifikasi barang harus jelas, namun berdasarkan praktiknya pedagang tidak menyebutkan pengurangan *followers* kepada pembeli saat proses order sehingga adanya kebohongan dari penjual mengenai ciri-ciri barang. Kemudian barang yang digunakan dalam jual beli *followers* yaitu berupa *followers* yang mana berbentuk akun Instagram. Akun tersebut berasal dari akun pengguna Instagram lainnya, sehingga disini penjual tidak memiliki kewenangan atas barang tersebut karena pemilik akun belum memberi izin atas kegunaan akun Instagram nya digunakan sebagai penambah *followers*.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : NANDA FITRIA ROHANI

NIM : 102190148

JURUSAN : Hukum Ekonomi Syariah / HES

JUDUL : Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Jual Beli *Followers* Instagram

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian skripsi.

Ponorogo, 13 April 2023

Mengetahui
Ketua Jurusan
Hukum Ekonomi Syariah



Menyetujui
Pembimbing

Khafdarulloh, M.H.I
NIP 198612082020121005



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Nanda Fitria Rohani
NIM : 102190148
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Jual Beli *Followers* Instagram



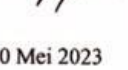
Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang munaqosah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 24 Mei 2023

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Syariah pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 30 Mei 2023

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang : M. Ilham Tanzilulloh, M.H.I. ()
2. Penguji I : Anjar Kususiyanah, M.Hum. ()
3. Penguji II : Khaidarulloh, M.H.I. ()

Ponorogo, 30 Mei 2023

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Syariah


Drs. H. Kusniati Rofiah, M.S.I.
NIP. 197401102000032001

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nanda Fitria Rohani

NIM : 102190148

Fakultas : Syariah

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

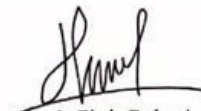
Judul Skripsi/Tesis : Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Jual Beli *Followers*
Instagram

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing dan penguji. Selanjutnya saya bersedia apabila naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 31 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,


Nanda Fitria Rohani
NIM.102190148



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nanda Fitria Rohani
NIM : 102190148
Fakultas : Syariah
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : "Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Jual Beli *Followers*
Instagram"

Dengan ini menyatakan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil karya sendiri, bukan pengambilan dari tulisan atau plagiasi dan pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan dari pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 13 April 2023

Hormat Saya



METERAI
TEMPEL
10000
IDF5A10C381280523

Nanda Fitria Rohani

NIM. 102190148



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Adanya pergeseran era saat ini membuat perubahan pada berbagai aspek kehidupan, seperti pada aspek pendidikan, aspek perindustrian, dan aspek lainnya.¹ Perubahan tersebut dapat kita lihat dengan cara masyarakat berinteraksi yakni melalui sosial media. Adapun sosial media tersebut yaitu Facebook, Whatsapp, Instagram, dan sejenisnya.² Salah satunya yaitu Instagram, dinilai aplikasi tersebut memiliki banyak pengguna. Tercatat dalam data Kominfo yang memaparkan bahwa pengguna Instagram sudah mencapai 700 juta yang aktif menggunakan Instagram. Dari 700 juta tersebut yang diantaranya 45 juta pengguna tercatat dari negara Indonesia.³ Dengan banyaknya pengguna aplikasi Instagram tersebut, memunculkan peluang bisnis bagi penggunanya yaitu dengan berbisnis online, endorsement, bahkan ada pula yang hanya ingin populer melalui salah satu aplikasi media sosial tersebut.

Di aplikasi Instagram tersebut terdapat *followers* atau yang disebut dengan pengikut. Saat ini pengguna Instagram menilai *followers* sebagai tolak ukur bahwa orang tersebut sudah dikenal oleh banyak orang. Bahkan dalam dunia bisnis online shop *followers* digunakan sebagai tolak ukur kepercayaan pembeli

¹Latifah Nur Aini,” Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Standard Contract Pt I Grow Resources Indonesia,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022), 1.

²Oetama Jakob, *Sejarah Media Sosial* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006), 5.

³Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, “Tingkatkan Interaksi Digital Lewat Corporate Website dan Instagram Baru,” Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2017

pada toko online tersebut, maka tidak sedikit para penjual online shop menambah *followers* nya dengan cara praktis yakni dengan membeli *followers*.

Jual beli merupakan suatu aktivitas ekonomi melibatkan dua pihak yakni penjual dan pembeli. Aktivitas jual beli yang terjadi dari zaman ke zaman mengalami perkembangan yang sangat pesat. Sebagaimana dalam islam, jual beli dinamakan dengan *al-bai* yang artinya menukarkan barang dengan jenis barang yang berbeda.⁴ Dijelaskan juga dalam Q.S al-baqarah ayat 275

ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya :

*“Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.*⁵

Berdasarkan dalil tentang jual beli yang tercantum dalam Al-qur’an, aktivitas jual beli diperbolehkan akan tetapi terdapat ketentuan-ketentuan yang harus diterapkan sesuai dengan syariat Islam. Dalam melakukan jual beli terdapat beberapa rukun yang harus diterapkan, rukun tersebut yaitu rukun orang yang melakukan akad, rukun ijab dan qobul, rukun dari nilai tukar pengganti barang. Sedangkan syarat-syaratnya yaitu syarat yang berkaitan dengan orang yang melakukan jual beli harus berakal serta berbeda orang dalam satu waktu. Selanjutnya yaitu syarat yang berkaitan dengan ijab dan qobul harus sudah baligh serta terjadinya ijab dan qobul masih di majelis yang sama. Syarat selanjutnya yang berkaitan dengan barang yaitu harus dimiliki secara penuh oleh penjual serta barang harus

⁴ Shobirin, “Jual Beli Dalam Pandangan Islam,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 3, no. 2 (Desember 2015), 241

⁵ Departemen Agama RI, Al-Qur’an Dan Terjemah, ed. Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur’an Departemen Agama RI (Bandung: Penerbit Jumanatul ‘Ali-ART, 2004), 13:35

bermanfaat. Selanjutnya syarat terakhir berkaitan dengan nilai tukar barang harus disepakati oleh kedua belah pihak.⁶

Selain itu, dalam jual beli pastinya menggunakan akad, yang mana terdapat beberapa macam akad yang digunakan dalam melakukan jual beli. Adapun macam-macam akad dalam jual beli yaitu akad murabahah, akad istishna' dan akad salam.⁷ Akad murabahah merupakan suatu jual beli yang mana harga barangnya telah disepakati antara penjual dan pembeli sebelumnya mengenai harga perolehan dari penjual dan besarnya keuntungan yang didapat. akad istishna' merupakan akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria yang telah disepakati antar pembeli dan penjual. Sedangkan akad salam merupakan akad yang dimana dalam pembayarannya dilakukan diawal, dan barang akan diserahkan kepada penjual dalam waktu yang telah ditentukan.⁸

Berdasarkan Fatwa DSN MUI NO: 146/DSN-MUI/XII/2021 Tentang Online Shop Berdasarkan Prinsip Syariah menjelaskan bahwa online shop merupakan platform yang digunakan sebagai sarana komunikasi untuk transaksi perdagangan yang disediakan oleh pemiliknya. Madiun merupakan salah satu daerah yang mana mayoritas masyarakatnya lebih suka berjualan maupun membeli barang secara online karena memang lebih mudah dan praktis. Hal tersebut dapat dilihat pada laporan daerah tertinggi yang bertransaksi E-

⁶ Ibnu Hajar Al Asqalani, *Bulughul Maram min Adillatil Ahkam*, terj. Harun Zen dan Zenal Mutaqin (Bandung: Jabal, 2012), 115-119

⁷ Rachmad Syafi'i, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2004), 75

⁸ Ibid, 80

Commerce yang mana Kota Madiun urutan keempat dari sepuluh kota di seluruh Indonesia yang melakukan transaksi *E-Commerce* tertinggi.⁹

Adapun produk yang dijual seperti baju, jilbab, dan lain sebagainya bahkan saat ini ada yang menjual *followers* Instagram, karena *followers* Instagram saat ini menjadi komoditi bagi semua kalangan, khususnya pengguna Instagram. Adapun mayoritas penjual *followers* Instagram di Madiun beragama Islam, bahkan pembeli nya mayoritas juga beragama Islam. Sebagaimana berdasarkan praktik jual beli *followers* Instagram objek yang digunakan berupa *followers* Instagram yang mana *followers* tersebut berupa pengguna akun Instagram orang lain, sedangkan akad yang digunakan merupakan akad salam¹⁰, dimana pembeli membayar sejumlah harga yang telah diberikan oleh penjual, selanjutnya penjual akan memproses *followers* setelah pelunasan.¹¹ Sebagaimana praktiknya, dalam proses pemesanan, pembayaran dilakukan di awal saat terjadinya proses *order* antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan hal diatas maka penyusun tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai akad dan objek yang terdapat dalam jual beli *followers* Instagram berdasarkan Fatwa DSN MUI khususnya Fatwa jual beli online.

⁹ Badan Pusat Statistik, “Survei Sosial Ekonomi Nasional” dalam <https://www.bps.go.id/>, (diakses pada tanggal 26 Mei 2023, pukul 19.00).

¹⁰ Ayunda, Penjual *Followers* Instagram, *Hasil Wawancara*, Madiun, 5 Februari 2023

¹¹ Muslich Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalat*. (Jakarta: Amzah), 2015) 67.

B. Rumusan Masalah

Dari beberapa paparan latar belakang diatas, penyusun dapat menguraikan rumusan masalah berikut:

1. Bagaimana Analisis Fatwa DSN MUI Terhadap Akad Dalam Jual Beli *Followers* Instagram ?
2. Bagaimana Analisis Fatwa DSN MUI Terhadap Objek Dalam Jual Beli *Followers* Instagram ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Analisis Fatwa DSN MUI Terhadap Akad Yang Terdapat Dalam Jual Beli *Followers* Instagram.
2. Untuk Mengetahui Analisis Fatwa DSN MUI Terhadap Objek Yang Terdapat Dalam Jual Beli *Followers* Instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis pada penelitian kali ini berguna untuk menyadarkan masyarakat Muslim guna meningkatkan kesadaran dalam bermuamalah yang mengikuti aturan dalam syariat sehingga tidak melanggar aturan yang sudah dijadikan pedoman semua muslim dalam melakukan jual beli.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penjual *Followers* Instagram

Berharap penelitian kali ini dapat memberikan informasi kepada penjual *followers* Instagram dalam melakukan jual beli yang sesuai dengan syariat Islam, khususnya umat muslim.

b. Bagi Pembeli *Followers* Instagram

Di harapkan melalui penelitian kali ini dapat memberikan informasi kepada pembeli *followers* Instagram dalam melakukan pembelian produk ataupun barang yang sesuai dengan syariah, khususnya umat muslim

E. Kajian Pustaka

Dari beberapa literatur yang mempunyai relevansi dengan penelitian yang akan dikaji dapat diambil perbedaan sebagai berikut :

Pertama, skripsi Mutiara dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli *Followers* Instagram”, Skripsi ini meneliti tentang sistem mekanisme jual beli *followers* Instagram serta akadnya yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akad yang diterapkan yaitu salam, yang mana pembeli membayar dahulu kemudian orderan akan diproses. Serta mekanismenya penjual memesan melalui sosial media¹² Perbedaan penelitian kali ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada landasan hukumnya yang mana dalam penelitian kali ini hukum yang digunakan ialah Fiqh Muamalah. Sedangkan penelitian dari penyusun yang akan dianalisis berlandaskan Fatwa DSN MUI sebagai landasan hukum dalam meneliti.

Kedua, skripsi Andriana Widiastuti dengan Judul “Pandangan Hukum Islam Tentang Transaksi Penambahan *Viewers* Dan Subscriber Youtube”. Skripsi ini meneliti mengenai jual beli *viewers* dan subscribe youtube berdasarkan fiqh muamalah. Hasil dari penelitian menunjukkan jika prosesnya pada penambahan *viewers* dan *subscriber* youtube penjual memproses orderan dari pembeli dan

¹² Mutiara Sani, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Followers Instagram,” *Skripsi* (Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019).

menunggu sekitar satu sampai dua hari, otomatis *viewers* dan *subscribe* youtube akan bertambah pada akun pembeli. berdasar syariat Islam jual beli tersebut dibolehkan dalam rukun jual beli, akan tetapi terdapat salah satu praktik dalam barangnya tidak jelas.¹³ Perbedaan penelitian kali ini dengan yang akan dikaji terletak pada landasan hukumnya yang mana dalam penelitian kali ini hukum yang digunakan ialah Fiqh Muamalah. Sedangkan penelitian dari penyusun yang akan dianalisis berlandaskan Fatwa DSN MUI sebagai landasan hukum dalam meneliti.

Ketiga, skripsi Rinto dengan judul “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktek Jual Beli *Followers* Sosial Media Instagram Di Pekanbaru”. Skripsi tersebut mengkaji mengenai jual beli *followers* diambil dari aplikasi Hublagram dalam Perspektif Fiqh Muamalah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika dalam jual beli tersebut menggunakan akad salam. Berkaitan dengan hukumnya jual beli *Followers* Instagram ini hukumnya mubah atau boleh. Akan tetapi jika dilihat dari manfaatnya bersifat fiktik bahkan bisa terdapat mudharat yang bisa merugikan pembeli sekaligus penjual.¹⁴ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yakni terletak pada focus masalahnya yang mana dalam penelitian ini melihat dari perspektif fiqh muamalah dilihat dari adanya manfaat dan mudorotnya. Sedangkan pada penelitian yang akan diteliti menggunakan Fatwa DSN MUI sebagai acuan dalam menganalisis objek maupun akad yang

¹³ Andriana Widiastuti, “Pandangan Hukum Islam Tentang Transaksi Penambahan Viewer Dan Subscriber Youtube,” *Skripsi* (Banten : Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2021).

¹⁴ Rinto Hartono, “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktek Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Di Pekanbaru” *Skripsi* (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021).

terdapat dalam praktiknya.

Keempat, skripsi Muhammad Fadel Ramadhan dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Akun Instagram (Studi Pada Group Ladang Sosmed Facebook)”. Skripsi tersebut meneliti mengenai jual beli akun Instagram yang dianalisis menggunakan perspektif hukum Islam, yang hasilnya dapat disimpulkan bahwa adanya syarat dan rukun yang tidak dilakukan dalam jual beli tersebut yaitu pada *Maqud Alaih* yang memaparkan bahwa barang yang dijual belikan harus suci, bermanfaat, jelas, dapat diserahkan, dan diketahui pembeli maupun penjual.¹⁵ Selanjutnya perbedaan dengan penelitian yang akan dikaji terletak pada hukum yang digunakan sebagai analisis yakni penelitian ini memakai Fiqh Muamalah sedangkan yang akan diteliti hukum yang digunakan adalah Fatwa DSN MUI.

Kelima, jurnal Elsava Choiru Bhariatta dengan judul “Jual Beli Followers, Likes, Viewers di Instagram Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. Jurnal ini membahas mengenai hukum yang terdapat dalam jual beli tersebut, yang dapat disimpulkan bahwasannya jual beli *Followers*, *Viewers*, dan *Likes* tersebut terdapat manfaat bagi pebisnis online, namun ada mudharatnya bagi pembeli yang sudah membeli di toko online tersebut karena penjual dari online shop itu melakukan pembohongan *Followers* maupun *likes* pada akun Instagramnya. Adanya perbedaan pada penelitian tersebut dengan yang akan dilakukan oleh penyusun, yakni yang terletak pada fokus permasalahannya yang mana dalam penelitian jurnal ini difokuskan terhadap manfaat dan mudharat

¹⁵ Muhammad Fadel Ramadhan, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Akun Instagram (Studi Pada Group Ladang Sosmed Facebook),” *Skripsi* (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021).

barang dalam jual beli, sedangkan penelitian yang akan diteliti akan focus terhadap akad dan objek dalam jual beli *followers* Instagram.¹⁶

Keenam, jurnal Nindi Apridha Jamil dengan judul “Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli *Followers* Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram”. Pada jurnal tersebut menjelaskan tentang jual beli *Followers* Instagram berdasarkan tinjauan Ekonomi Islam.¹⁷ Dari penjelasan jurnal dapat ditarik kesimpulan bahwasannya tidak sah jual beli *Followers* Instagram, karena wujud objeknya tidak jelas dan objek yang dijual bukan sepenuhnya milik dari penjual, oleh karena itu bukan yang dijual yaitu milik orang lain serta belum adanya izin dari pemilik asli akun Instagram. Sehingga rukun beserta syaratnya tidak terpenuhi. Selain itu dalam hal manfaat jual beli *Followers* Instagram ini lebih mendatangkan kemudharatan. Melihat faktanya jual beli ini juga adanya penipuan seperti mengambil keuntungan dari salah satu pihak sehingga pihak lainnya yaitu pembeli *Followers* dapat merugi. Terdapat perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dikaji oleh penyusun yaitu terletak pada permasalahan yang dikaji. Untuk penelitian ini mengkaji tentang manfaat dan mudharatnya, sedangkan yang akan diteliti pada objek dan akadnya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Jenis penelitian pada kali ini yaitu *field research* atau yang disebut penelitian lapangan, yakni dengan mengamati fenomena praktik jual beli

¹⁶ Elsava Choiru Bhariatta” Jual Beli Followers, Likes, Viewersdi Instagram Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”*Journal of Islamic and Business (JIEB)* 1, no. 1 (2022)

¹⁷ Nindi Apridha Jamil” Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram” *journal sties purwakarta* 4, No. 1 (2020)

followers Instagram dan selanjutnya penyusun akan menganalisis menggunakan teori Fatwa DSN MUI.¹⁸ Pendekatan yang digunakan yakni Kualitatif, dimana dalam mengumpulkan dan menganalisis berbentuk narasi guna memperoleh pemahaman mendalam terhadap praktik jual beli *followers* Instagram dan akan dianalisis menggunakan Fatwa DSN MUI.

2. Sifat Penelitian

Sifat dari penelitian yang akan dilakukan yaitu Deskriptif, dimana penelitian Deskriptif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk membuat gambaran, deskripsi, ataupun lukisan secara sistematis dan objektif. Datanya menggunakan data fakta yang selanjutnya akan di deskripsikan bagaimana dalam praktik jual beli *followers* Instagram.¹⁹ Dalam penelitian ini penulis berupaya untuk memaparkan bagaimana akad dan objek dalam jual beli *followers* Instagram, selanjutnya akan dianalisis menggunakan Fatwa DSN MUI.

3. Data dan Sumber Data

a. Data dan Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan suatu perolehan data dalam penelitian yang didapat oleh peneliti langsung dari sumber data penyelidikan yang didapat dari wawancara dengan penjual dan pembeli mengenai jual beli *followers* Instagram.²⁰ Adapun sumber data primer pada penelitian ini yaitu responden, dua penjual *followers* Instagram dan lima pembeli *followers* Instagram. Sedangkan data primernya yaitu hasil wawancara yang telah dilakukan kepada dua penjual

¹⁸ Husaini Usman dkk. *Metodologi Penelitian Sosial*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006),5

¹⁹ Djam'an Satori, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 28.

²⁰ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode, dan Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1990), 163.

dan tiga pembeli *followers* Instagram.

b. Data dan Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan informasi yang didapat oleh penyusun yang dijadikan sebagai bahan pendukung data primer nya.²¹ Sumber data pada penelitian kali ini yaitu buku dan jurnal. Sedangkan data pada penelitian kali ini yaitu hasil penelitian tentang aplikasi Instagram yang ada di buku maupun jurnal,. Data pendukung tersebut digunakan penyusun sebagai rujukan dalam memahami akad dan objek yang ada pada jual beli *followers* Instagram.

4. Metode Pengumpulan Data .

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara. Menurut Lexy J. Moleong wawancara merupakan suatu percakapan antara dua pihak yang memiliki tujuan tertentu. Pada penelitian ini metode yang digunakan yaitu peneliti dan informan bertemu langsung di suatu tempat untuk mendapatkan informasi secara lisan dari informan.²² Penelitian kali ini peneliti melakukan wawancara secara tidak terstruktur dengan para informan, yaitu mengambil beberapa sampel dari penjual maupun pembeli yang akan mengambil dua informan sebagai penjual, yang bernama Ayunda dan Risma. Selanjutnya lima informan sebagai pembeli *followers* Instagram, yang bernama Nala, Nanda Tri, Robihatul, Ika Pratiwi, dan Fina. Disini peneliti mengambil tujuh informan karena pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang mana pada penelitian kualitatif tidak terbatas pada jumlah informan nya.

²¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 194.

²² Asep Nanang yuhana, Fadilah Aisah Aminy, "Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam sebagai Konselor dalam Mengatasi Masalah Belajar Siswa," *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* 7, no. 1, (April 2019), 92.

5. Teknik Pengolahan Data

a. *Editing*

Teknik pengolahan data dengan Editing ini merupakan proses dalam melengkapi dan merapikan data yang terkumpul. Proses editing ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pada data wawancara yang diperoleh, sehingga hasil wawancara lebih baik.²³ Pada proses ini peneliti melakukan pengecekan kembali terhadap hasil data wawancara, yaitu penjual dan pembeli guna mendapat keserasian dan keterkaitan dengan pokok permasalahan pada penelitian.

b. *Organizing*

Merupakan penyusunan hasil data yang disusun secara sistematis pada kerangka paparan yang sebelumnya telah dibuat. Selanjutnya dari data tersebut beserta referensinya yang terkumpul maka peneliti akan menyusun dalam bentuk Skripsi.

c. *Analiting*

Analiting adalah bagian inti dari metode penelitian yang digunakan sebagai penjelas fakta dan menjabarkan penjelasan serta pengujian Hipotesis yang memakai alasan-alasan secara analitis dan logis.

6. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kali ini penyusun menggunakan teknik analisis data yaitu Deskriptif-Analitis, yang mana dalam metode berfikirnya menggunakan metode Deduktif-Induktif. Metode Deduktif Induktif diawali dengan pembahasan yang memaparkan berupa hukum-hukum seperti dalil, teori, maupun ketentuan yang

²³ Rini Dwi Astuti, *Metode Penelitian* (Malang: UB Press, 2017), 212.

bersifat umum. Selanjutnya memaparkan fakta-fakta yang bersifat khusus atau penjelasan dari teori-teori yang sudah dipaparkan diatas. Dalam teknik ini penulis mengemukakan mengenai Teori-Teori Fatwa DSN MUI, yang selanjutnya menjelaskan tentang tinjauan Fatwa DSN terhadap proses akad dan objek yang ada dalam transaksi jual beli *followers*.

Pada penelitian kali ini menggunakan model Analisis yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, adapun bagian-bagiannya adalah pertama, Reduksi Data, maksudnya ialah melakukan proses peringkasan, penyeleksian, dan melakukan penyederhanaan terhadap suatu data yang telah didapat peneliti dari fakta di lapangan tanpa mengurangi esensi dari data tersebut.²⁴ Dalam penelitian ini dilakukan menemukan dan memecahkan permasalahan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian tentang praktik jual beli *followers* Instagram. Selanjutnya dilakukan analisis yang menajamkan dan menggolongkan data, sehingga memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan. Kedua, data Display (penyajian data, yaitu dilakukannya Reduksi Data yakni melakukan Display data yang mana Display data ini supaya hasil Reduksi dari praktik jual beli *followers* lebih mudah difahami. Pada Display ini berbentuk uraian Naratif. Ketiga, penarikan kesimpulan atau Verifikasi, pada proses kesimpulan ini penyusun akan menyimpulkan data secara lebih singkat dan sederhana namun jelas maksudnya.

²⁴Muhammad Yaumi, *Action Research : Teori, Model, dan Aplikasi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), 138.

G. Sistematika Pembahasan

Supaya mudah untuk memahami skripsi ini maka peneliti melakukan penguraian terhadap penulisan ini yang terbagi menjadi 5 bab yang didalamnya terdapat sub bab sesuai dengan bab pokok masing-masing. Adapun bab tersebut ialah :

BAB I Berisi Pendahuluan yang menjelaskan tentang gambaran secara umum dari penelitian ini yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Berisi Landasan Teori mengenai jual beli dalam Islam, jual beli online, dan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI).

BAB III Berisi tentang gambaran umum, yakni gambaran umum mengenai praktik jual beli *followers* Instagram, gambaran umum tentang profil penjual dan pembeli , serta gambaran umum tentang aplikasi Instagram.

BAB IV berisi tentang analisis dari peneliti berdasarkan permasalahan yang diambil dalam Skripsi ini dengan menggunakan teori yang ada pada sub bab kedua yaitu Fatwa DSN MUI. Dalam analisis ini terbagi menjadi dua sub bab yaitu analisis Fatwa DSN MUI terhadap akad yang terjadi dalam jual beli *followers* Instagram dan Fatwa DSN MUI terhadap objek dalam jual beli *followers* Instagram

BAB V berisi penutup, pada bagian ini merupakan akhir dari skripsi yang berisi kesimpulan dari permasalahan yang diangkat.

BAB II

TEORI JUAL BELI DAN FATWA DSN MUI

Jual beli ada sebelum zaman Rasulullah¹, yang mana hingga saat ini jual beli masih dilakukan bahkan transaksi jual beli semakin canggih dalam medianya. Jual beli sendiri dapat diartikan sebagai transaksi tukar menukar barang dengan uang, maupun barang dengan barang. Mengutip dari Fatwa DSN MUI NO: 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad jual beli dijelaskan bahwa akad jual beli merupakan akad antara penjual dan pembeli yang mengakibatkan berpindahnya kepemilikan objek yang dipertukarkan yakni barang dan harga.² Namun, saat ini jual beli barang dengan barang atau yang disebut dengan barter, sudah jarang ditemukan.

Selain itu terdapat beberapa pendapat dari para Ulama yang mendefinisikan jual beli yang salah satunya yakni Ulama Hanafiyah yang mendefinisikan jual beli ke dalam dua macam, yakni arti secara umum dan khusus. Adapun yang dimaksud dalam arti umum jual beli adalah menukar benda dengan dua mata uang (emas dan perak) dan semacamnya menurut cara yang khusus. Sedangkan jual beli dalam arti khusus ialah tukar menukar harta dengan harta menurut cara yang khusus.³ Dengan demikian, penyusun menguraikan jual beli dengan hukum Islam yaitu Fatwa DSN MUI sebagai berikut:

¹ Yayan Sopyan, *Tarikh Tasyri' Sejarah Pembentukan Islam*, (Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2018), 46

² DSN-MUI, "Fatwa DSN MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Jual Beli," *Himpunan Fatwa DSN MUI*, 2017, 2.

³ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal. 69.

A. Jual Beli Dalam Islam

1. Pengertian Jual Beli Dalam Islam

Jual beli dapat diartikan sebagai tukar menukar barang dengan harta, maupun barang dengan barang. Adapun maksud dari jual beli dalam Islam merupakan suatu transaksi jual beli yang dilakukan sesuai dengan Syariat Islam. Secara Etimologi jual beli dikatakan sebagai *al-bay'u*⁴ yang berarti mengambil dan memberikan sesuatu, serta merupakan turunan karena masyarakat arab terbiasa mengulurkan depa mereka ketika melakukan jual beli untuk saling menepukkan tangan sebagai tanda bahwa akad telah terlaksana ketika mereka saling tukar menukar.⁵ Sedangkan secara Terminologi, jual beli didefinisikan sebagai transaksi tukar menukar serta adanya peralihan hak kepemilikan, hal tersebut dapat terlaksana dengan akad, baik berupa ucapan maupun perbuatan.⁶

Para tokoh Islam juga mendefinisikan jual beli, salah satunya yaitu pendapat Ibnu Qudamah, Al-Mughni jual beli didefinisikan sebagai pertukaran harta dengan harta dengan kepemilikan dan penguasaan.⁷ Sedangkan menurut Al-Syilbi dari kalangan Hanafiyah mendefinisikan jual beli sebagai tukar menukar harta dengan harta yang bernilai dengan cara menyerahkan kepemilikan sesuatu yang lain, yang dimaksud harta disini ialah segala sesuatu yang memiliki nilai materi menurut manusia.⁸ Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan perjanjian tukar-menukar barang maupun benda yang

⁴ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), 101

⁵ Qamarul Huda, *Fiqih Muamalah*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hal. 51.

⁶ Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hal. 75

⁷ Ibid, 78

⁸Deden Kushender, *Ensiklopedia Jual Beli Dalam Islam* (Jakarta : Ensiklopedia, 2010), 30-32.

memiliki nilai antara kedua belah pihak, dimana salah satu menerima barang sedangkan pihak lainnya menerima sesuai ketentuan yang telah dibenarkan Syara' dan disepakati.⁹

2. Hukum Jual Beli

Para ulama mengatakan bahwa hukum asal jual beli yakni mubah (boleh) apabila terpenuhi rukun dan syarat yang telah ditentukan. Namun, pada kondisi tertentu hukum jual beli dapat berubah menjadi wajib, haram, sunnah, dan makruh.¹⁰ Adapun hukum jual beli tersebut dapat berubah dalam segi hukumnya karena ada beberapa hal yang merubahnya. Jika jual beli menjadi wajib, ketika seseorang sangat terdesak untuk membeli makanan atau yang lainnya, maka penjual tidak boleh menimbun atau tidak menjual barang tersebut. Oleh karena itu, jual beli menjadi wajib ketika seseorang dalam kondisi terdesak untuk membeli barang.¹¹

Hukum jual beli yang kedua yakni haram. Jual beli hukumnya menjadi haram apabila seseorang menjual barang yang dilarang dalam Syariat Islam, seperti menjual anjing, babi, dan lain sebagainya. Hukum jual beli yang ketiga yakni sunnah. Jual beli hukumnya menjadi sunnah ketika seorang penjual telah bersumpah kepada orang lain akan menjual barang dagangannya, yang mana barang tersebut tidak akan menimbulkan kemudharatan jika dijual. Hukum jual beli yang keempat yaitu makruh. Adapun jual beli hukumnya menjadi makruh apabila memperjualbelikan kucing dan kulit binatang buas yang hanya

⁹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2016), 68-69.

¹⁰ Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual Beli* (Jakarta selatan : Rumah fiqh, 2018), 8-10

¹¹ Wahbah Zuhaili, *Ushul Al-Fiqh Al-Islami*, (Damaskus, Daar Al-Fikr, 1999), 42

dimanfaatkan kulitnya saja.¹²

3. Rukun Jual Beli

Sebagian ulama berpendapat bahwa terdapat tiga rukun dalam jual beli, adapun penjelasannya sebagai berikut :

a. Rukun Dalam Shighat

Ijab menurut Madzhab Hanafi dan sebagian ulama ialah perkataan yang terucap pertama kali dari salah satu pihak yang berakad (penjual) yang menunjukkan keridhaan atas terjadinya akad jual beli, maka dengan ucapan tersebut akan dianggap sudah terealisasi. Sedangkan Qabul adalah perkataan yang berasal dari pembeli, yang menunjukkan keridhaan atas terjadinya jual beli.¹³

b. Rukun Penjual Dan Pembeli

Aqid merupakan seseorang yang memiliki andil dalam terjadinya pemilikan dengan harga, baik dari penjual maupun pembeli. Namun, dalam *Aqidani* terdapat syarat yang harus terpenuhi, adapun syarat tersebut ialah pertama memiliki kecakapan dalam melakukan jual beli. Kedua, antar kedua belah pihak ridha terhadap jual beli yang dilakukan. Ketiga, antar kedua belah pihak memiliki objek jual beli.¹⁴

c. Rukun Barang Yang Diperjualbelikan

Ma'qud Alaih merupakan harta yang akan dipindahtangankan dari salah seorang yang berakad kepada pihak lain, baik harga atau barang. Namun, dalam *Ma'qud Alaih* terdapat syarat-syarat nya adapun syarat tersebut pertama adalah objek/barang jual beli harus ada. Kedua, barang yang diperjualbelikan berupa

¹² Ibid, 44-45

¹³ Abdul Wahab Khallaf, *Ilmu Ushul Fiqh*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2012), 49

¹⁴ Ibid, 50

harta yang bernilai. Ketiga, barang yang diperjualbelikan harus memiliki manfaat.¹⁵

4. Syarat-Syarat Jual Beli

Dalam jual beli terdapat syarat yang harus terpenuhi supaya jual beli tersebut sah, adapun syarat-syaratnya yaitu :

a. Syarat yang berkaitan dengan *Ma'qud Alaih*

Menurut ulama terdapat beberapa hal yang berkaitan dengan syarat *Maqud Alaih*, adapun syarat tersebut yang pertama orang yang berakad. Para ulama berpendapat bahwa syarat orang yang berakad yaitu mumayyiz, balig dan berakal. Tidak sah jika orang gila ataupun orang yang sedang mabuk melakukan jual beli. Kedua, tidak terlarang membelanjakan harta. Ketiga, tidak dalam keadaan terpaksa ketika melakukan akad. Karena keridhaan dari kedua belah pihak merupakan salah satu rukun jual beli maka jika salah satu pihak merasa terpaksa, jual beli tersebut dianggap tidak sah.¹⁶

Untuk syarat yang kedua adalah syarat yang berkaitan dengan *tsaman dan musman/ma'qud alaih*. Ada beberapa syarat dalam *ma'qud alaih*, Ulama Hanafiyah membagi syarat *ma'qud alaih* yang pertama tentang kokohnya akad. Adapun syaratnya kokohnya akad yang pertama yaitu harta yang menjadi objek ada ketika berlangsungnya akad. Kedua, harta dapat dimanfaatkan. Ketiga, mempunyai nilai. Keempat, harta tersebut terpelihara di tangan pemiliknya. Sedangkan syarat yang berkaitan dengan sahnya akad ada tiga yaitu harus jelas sifat dan jenis barangnya, barang dapat diserahkan ketika terjadinya akad, barang

¹⁵ Ikit, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Yogyakarta : Gava Media, 2018), 15-17.

¹⁶ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2015), 16

yang diperjualbelikan sah milik penjual, dan harta yang diperjualbelikan dapat diserahterimakan dan bisa ditakar maupun ditimbang.¹⁷ Selanjutnya, terdapat Syarat yang berhubungan dengan pelaksanaan akad. Adapun syaratnya ialah harta yang diperjualbelikan tidak berhubungan dengan hak orang lain (kepemilikan orang lain). Jika berhubungan dengan orang lain, maka harus izin dari pemiliknya.¹⁸

b. Syarat Yang Berkaitan Dengan Ijab Dan Qabul

Terdapat beberapa syarat ijab dan qabul yang harus terpenuhi. Pertama, Ijab Qabul diungkapkan dengan kata-kata yang menunjukkan jual beli yang telah lazim diketahui masyarakat. Kedua, Ijab Qabul dilakukan dalam satu majelis. Ketiga, terdapat kesepakatan berkenaan dengan barang baik jenis, macam, dan harga. Begitu juga dengan harga barang yang diperjualbelikan, baik kontan atau tidaknya.¹⁹

5. Macam-Macam Jual Beli

Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli, Imam Taqiyyudin berpendapat bahwa jual beli terbagi menjadi tiga bentuk, yaitu jual beli benda yang kelihatan, jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian, dan jual beli benda yang tidak ada.²⁰ Adapun penjelasannya sebagai berikut :

a. Jual Beli Benda Yang Kelihatan

Maksud nya yaitu jual beli yang pada waktu melakukan akad, benda atau barang yang diperjualbelikan ada didepan penjual dan pembeli. Jual beli ini sudah

¹⁷ Ibid, 17

¹⁸ A . Jazuli , *Kaidah-Kaidah Fikih*, (Jakarta : Kencana, 2010), 114-115

¹⁹ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : Gaya Media Pratama, 2007), 115

²⁰ Sulaiman Rasyid, *Fiqh Islam*, (Bandung : Sinar Baru Algesindo, 2016), 178

umum dilakukan oleh masyarakat dan boleh dilakukan.²¹

b. Jual Beli Yang Disebutkan Sifat-Sifatnya Dalam Perjanjian

Maksud dari jual beli ini adalah jual beli yang disebutkan hanya sifat sifatnya saat perjanjian/akad berlangsung. Jual beli yang ditangguhkan ini disebut juga dengan jual beli salam/pesanan. Jual beli salam merupakan jual beli yang tidak tunai atau kontan dimana saat perjanjian, barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika Akad. Sedangkan untuk pembayarannya dilakukan saat akad atau awal pesanan.

c. Jual Beli Benda Yang Tidak Ada

Jual beli benda yang tidak ada serta tidak dapat dilihat merupakan jual beli yang dilarang oleh syariat islam, karena barangnya tidak tentu atau masih gelap sehingga dikhawatirkan diperoleh dari curian atau barang titipan yang akibatnya dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak.²²

6. Macam-Macam Akad dalam Jual Beli

Terdapat beberapa akad yang digunakan dalam jual beli, adapun akad tersebut yaitu:

a. Akad Muarabahah

Akad murabahah merupakan akad jual beli dimana penjual menyebutkan harga jual barang dan harga barang tersebut telah disetujui oleh pembeli. Sehingga penjual dan pembeli sepakat mengenai harga barang tersebut.²³

²¹ Abdul Aziz Muhammad Azam, *Fiqh Muamalah: Sistem Transaksi dalam Isla*, Penerjemah Nadirsyah Hawari, (Jakarta: Amzah, 2010), 89

²² Ibid, 90

²³ M. Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 149

b. Akad Salam

Akad salam merupakan akad jual beli barang pesanan antara penjual dan pembeli, yang mana spesifikasi dari barang dan harga barang telah disepakati di awal antara penjual dan pembeli sedangkan pembayarannya dilakukan di awal akad secara penuh.²⁴

c. Akad Istishna'

Akad istishna' merupakan akad jual beli barang pemesanan dimana barang pesanan tersebut berdasarkan kriteria dan persyaratan dari pembeli dan disepakati oleh pemesan dan penjual.²⁵

B. Jual Beli Online

Saat ini jual beli sudah menjadi kebutuhan pokok bagi semua orang, yang mana hingga saat ini transaksi jual beli semakin modern. Melihat di zaman sekarang jual beli sudah banyak dilakukan melalui perantara internet, dimana jual beli itu disebut dengan jual beli online. Jual beli online diartikan sebagai aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media internet. Merujuk pada Fatwa DSN MUI No: 146/DSN-MUI/XII/2021 Tentang Online Shop Berdasarkan Prinsip Syariah bahwa jual beli yang melalui teknologi informasi telah berkembang di masyarakat termasuk penggunaan platform online.²⁶ Dari beberapa pengertian di atas, maka penyusun menguraikan jual beli online sebagai berikut:

1. Pengertian Jual Beli Online

Jual beli online diartikan sebagai transaksi antara dua orang tanpa

²⁴ Ibid, 151

²⁵ Ibid153

²⁶ DSN-MUI, "Fatwa DSN MUI Nomor 146/DSN-MUI/XII/2021 Tentang Online Shop Berdasarkan Prinsip Syariah", *Himpunan Fatwa DSN MUI*, 2021, 1

bertemu langsung untuk melakukan negosiasi dan transaksi jual beli yang dilakukan melalui alat komunikasi seperti chat, telfon, sms, web, dan lain sebagainya. Sistem jual beli online pesanan dilakukan melalui handphone, selanjutnya pembeli membayar barang yang dibeli tersebut secara transfer setelah itu penjual baru akan memproses pesanan dari pembeli dan dikirimkan ke alamat pembeli.²⁷

Sesuai dengan Fatwa DSN MUI No: 146/DSN-MUI/XII/2021 bahwa Platform (wadah elektronik) adalah wadah berupa aplikasi, situs web, dan atau layanan konten lainnya berbasis teknologi informasi atau lainnya yang digunakan untuk transaksi perdagangan melalui sistem elektronik.²⁸ Selain itu beberapa tokoh dalam Islam juga berpendapat tentang definisi jual beli secara online. Menurut Alimin jual beli adalah satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.²⁹ Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa jual beli online adalah jual beli yang dilakukan melalui perantara internet atau media sosial, dan dengan cara tertentu dalam proses pemesanannya.³⁰

Jual beli online tersebut dikategorikan sebagai jual beli yang tidak tunai, karena biasanya dalam jual beli online ketika terjadi kesepakatan antar penjual dan pembeli maka penjual meminta untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu

²⁷ Ibid, 18

²⁸ Ibid, 6

²⁹ Ariyadi, *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah : Sebuah Metode Istibath Hukum Ibnu Taimiyah Tentang Hukum Jual Beli Online*, (Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2018), 16

³⁰ Ammi Nur Baits, *Halal Haram Bisnis Online*, (Yogyakarta: Muamalah Publishing, 2019), 8

setelah itu barang akan dikirimkan. Jika melihat kepada sistem jual beli online yang kebanyakan terjadi sekarang, transaksi ini mirip atau penerapan dari akad salam atau istishna' yang telah ada pada zaman Nabi SAW.³¹

2. Hukum Jual Beli Online

Untuk mengetahui hukum jual beli online, jika melihat kepada sistem jual beli online yang kebanyakan terjadi sekarang, maka jual beli online menggunakan akad salam maupun istishna'. Jual beli salam merupakan jual beli yang barangnya ditangguhkan, sedangkan pembayarannya dilakukan saat awal perjanjian. Sedangkan jual beli istishna' merupakan jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan penjual. Dari penjelasan tersebut maka jual beli online halal didalam islam, karena jual beli online sistemnya sama dengan jual beli salam maupun istishna'.³²

Jual beli online adalah suatu kegiatan maupun aktivitas jual-beli berupa transaksi penawaran barang, dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu langsung untuk melakukan penawaran dan pembelian terhadap suatu barang secara online dengan memanfaatkan teknologi internet. Serta transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti chat, telepon, sms, dan sebagainya.³³

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli online sama seperti bisnis offline. Ada yang halal ada yang haram, ada yang legal ada yang

³¹ Isnawati, *Jual Beli Online Sesuai Syariah*, (Jakarta Selatan : Rumah Fiqh Publishing, 2018), 10-15

³² Ibid, 20

³³ Ade Manan Suherman, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2005), 179

ilegal. Hukum dasar bisnis online sama seperti akad jual beli dan akad as-salam, ini diperbolehkan dalam Islam.³⁴ Adapun keharaman bisnis online karena beberapa sebab, yaitu pertama sistemnya haram, seperti judi uang dan hal tersebut hukumnya haram baik di darat maupun di udara (online). Kedua, Barang/jasa yang menjadi objek transaksi adalah barang yang diharamkan, seperti narkoba, pelanggaran hak cipta, situs-situs yang bisa membawa pengunjung ke dalam perzinahan, dan lain sebagainya. Ketiga, yang mengandung unsur penipuan. Selanjutnya yang keempat adalah yang tidak membawa kemanfaatan tapi justru mengakibatkan kemudharatan.³⁵

3. Syarat-Syarat Dalam Jual Beli Online

Syarat jual beli online sama dengan syarat jual beli salam, karena dalam jual beli online merupakan penerapan dari jual beli salam, adapun syaratnya yaitu:

a. Pembayaran Jelas dan Tunai

Ketika terjadi kesepakatan kedua belah pihak melakukan akad salam, maka pembayaran harus dilakukan secara tunai pada saat akad. Tidak boleh ditangguhkan, dan disebutkan secara jelas nominal dan mata uangnya. Sedangkan dalam akad istishna' ada sebagian ulama yang memberikan toleransi boleh pembayarannya dicicil.³⁶

b. Barang Ditangguhkan dan Harus Jelas Sifatnya

Dalam sistem akad salam ataupun istishna' barang tidak ada, atau belum ada, atau ada tapi sedang tidak berada dalam majelis akad, maka penyerahannya

³⁴ Ibid, 180

³⁵ Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 1 (Maret 2017), 60-61

³⁶ Holilur Rohmah, *Hukum Jual Beli Online*, (Pamekasan : Duta Media, 2020), 10

diserahkan kemudian, sesuai waktu yang disepakati.³⁷

c. Akadnya Jual Beli Sifat

Akad salam atau *istishna'* yang diterapkan dalam jual beli online bukanlah jual beli *ain* barang, melainkan sifatnya saja yang disebutkan ketika akad. Sehingga jika barang yang dihadirkan tidak sesuai sifatnya, maka akadnya dapat dibatalkan.³⁸

d. Waktu Penyerahan Harus Jelas

Penyerahan barang harus disebutkan secara jelas ketika akad. Maksudnya kapan barang tersebut bisa dikirim atau diterima oleh pembeli. Meskipun hanya dengan perkiraan, atau kemungkinan besar. Penjual harus memberi tahu pembeli barang dikirim kapan, kemudian melalui apa, diperkirakan akan sampai kepada pembelinya kapan, semuanya sudah ada pemberitahuan dan kejelasan dari kedua belah pihak.

e. Barang Harus Tersedia di Waktu yang Ditentukan

Kedua belah pihak diwajibkan untuk memperhitungkan ketersediaan barang pada saat jatuh tempo. Persyaratan ini demi menghindarkan akad salam dari praktek tipu-menipu dan untung-untungan, yang keduanya nyata-nyata diharamkan dalam syari'at Islam.³⁹

4. Rukun Jual Beli Online

Rukun jual beli online dalam sistem jual beli salam maupun *istishna* sama dengan jual beli biasa, adapun rukunnya ialah :

a. Pelaku Akad

³⁷ Ibid, 11

³⁸ Hafidz Muftisany, *Hukum Jual Beli Online*, (Yogyakarta: Intera, 2021), 8

³⁹ Ibid, 9

Pelaku akad (penjual dan pembeli) dalam jual beli online harus orang yang berakal dan mengerti bagaimana cara berinteraksi.⁴⁰

b. Objek Akad

Objek akad yaitu adanya barang yang dipertukarkan, uang dan barang dalam akad salam atau istishna' barang digantikan oleh sifat. Maka saat terjadi akad adanya uang dan sifat yang disebutkan.⁴¹

c. Shighat

Shighat dalam jual beli online yaitu terjadinya akad ketika kedua pihak sepakat melakukan jual beli barang yang diinginkan, misalkan kata penjual barangnya ini, harga sekian, ongkir sekian, maka kata pembeli, baik saya setuju, lalu pembeli mentransfer uangnya, dan penjual mengirimkan atau memproses pesanan tersebut. Maka proses di atas adalah bentuk shighat yang menunjukkan keridhaan kedua belah pihak bertransaksi.⁴²

C. Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI)

1. Fatwa DSN MUI nomor 146/DSN-MUI/XII/2021 tentang *Online Shop* Berdasarkan Prinsip Syariah.⁴³

Sebagaimana berdasarkan Fatwa DSN MUI nomor 146/DSN-MUI/XII/2021 merupakan Fatwa yang mengatur mengenai ketentuan-ketentuan dalam *Online Shop*. Adapun yang dimaksud *Mabi* dalam Fatwa ini merupakan barang atau jasa yang dibeli, selanjutnya definisi tadlis yaitu tindakan menyembunyikan kecacatan objek akad yang dilakukan oleh penjual. Ketentuan

⁴⁰ Ahmad Surawat, *Fiqh Jual Beli*, (Jakarta : Rumah Fiqh Publishing, 2018), 12

⁴¹ Ibid, 14

⁴² Ibid, 17

⁴³ DSN-MUI, "Fatwa DSN MUI Nomor 146/DSN-MUI/XII/2021 Tentang *Online Shop* Berdasarkan Prinsip Syariah", *Himpunan Fatwa DSN MUI*. 2021, 1

hukum dalam Fatwa ini yaitu transaksi dengan menggunakan Platform *Online Shop* boleh dilakukan dengan mengikuti ketentuan yang terdapat dalam Fatwa ini.⁴⁴ Karakteristik *Online Shop* sesuai dengan Fatwa ini yaitu pertama pedagang menawarkan barang atau jasa kepada pelanggan tanpa perantara (*wasith*), kedua penawaran dan penjualan barang atau jasa dilakukan melalui Platform *Online Shop*, ketiga pedagang memiliki kewenangan untuk menjual barang atau jasa yang ditawarkan. Selanjutnya ketentuan terkait *Sighat al-'Aqd* yang pertama ialah *Sighat al-'Aqd* dalam *Online Shop* harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta dipahami oleh para pihak, kedua yaitu ijab terjadi pada saat pedagang menawarkan dan memasarkan barang, ketiga qabul terjadi pada saat pelanggan menyatakan pembelian barang, keempat ijab qabul dilakukan dalam satu majelis akad melalui sarana yang tersedia dalam platform *Online Shop*, kelima pedagang dalam menawarkan barang kepada penjual tidak boleh melakukan tindakan yang menyalahi syariah, terakhir dalam penawaran barang harus menjelaskan kriteria barang, harga, biaya, dan waktu penyerahan dengan jelas.⁴⁵

Adapun ketentuan barang yang dijual oleh pedagang dalam *Online Shop* berdasarkan Fatwa DSN MUI nomor 146/DSN-MUI/XII/2021 ini yaitu barang yang boleh dijadikan objek akad secara Syariah dan Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku. Mengenai penerapan ketentuan Akad dalam *Online Shop* yang tercantum dalam Fatwa ini ada tiga, yaitu dalam hal dilakukan akad jual beli, maka berlaku ketentuan Fatwa DSN-MUI No: 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad jual beli, selanjutnya tentang akad ijarah terdapat

⁴⁴ Ibid, 5

⁴⁵ Ibid, 7

dalam Fatwa DSN MUI No: 112/DSN-MUI/IX/2017, dan tentang bisnis Syariah terdapat pada Fatwa DSN MUI No: 85/DSN-MUI/XII/2012 tentang janji (Wa'd) dalam transaksi keuangan dan bisnis syariah.⁴⁶

2. Fatwa DSN MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli⁴⁷

Berdasarkan dalam Fatwa tersebut definisi akad jual beli merupakan akad antara penjual dan pembeli yang mengakibatkan berpindahnya kepemilikan barang. Sebagaimana dalam Fatwa DSN MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 terdapat ketentuan-ketentuan terkait *Mabi'* atau barang yang diperjualbelikan. Adapun ketentuan tersebut yaitu *Mabi'* atau barang boleh dalam bentuk barang atau yang berbentuk hak, serta milik penjual secara penuh. Ketentuan yang kedua yaitu boleh dimanfaatkan menurut Syariah serta boleh diperjualbelikan berdasarkan Syariah dan peraturan perundang-undangan. Terkait ketentuan yang ketiga yaitu barang dapat diserahkan pada saat akad jual beli dilakukan, atau pada waktu yang disepakati jika akad yang dilakukan menggunakan akad jual beli *salam* atau akad jual beli *istishna'*.⁴⁸

Terdapat ketentuan kegiatan dan produk, ketentuan tersebut antara lain dalam hal akad jual beli dilakukan dalam bentuk pembiayaan murabahah, maka sesuai dengan Fatwa DSN MUI Nomor 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang murabahah. Ketentuan mengenai akad jual beli salam terdapat pada Fatwa DSN MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli salam. Selain itu terkait

⁴⁶ Ibid, 9

⁴⁷ DSN-MUI, "Fatwa DSN MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Jual Beli", *Himpunan Fatwa DSN MUI*. 2017, 1

⁴⁸ Ibid, 3

jual beli istishna' terdapat dalam Fatwa DSN MUI Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli istishna'.⁴⁹

3. Fatwa DSN MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam⁵⁰

Berdasarkan dalam Fatwa tersebut definisi akad salam merupakan jual beli barang dengan cara melalui pemesanan dimana dalam pembayaran harga lebih dahulu, dengan syarat-syarat tertentu. Terdapat ketentuan-ketentuan yang harus dilakukan dalam jual beli salam berdasarkan Fatwan tersebut, adapun ketentuan tentang pembayaran yaitu alat bayar harus diketahui jumlahnya baik berupa uang, barang, maupun manfaat. Selanjutnya pembayaran dilakukan saat kontrak disepakati atau di awal pemesanan. Ketentuan terakhir pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.⁵¹

Ketentuan mengenai barang juga diatur dalam Fatwa tersebut, adapun ketentuan tersebut yaitu barang yang dijual ciri-ciri dan spesifikasinya harus dijelaskan secara jelas. Selanjutnya penyerahan dilakukan kemudia setelah pembayaran lunas serta waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan awal. Ketentuan terakhir yaitu tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis yang sesuai dengan kesepakatan.⁵²

⁴⁹ Ibid, 6

⁵⁰ DSN-MUI, "Fatwa DSN MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam", *Himpunan Fatwa DSN MUI*. 2000, 1

⁵¹ Ibid, 2

⁵² Ibid, 3

BAB III

PRAKTIK JUAL BELI *FOLLOWERS* INSTAGRAM

A. Praktik Jual Beli *Followers* Instagram

1. Akad Yang Dilakukan Dalam Jual Beli *Followers* Instagram

Terdapat dua definisi akad menurut Rahmat Syafi'i, akad secara umum adalah segala sesuatu yang dikerjakan oleh seseorang berdasarkan keinginannya sendiri, seperti wakaf, gadai, dan jual beli yang pembentukannya membutuhkan keinginan atas dua orang. Sedangkan definisi akad secara khusus adalah perikatan yang ditetapkan dengan ijab qabul berdasarkan ketentuan syara' yang berdampak pada objeknya.¹

Dalam jual beli *followers* instagram, akad yang digunakan yaitu akad salam yang mana akad salam terjadi apabila pembeli dan penjual telah melakukan ijab qabul antar keduanya, serta pembeli membayar dengan harga yang sudah ditentukan dan penjual akan memproses setelah pembeli membayar.² Sebagaimana praktiknya dalam jual beli *followers* Instagram yang menggunakan akad salam, saat awal pembelian penjual akan menyebutkan jumlah-jumlah *followers* beserta harganya, selanjutnya penjual akan memberikan format order kepada pembeli untuk mengisi pilihan *followers* yang akan dibelinya. Setelah pembeli memilih dan mengisi format order, maka pembeli harus membayar terlebih dahulu sesuai dengan harga yang sudah tertera. Setelah lunas maka penjual akan segera memproses pesanan *followers* Instagram dari pembeli dan

¹ Rahmat Syafi'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung : Pustaka Setai, 2001), 44

² Mustofa Edwin Nasutio, *Pengenalan Ekonomi Islam*, (Jakarta : Kencana, 2007), 291

menunggu selama satu sampai dua hari untuk *followers* bertambah ke akun.³

Adapun harga dan jumlah *followers* yang ditawarkan oleh penjual memiliki beberapa *variasi*, mulai dari yang harga rendah sampai harga yang tinggi. Jumlah *followers* yang didapat juga sesuai dengan harga semakin banyak *followers* maka juga akan semakin mahal. Sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut:

“100 *followers* 20.000, untuk 200 *followers* itu 30.000 , 300 *followers* 35.000, nah untuk 600 *followers* nanti itu 70.000, dan untuk 1000 *followers* itu 115.000”⁴

Mengingat *followers* merupakan barang yang berbentuk online sehingga tidak dapat dilihat seperti barang yang berbentuk fisik, maka terdapat kekurangan dalam jual beli *followers* Instagram. Pengurangan *followers* tersebut sekitar sepuluh persen.⁵ Namun saat memberikan pilihan jumlah *followers* beserta harganya penjual hanya menyebutkan cara mengisi format pesanan, cara pembayaran, dan informasi mengenai waktu yang dibutuhkan supaya *followers* yang dibeli dapat bertambah ke akun Instagram pembeli dan tidak adanya informasi dari penjual kepada pembeli mengenai pengurangan *followers* Sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut.

Berdasarkan praktiknya, akad yang digunakan yaitu akad salam dimana pembayaran penuh atau pelunasan dilakukan di awal dan *followers* di proses setelah pelunasan. Serta informasi yang diberikan oleh penjual seputar pilihan jumlah *followers* beserta harganya, cara mengisi format pemesanan, cara pembayaran, dan waktu yang dibutuhkan untuk *followers* bertambah ke akun Instagram pembeli. Maka informasi yang diberikan penjual tidak jelas mengenai

³ RismaPenjual *Followers* Instagram, *Hasil Wawancara*, Madiun 5 Februari 2023

⁴ Ayunda Penjual *Followers* Instagram, *Hasil Wawancara*, Madiun 5 Februari 2023

⁵ Fina Pembeli *Followers* Instagram, *Hasil Wawancara*, Madiun , 5 Februari 2023

ciri-ciri maupun spesifikasi barang dalam jual beli yang menggunakan akad salam.

2. Objek Transaksi dalam Jual Beli *Followers* Instagram

Melakukan transaksi jual beli harus terdapat objek yang di transaksikan dalam kegiatan jual beli tersebut. Objek sendiri di definisikan sebagai benda yang dapat dinilai harganya. Karena dalam perjanjian jual beli, benda dijual dengan digantikan sejumlah uang yang diberikan oleh pembeli kepada penjual.⁶ Objek dalam jual beli yaitu berupa barang atau benda yang digunakan sebagai transaksi jual beli.

Adapun dalam jual beli *followers* Instagram, objek yang digunakan yaitu berupa *followers* Instagram dimana *followers* tersebut berupa akun-akun pengguna Instagram lainnya. Sehingga objek dalam jual beli *followers* Instagram disini merupakan akun yang masih digunakan oleh penggunanya dan dapat melakukan aktivitas di Instagram, seperti melakukan *like* atau tanda suka, komentar, bahkan dapat meng *unfollow* atau berhenti mengikuti pada akun Instagram lainnya. Akun yang masih digunakan dalam penambahan tersebut juga merupakan akun orang lain yang tidak dikenal oleh pembeli sehingga jika diketahui dirinya mem *follow* orang yang tidak dikenal maka akan meng *unfollow* dan hal tersebut dapat mengurangi jumlah awal *followers* yang dibeli.⁷

Berdasarkan praktiknya objek yang digunakan berupa akun Instagram pengguna lain bukan milik dari penjual, sehingga objek yang digunakan bukan

⁶ Wirjono Prodjodikoro, *Asaz-Asaz Hukum Perjanjian*, (Bandung: CV Mandar Maju, 2011), 4

⁷ Ayunda Penjual *Followers* Instagram, *Hasil Wawancara*, Madiun 5 Februari 2023

sempurnya milik dari penjual atau kewenangan penjual akan objek tersebut bukan miliknya. Adapun *followers* tersebut merupakan akun real yang masih *aktif* digunakan. Sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut :

“yaa karena kan ini *followers* dari *giveaway* yaa dan *followersnya* itu akun *real* atau *aktif*, jadi pastinya setelah beberapa minggu kemudian setelah undian berakhir itu secara bertahap ada yang meng *unfollow* tapi banyak yang enggak. Kemarin aku bisa nambah sekitar 100 kalau nggak 200 *followers* terus beberapa minggu kemudian itu turun bertahap 1, 2 , sampek 50 *followers* gitu”⁸

Sebagaimana dalam kutipan wawancara diatas yang mana akun real atau akun yang masih aktif digunakan oleh pemiliknya dapat meng *unfollow* pembeli, sehingga adanya pengurangan jumlah *followers* tersebut karena akun-akun tersebut meng *unfollow* pembeli. Maka objek yang digunakan dalam jual beli *followers* Instagram disini pedagang tidak memiliki kewenangan untuk menjualnya karena memang bukan sepenuhnya miliki penjual.

B. Gambaran Umum Tentang Profil Penjual dan Pembeli dalam Jual Beli *Followers* Instagram

1. Gambaran Umum Tentang Penjual *Followers* Instagram

Penjualan berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).⁹ Dari definisi penjualan tersebut, penjual dapat diartikan sebagai pelaku atau orang yang melakukan kegiatan menjual, yang mana kegiatan tersebut mulai dari penetapan jual hingga produk didistribusikan ke konsumen. Uraian di atas telah

⁸ Robihatul, Pembeli *Followers* Instagram, *Hasil Wawancara*, Madiun , 4 Februari 2023

⁹ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 166.

menjelaskan dari definisi penjual, sehingga dapat disimpulkan penjual *followers* Instagram ialah pelaku atau orang yang melakukan kegiatan jual beli *followers* di aplikasi Instagram. Dalam penelitian ini penyusun telah mewawancarai beberapa penjual *followers* Instagram di Kabupaten Madiun. Adapun profil dari penjual pertama yang bernama Ayunda Putri Patricia, merupakan penjual *followers* Instagram di wilayah Kabupaten Madiun. Motivasi Ayunda menjual *followers* yaitu menambah pendapatan karena keuntungan yang di dapat dari penjualan *followers* Instagram lumayan banyak hingga tiga puluh ribu setiap penjualan. Selain karena keuntungan banyak, media yang digunakan dalam promosi juga cukup mudah yaitu dengan membuat pamflet *followers* dan dapat di promosikan melalui Instagram. Serta akses yang cukup mudah dan luas dalam menjangkau pembeli.¹⁰

Terdapat dua jenis *followers* yang dijual Ayunda dan setiap jenisnya memiliki harga yang berbeda, sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut:

“*followersnya* itu ada dua jenis yaitu pasif dan aktif, yang 100 *followers* 20.000, untuk 200 *followers* itu 30.000 , 300 *followers* 35.000, nah untuk 600 *followers* nanti itu 70.000, dan untuk 1000 *followers* itu 115.00)”¹¹

Selama berjualan *followers* Instagram, Ayunda pernah mengalami *complain* dari pembeli, karena *followers* yang dibeli semakin berkurang dan tidak menginformasikannya saat proses *order*. Serta pembeli mengetahui jika penurunan *followers* tersebut setelah transaksi dengan penjual selesai. Untuk informasi yang diberikan kepada penjual yaitu mengenai harga *followers* dan

¹⁰ Ayunda Penjual *Followers* Instagram, *Hasil Wawancara*, Madiun, 5 Februari 2023

¹¹ *Ibid.*,

followers yang kan didapat, serta cara pembayaran yang dapat dilakukan yaitu melalui *transfer*.¹²

Sistem ordernya yaitu dengan memasukkan jumlah *followers* ke web penambah *followers* dan menunggu berapa jam agar *followers* masuk ke akun Instagram pembeli. Serta sistem pembayarannya dengan *transfer*. Sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut:

“mulai dari dibuka di web penambah *followers*, disitu ada pilihan-pilihan untuk *followers* aktif, pasif, *view*, *like*, dsb. Setelah memasukkan jumlah *followers* sesuai permintaan dari pembeli maka web tersebut yang akan memproses untuk memasukkan *followers* ke ig pembeli. waktu proses masuknya *followers* sekitar 24 jam an lah yaa” dan “untuk sistem pembayarannya melalui *transfer* atau bisa melalui lewat pulsa”¹³

Selain itu, penyusun juga mewawancarai penjual *followers* Instagram kedua dengan nama Risma Ayu Tiara, merupakan penjual *followers* di wilayah Madiun Kota. Motivasi menjual *followers* yaitu untuk menambah penghasilan.¹⁴ Terdapat beberapa jenis *followers* Instagram yang dijual dan harga untuk setiap jenis *followers* berbeda-beda, karena setiap *followers* memiliki jenis yang berbeda yaitu *followers aktif* dan *followers pasif* dan harga yang ditawarkan juga berbeda sesuai dengan jumlah *followers* mulai dari sepuluh ribu sampai seratus lima puluh ribu tergantung jumlah *followers* yang dibeli semakin banyak maka semakin mahal.¹⁵

Dalam menjual *followers* Instagram, Risma pernah mengalami *complain* dari pembeli, karena *followers* yang dibeli tersebut mengalami penurunan

¹² Ibid.,

¹³ Ibid.,

¹⁴ Risma Penjual *Followers* Instagram, *Hasil Wawancara*, Madiun, 5 Februari 2023

¹⁵ Ibid.,

jumlah dan saat proses order tidak adanya informasi yang jelas mengenai *followers* aktif dan pasif.

Sistem order yang digunakan Risma yaitu dengan cara pembeli harus membayar bisa melalui transfer atau pulsa, dan mengisi format order seperti nama Instagram, jumlah *followers* yang akan dibeli. Selanjutnya *orderan followers* baru bisa di proses, dan untuk proses masuknya *followers* ke akun Instagram pembeli paling lama tiga hari dan paling cepat lima menit sudah masuk. Penambahan jumlah *followers* tersebut dari web, yang mana web tersebut sudah secara otomatis menambahkan akun-akun orang sebagai penambah *followers*.¹⁶

2. Gambaran Umum Tentang Pembeli *Followers* Instagram

Pembeli merupakan pelaku atau seseorang yang melakukan kegiatan pembelian suatu produk maupun jasa.¹⁷ Jadi pembeli *followers* merupakan pelaku atau seseorang yang membeli *followers*. Dalam penelitian ini penyusun telah mewawancarai beberapa pembeli *followers* Instagram yang ada di Madiun. Adapun profil dari penjual pertama yang bernama Nala Rohmatul Azza, merupakan pembeli *followers* Instagram di wilayah Kabupaten Madiun. Motivasi Nala membeli *followers* yaitu menambah menambah *followers* di akun Instagram jualannya, karena untuk menarik pembeli agar mengunjungi Instagramnya dan untuk promosi produk yang dijualnya.¹⁸

Manfaat setelah membeli *followers* bagi Nala yaitu menambah orderan dan

¹⁶ Ibid.,

¹⁷ Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk*, (Sumatera Utara : PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), 5

¹⁸ Nala Pembeli *Followers* Instagram, *Hasil Wawancara*, Madiun, 4 Februari 2023

membuat pembeli semakin percaya pada akun jualannya. Berdasarkan praktiknya *followers* merupakan barang yang tidak berwujud, pastinya terdapat kekurangan yaitu adanya penurunan jumlah *followers*. Saat ada pengurangan *followers* tersebut, tidak adanya informasi dari penjual jika *followers* yang dibeli bisa berkurang. Adapun informasi yang diberikan penjual seperti waktu yang dibutuhkan supaya *followers* masuk di akun Instagram dan harga masing-masing jumlah *followers* yang ditawarkan.¹⁹

Harga *followers* dengan manfaat yang didapat oleh Nala setelah membeli *followers* cukup sepadan, karena di awal pembelian dapat menambah rating pada akun jualannya. Namun seterusnya karena *followers* semakin berkurang maka tidak sepadan. Sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut:

“eee kalau sepadan sih yaa untuk awal-awal lumayan sih nambah *rating* juga tapi kalau untuk seterusnya kayaknya yaa gimana ya mbak, tapi yaa udah sih segitu udah bisa nambah *followers* dan nambah orderan juga”²⁰

Pembeli kedua yang bernama Robihatul Rohima, merupakan pembeli *followers* Instagram di wilayah Kota Madiun. Motivasinya membeli *followers* yaitu untuk kebutuhan pribadi supaya akun Instagramnya bisa populer.²¹ Manfaat yang didapat setelah membeli *followers* yaitu menambah teman di Instagram, selain itu penonton *story* dan *like* di Instagramnya juga menambah. Adapun *Followers* yang dibeli yaitu *followers aktif*, yang mana *followers aktif* merupakan akun Instagram yang masih digunakan oleh pemiliknya sehingga semakin hari

¹⁹ Ibid.,

²⁰ Ibid.,

²¹ Robihatul Pembeli *Followers* Instagram, Hasil Wawancara, Madiun 4 Februari 2023

jumlah *followersnya* menurun, saat proses order penjual tidak menginformasikan bahwa akan berkurang. Sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut:

“yaa karena kan ini *followers* dari *giveaway* yaa dan *followersnya* itu akun real atau aktif, jadi pastinya setelah beberapa minggu kemudian setelah undian berakhir itu secara bertahap ada yang *unfollow* tapi banyak yang enggak. Kemarin aku bisa nambah sekitar 100 kalau nggak 200 *followers* terus beberapa minggu kemudia itu turun bertahap 1, 2, sampek 50 *followers* gitu”

“kan itu aku ikut sponsor *giveaway* ya, terus sing dikasih tau itu yaa kayak rules ikut sponsornya, terus total *followers* yang didapat, gitu gitu lahh pokoknya”²²

Harga *followers* dengan manfaat yang didapat oleh Robihatul setelah membeli *followers* cukup sepadan. Karena dengan harga yang cukup terjangkau sudah bisa mencukupi kebutuhan di sosial medianya.

Wawancara pembeli yang ketiga yaitu dengan Nanda Tri Lestari, merupakan pembeli *followers* Instagram di wilayah Kabupaten Madiun. Motivasinya membeli *followers* yaitu menarik pembeli agar melihat profil jualannya.²³ Manfaat yang didapat dari *followers* tersebut yaitu bertambahnya *orderan* di akun jualannya. Selain itu kunjungan di profil Instagramnya juga semakin banyak. Adanya kekurangan *followers* yang dibeli, yaitu semakin lama jumlah *followersnya* berkurang dan penjual tidak menginformasikan saat proses order. Sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut:

“yaa, saya kemarin itu kan belinya *flowers aktif* ya jadi kayak berkurang-kurang sendiri gitu dan berkurangnya sekitar 20% an. Dari 300 jadi sekarang 270an kalau nggak salah dan untuk pemberitahuan *followers* aktif bisa berkurang itu sebelumnya dari penjual nggak ada, di katalog pun juga

²² Ibid.,

²³ Nanda Tri Pembeli *Followers*, Hasil Wawancara, Madiun 5 Februari 2023

nggak ada jadi yaa memang dari awal nggak ada *followers* aktif maupun pasif bisa berkurang itu nggak ada”²⁴

Manfaat yang didapat dengan harga yang dibayarkan tidak sepadan, karena untuk kunjungan di akun jualannya juga tidak terlalu banyak, hanya dapat menambah beberapa *followers*.

Dilanjut wawancara dengan pembeli *followers* keempat yang bernama Ika Pratiwi. Merupakan pembeli *followers* di wilayah Kota Madiun. Motivasinya untuk membeli *followers* Instagram yaitu untuk menambah *followers* dan *viewers* di akun Instagramnya.²⁵ Manfaat yang didapat membeli *followers* yaitu menambah penonton *story* dan *like* pada postingannya. Untuk *followers* yang dibeli yaitu *followers* aktif dan semakin lama jumlahnya berkurang. Serta saat proses order penjual tidak menginformasikannya. Sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut:

“eee saya waktu itu membeli *followers* aktif jadi berkurang sekitar 20% an sih kak dari *followers* awal yang saya beli”

“tidak ada, saat proses order itu penjual Cuma ngasih tau jumlah *followers* yang didapat sama itu harga *followersnya*, oiya itu juga ngasih tau metode pembayarannya”²⁶

Followers yang didapat dengan harga yang dibayarkan sudah cukup sepadan, karena harga yang ditawarkan cukup terjangkau serta manfaat yang didapat dapat menambah jumlah penonton *story* di akun Instagram pribadinya.

Wawancara kelima dengan Fina Furi Fatmawati, merupakan pembeli *followers* wilayah Kota Madiun. Motivasinya untuk membeli *followers* untuk

²⁴ Ibid.,

²⁵ Ika Pratiwi Pembeli *Followers*, Hasil Wawancara, Madiun 5 Februari 2023

²⁶ Ibid.,

menambah followers dan pelanggan di akun jualannya. Selain itu dengan bertambahnya followers maka orderan juga semakin banyak.²⁷ Manfaat yang didapat dari membeli *followers* yaitu pembelian akun jualannya semakin banyak.

Untuk *followers* yang dibeli yaitu *followers aktif* dan semakin lama *followers aktif* akan berkurang jumlahnya. Selain itu penjual tidak ada informasi jika *followers* tersebut akan berkurang sampai sepuluh persen, dan untuk informasi dari penjual sekedar harga *followers* dan cara pembayaran.²⁸ Harga *followers* yang dibayarkan dengan manfaat yang didapatkan tidak sepadan, sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut:

“sepadan enggaknya manfaat dengan harga yang ditawarkan menurut saya itu nggak sepadan, karena kan itupun semakin hari semakin berkurang *followersnya* nggak bisa menetap terus gitu paling yang menetap itu malah akun pasifnya”²⁹

C. Gambaran Umum Tentang Aplikasi Instagram

Adanya kemajuan teknologi pada saat ini juga semakin banyak masyarakat yang menggunakan internet, sehingga dengan berbisnis online melalui sosial media akan lebih besar juga keuntungan yang didapat oleh pelaku bisnis *online shop*. Media sosial tersebut yang biasa digunakan untuk online shop menggunakan Facebook, Whatsapp, Instagram, dan lainnya.³⁰

Salah satunya yakni aplikasi Instagram, merupakan aplikasi untuk *share* hasil foto dan layanan jejaring sosial online yang memungkinkan pengguna

²⁷ Fina Pembeli *Followers*, Hasil Wawancara, Madiun 24 Februari 2023

²⁸ Ibid.,

²⁹ Ibid.,

³⁰ Jubilee Enterprise, *Instagram Untuk Fotografi dan Bisnis Kreatif*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012), 2

untuk mengambil gambar menggunakan filter yang ada di Instagram, dan berbagi hasilnya melalui berbagai layanan sosial media seperti Facebook, Twitter dan situs lainnya.³¹ Banyaknya fitur yang diberikan oleh Instagram membuat para pengguna sosial media memilih Instagram sebagai media promosinya dalam berbisnis online yang mana pengguna instagram didominasi oleh remaja karena memiliki berbagai fitur yang kekinian. Sehingga salah satu sosial media ini memiliki banyak pengguna hingga saat ini. Ciri khas dari instagram yakni foto berbentuk persegi.³² Instagram sendiri mempunyai beberapa fitur yang memudahkan pebisnis online untuk mengiklankan produk yang dijualnya. Adapun fitur tersebut salah satunya ialah :

a. Fitur *Followers* (Pengikut) dan *Following* (Mengikuti)³³

Fitur pengikut atau *Followers* ini digunakan oleh para pengguna Instagram untuk menjalin komunikasi antar pengguna Instagram lainnya, seperti memberikan tanda suka ataupun komentar di postingan sesama pengguna Instagram. Fitur *Followers* ini juga memiliki unsur yang penting dalam Instagram, karena jumlah tanda suka dari *Followers* mempengaruhi apakah postingan tersebut dapat menjadi foto yang populer atau tidak.³⁴

Sedangkan fitur *Following* atau disebut dengan mengikuti

³¹ Ibid, 5

³² Ariesta Ayu Permata, "Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya Melalui Instragam", *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Airlangga Surabaya* 2, no. 1 (April, 2016), 11

³³ Ibid, 13

³⁴ Sofia Miranda, "Pengaruh Instragam Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau", *Jurnal Jom FISIP* 4, No. 1 (Februari 2017), 7.

merupakan akun-akun siapa saja yang diikuti oleh pemilik Instagram. Biasanya untuk *Following* ini yang diikuti oleh pengguna Instagram hanya teman atau orang yang dikenalnya.

b. *Like* Atau Tanda Suka³⁵

Tanda suka merupakan salah satu unsur penting bagi pengguna Instagram, dimana tanda suka atau *like* sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai postingan yang telah diunggah oleh pengguna Instagram. Berdasarkan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah postingan hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi postingan tersebut populer atau tidaknya. Jika sebuah postingan menjadi terkenal maka secara langsung postingan tersebut akan masuk ke halaman populer secara otomatis.³⁶

Instagram merupakan jejaring sosial yang memiliki tujuan yakni membantu penggunanya untuk mengabadikan dan membagikan foto ataupun video kepada pengguna lainnya. Kata Instagram berasal dari *'insta'* atau *'instan'* yang berarti mudah.³⁷ Adapun maksud *instan* atau mudah tersebut dikarenakan dalam membagikan foto maupun video kepada pengguna Instagram lainnya yakni sangat mudah, cukup pilih foto yang akan di posting lalu bagikan, maka foto ataupun video yang akan dibagikan sudah otomatis akan berada di profil Instagram.³⁸

³⁵ Ibid, 14

³⁶ Kjell H. Landsverk, *The Instagram Handbook*, (London : PrimeHead Limited, 2014), 50

³⁷ Hendra Kurniawan, "Infografik Sejarah Dalam Media Sosial Tren Pendidikan Sejarah Publik," *Jurnal Sejarah, Budaya, Dan Pengajarannya* 14, no. 2 (Desember 2020), 4

Awal mula terbentuknya aplikasi instagram, yang mana instagram diciptakan oleh perusahaan INC yakni sebuah perusahaan yang memiliki tujuan untuk membuat aplikasi bagi gadget. Awal mula perusahaan Burn INC terbentuk, perusahaan tersebut hanya banyak melakukan pembuatan aplikasi untuk gadget.³⁹ Instagram sendiri berawal dari programmer sekaligus CEO nya yang bernama Mike Krieger dan Kevin Systrom, yang mana kedua orang tersebut yang sangat berperan dalam terbentuknya aplikasi instagram. Mike Krieger dan Kevin Systrom mendirikan aplikasi Instagram bersama perusahaan Burn INC pada awal tahun 2010 bulan januari. Pada awal pembuatan Instagram penggunaanya masih sedikit karena memang aplikasi tersebut dinilai masih baru. Namun, setelah 10 bulan berjalan pengguna Instagram mengalami peningkatan yaitu lebih dari 7 juta pengguna aktif yang menggunakan instagram. Selain itu, instagram juga mempunyai komunitas pengguna Instagram di Indonesia, yang disebut dengan Iphonesia adalah singkatan dari I Device Photographer Indonesia.⁴⁰

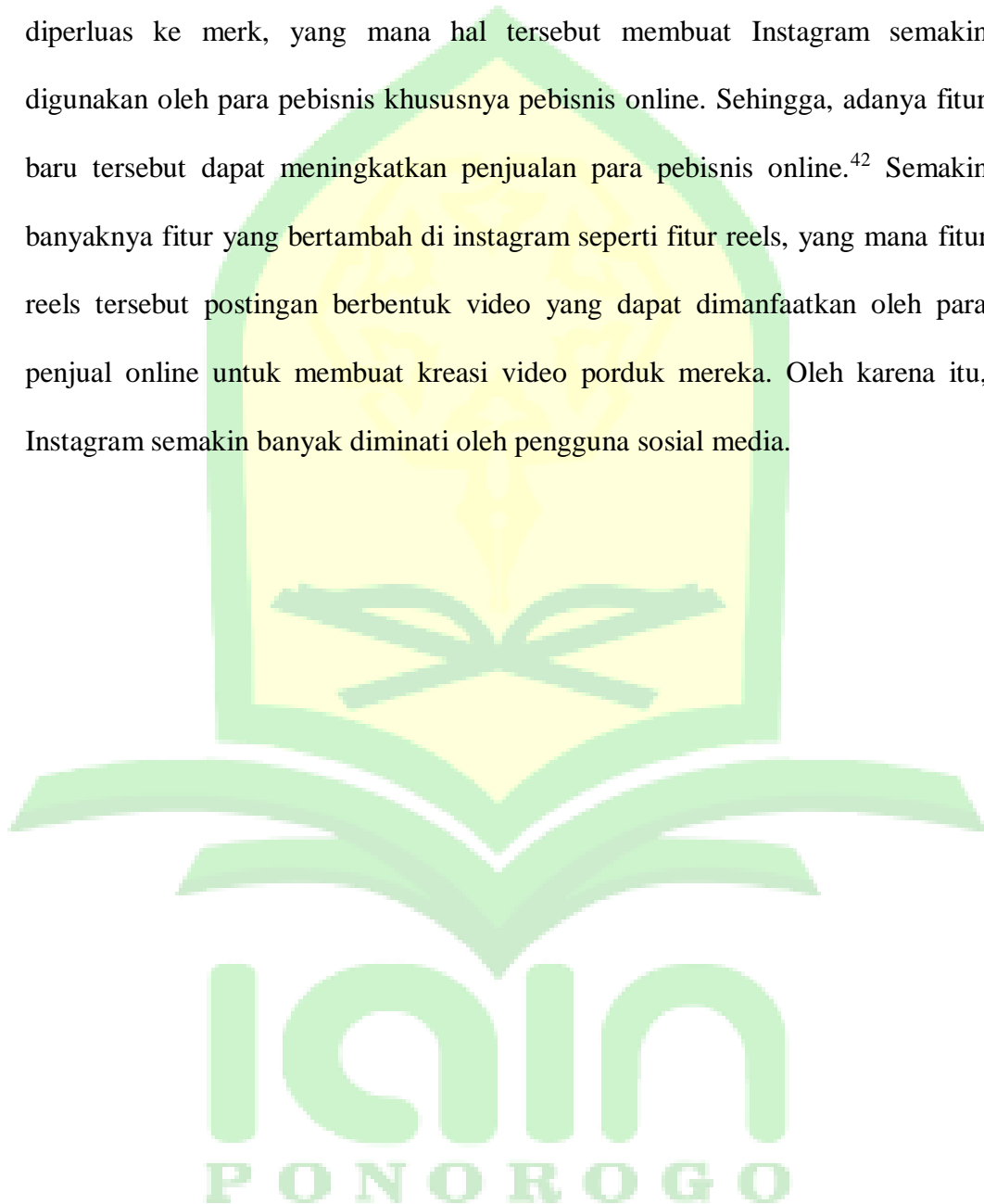
Perkembangan Instagram awalnya yang bermula dari 1 juta pengguna bulanan, hingga instagram memiliki 100 juta foto yang diunggah oleh penggunaannya pada tahun 2011 sekitar awal tahun dan meningkat hingga mencapai 10 juta pengguna pada bulan September dengan tahun yang sama. Selanjutnya pada tahun 2012 pengguna Instagram kembali meningkat hingga 30

³⁸ Ibid, 6

³⁹ Arif Rohmadi, *Tips Produktif Bersosial Media*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2016), 2

⁴⁰ Ibid., 12

juta pengguna.⁴¹ Selanjutnya pada bulan Mei 2013, Instagram memiliki fitur baru yakni penandaan foto dan “foto anda” pada profil pengguna dengan koleksi foto yang ditandai ke akun pengguna tersebut. Selain itu, foto tagging juga diperluas ke merk, yang mana hal tersebut membuat Instagram semakin digunakan oleh para pebisnis khususnya pebisnis online. Sehingga, adanya fitur baru tersebut dapat meningkatkan penjualan para pebisnis online.⁴² Semakin banyaknya fitur yang bertambah di Instagram seperti fitur reels, yang mana fitur reels tersebut postingan berbentuk video yang dapat dimanfaatkan oleh para penjual online untuk membuat kreasi video produk mereka. Oleh karena itu, Instagram semakin banyak diminati oleh pengguna sosial media.



⁴¹ Nur Rohmah, “Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham)”, *Skripsi* (Semarang : UIN Walisongo Semarang, 2016), 16

⁴² *Ibid*, 18

BAB IV

ANALISIS FATWA DSN MUI TERHADAP JUAL BELI *FOLLOWERS* INSTAGRAM

A. Analisis Akad dalam Jual Beli *Followers* Instagram Berdasarkan Fatwa DSN MUI

Melakukan jual beli secara online tentunya menggunakan akad dalam kegiatan transaksinya. Akad merupakan pertalian ijab yaitu ucapan tawaran di satu pihak yang akan melakukan kontrak sedangkan qabul yaitu ungkapan penerimaan dari pihak lain yang memberikan pengaruh pada suatu kontrak.¹ Akad yang digunakan untuk jual beli antara lain akad murabahah, salam, dan istishna'. Sesuai praktiknya, jual beli *followers* Instagram menggunakan akad salam, dimana pembayaran dilakukan di awal dan *followers* akan di proses setelah pembayaran lunas.

Berdasarkan Fatwa DSN MUI No: 146/DSN-MUI/XII/2021 Tentang online shop berdasarkan prinsip syariah pada ketentuan *Sighat al-'Aqd* dijelaskan bahwa dalam *Online Shop* harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta dipahami oleh para pihak. Adapun kejelasan tersebut termasuk kriteria *Mabi'* atau barang, sebagaimana terdapat pada point ke enam. Namun, dalam praktiknya dalam jual beli *followers* Instagram dimana dalam melakukan transaksi penjual menginformasikan harga tiap jumlah *followers*, informasi berapa lama masuknya *followers*, dan metode pembayaran. Selain informasi tersebut penjual tidak ada informasi mengenai ciri-ciri atau spesifikasi barang

¹ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta : Kencana, 2010), 51

seperti berkurangnya *followers*, hal tersebut diketahui pembeli ketika sudah melakukan pembayaran dan *followers* yang dibelinya sudah masuk di akun Instagramnya semakin lama semakin berkurang dan penjual tidak menginformasikan mengenai pengurangan *followers* aktif.²

Hal tersebut diperkuat dengan Fatwa DSN MUI No: 110/DSN-MUI/IX/2017 Tentang akad jual beli, yang mana sesuai dalam jual beli *followers* Instagram yang digunakan yaitu akad salam. Sebagaimana praktiknya pembeli akan melakukan pembayaran terlebih dahulu secara lunas maka penjual akan memproses pesanan *followers* Instagram sesuai dengan yang dipesan. Maka berdasarkan Fatwa DSN MUI No: 110/DSN-MUI/IX/2017 Tentang akad jual beli, menggunakan akad salam yang terdapat dalam Fatwa DSN MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Akad Salam.

Berdasarkan Fatwa DSN MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Akad Salam, terkait dengan ketentuan tentang barang pada point pertama yakni harus jelas ciri-cirinya, maksud nya penjual dalam memberikan informasi kepada pembeli mengenai barang harus jelas ciri-ciri barang yang ditawarkannya sehingga tidak adanya yang disembunyikan dari penjual. Namun disini penyusun mendapati adanya ketidaksesuaian antara ketentuan Fatwa dengan praktik akad salam dalam jual beli *followers* Instagram. Selanjutnya pada point kedua dimana barang harus dapat dijelaskan spesifikasinya, maksud nya penjual dalam menyebutkan spesifikasi barang yang ditawarkan harus sesuai dengan spesifikasi barangnya tidak boleh ada

² Rujukan Bab III, Wawancara Dengan Nanda Tri Pembeli *Followers* Instagram, Hasil Wawancara, Madiun, 5 Februari 2023

yang disembunyikan. Namun disini penyusun mendapati adanya ketidaksesuaian antara ketentuan dengan praktik jual beli *followers* Instagram, karena penjual tidak menjelaskan spesifikasi barang yang dijualnya secara jelas.³ Selanjutnya pada point ketiga disebutkan bahwa penyerahannya dilakukan kemudian, sudah sesuai dengan praktik jual beli *followers* Instagram dimana barangnya berupa *followers* yang diserahkan di kemudian hari. Pada point keempat yaitu waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan, sudah sesuai dengan praktiknya yaitu *followers* yang dipesan akan bertambah pada akun pembeli sesuai dengan waktu yang telah di informasikan oleh penjual. Selanjutnya point kelima yaitu pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya, disini sudah sesuai dengan praktiknya karena *followers* merupakan barang yang tidak berwujud sehingga pembeli tidak bisa menjualnya kembali jika sudah bertambah ke akun Instagramnya. Pada point terakhir yaitu tidak boleh menukar barang kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan, berdasarkan praktiknya dimana barang yang diperjualbelikan yaitu berupa *followers* Instagram maka *followers* tersebut tidak dapat ditukarkan karena tidak berwujud.

Dengan demikian, akad yang digunakan dalam jual beli *followers* Instagram merupakan akad salam yang mana ketentuan terkait akad bertentangan dengan praktik akad dalam jual beli *followers* Instagram.

³ Rujukan Bab III, Wawancara Dengan Ika Pratiwi, Pembeli *Followers* Instagram, Hasil Wawancara, Madiun, 5 Februari 2023

B. Analisis Objek dalam Jual Beli *Followers* Instagram Berdasarkan Fatwa DSN MUI

Prinsip dari muamalah yaitu setiap umat Muslim bebas dalam melaksanakan apapun yang akan dilakukannya, sepanjang tidak melanggar larangan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT yang berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunah. Prinsip dalam bermuamalah lainnya yakni barang yang diperjualbelikan merupakan barang yang halal, bukan barang yang dilarang atau haram dalam Islam.⁴ Selain berdasarkan prinsip muamalah, ketentuan objek jual beli juga terdapat di beberapa aturan Islam, seperti dalam Fatwa DSN MUI yang mana dalam Fatwa DSN MUI juga mengatur ketentuan jual beli online.

Sebagaimana dalam Fatwa DSN MUI No: 146/DSN-MUI/XII/2021 Tentang online shop berdasarkan prinsip syariah, terdapat karakteristik pada online shop. Adapun karakteristik tersebut yaitu pedagang menawarkan barang atau jasa kepada pelanggan tanpa perantara, penawaran dan penjualan barang atau jasa dilakukan melalui platform Online Shop, dan pedagang memiliki kewenangan untuk menjual barang atau jasa yang ditawarkan. Namun dalam praktiknya, penyusun mendapati adanya ketidaksesuaian dengan salah satu karakteristik tersebut dimana objek yang digunakan berupa *followers* Instagram yang berasal dari akun-akun pengguna Instagram lainnya

⁴ Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), 156

dan masih digunakan oleh pemiliknya. Selain itu terdapat ketentuan lain yang berhubungan dengan objek dalam jual beli, adapun ketentuan tersebut pada Fatwa DSN MUI No: 110/DSN-MUI/IX/2017 Tentang akad jual beli.

Berdasarkan Fatwa DSN MUI No: 110/DSN-MUI/IX/2017 Tentang akad jual beli, yang menjelaskab bahwa *Mutsman/mabi'* merupakan barang atau hak yang dijual. Sebagaimana terkait *Mutsman/Mabi'* terdapat beberapa ketentuan, adapun ketentuan tersebut yaitu *Mutsman/mabi'* boleh dalam bentuk barang atau berbentuk hak, serta milik penjual secara penuh. Selanjutnya *Mutsman/mabi'* harus berupa barang atau hak yang boleh dimanfaatkan menurut syariah serta boleh diperjualbelikan menurut syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Point selanjutnya *Mutsman/mabi'* harus wujud, pasti dan dapat diserahterimakan. Terakhir Dalam hal *mabi'* berupa hak. Namun dalam praktiknya, penyusun mendapati adanya ketidaksesuaian terkait ketentuan barang yakni barang yang digunakan dalam jual beli yang berupa *followers* Instagram merupakan akun penggna Instagram orang lain yang bukan sepenuhnya milik penjual.⁵

Selanjutnya pada ketentuan mengenai kemanfaatan menurut Syariah, *followers* dapat digunakan oleh penjual *Online Shop* sebagai penarik pembeli dan digunakan sebagai *selebgram* untuk *endorsement* yang mana dapar memberikan keuntungan. Namun jika hanya untuk senang-senang saja dan hanya untuk pengakuan kepopulatitisan saja kepada publik lebih

⁵ Rujukan Bab III, Wawancara Dengan Risma, Penjual *Followers* Instagram, Hasil Wawancara, Madiun, 5 Februari 2023

mendatangkan ke *mudhorotan*, sebab akan muncul rasa sombong pada diri.⁶ Serta jika dilihat dari peraturan perundang-undangan yaitu Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik bahwa “*Setiap Orang Dengan Sengaja Dan Tanpa Hak Atau Melawan Hukum Melakukan Interssepsi Atau Penyadapan Atas Informasi Elektronik Dan/Atau Dokumen Dalam Suatu Komputer dan/atau Sistem Elektronik Tertentu Milik Orang Lain*”⁷ Sebagaimana dalam praktiknya objek jual beli *followers* Instagram yang menggunakan akun Instagram orang lain, bahkan akun-akun tersebut sebelumnya tidak memberikan informasi apapun mengenai akun Instagramnya. Namun secara otomatis dari web penambah tersebut dapat mem *follow* akun pembeli, sehingga penyusun mendapati adanya penyadapan atas akun Instagram dari akun-akun penambah *followers* tersebut.⁸

Dengan demikian, objek dalam jual beli *followers* yang mana berupa akun Instagram yang masih *aktif* dan masih dimiliki oleh penggunanya. Maka penjual tidak memiliki kewenangan atas barang tersebut.

⁶ Rujukan Bab III, Wawancara Dengan Robihatul, Pembeli *Followers* Instagram, *Hasil Wawancara*, Madiun, 4 Februari 2023

⁷ Undang-Undang Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik,” *Himpunan Undang-Undang Republik Indonesia*, 2019., 15-16

⁸ Rujukan Bab III, Wawancara Dengan Ayunda, Penjual *Followers* Instagram, *Hasil Wawancara*, Madiun, 4 Februari 2023

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Akad yang digunakan dalam jual beli *followers* Instagram merupakan akad salam dimana dalam ketentuan dan praktiknya adanya ketidaksesuaian dengan ketentuan akad dalam dalam Fatwa DSN MUI, yaitu penyampaian kepada pembeli ciri-ciri dan spesifikasi barang tidak jelas. Sehingga adanya kebohongan dari penjual terhadap pembeli mengenai barang yang dijualnya.

Objek yang digunakan dalam jual beli *followers* Instagram yaitu berupa *followers* atau akun Instagram, dimana akun tersebut merupakan akun milik orang lain dan belum ada izin dari pemilik atas kegunaan akun Instagramnya jika dijadikan penambah *followers* sehingga adanya ketidaksesuaian dengan ketentuan Fatwa DSN MUI mengenai ketentuan objek dalam jual beli online yang mana menyebutkan bahwa karakteristik online shop yaitu adanya kewenangan pedagang untuk menjual barang yang ditawarkan

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dari penyusun, terdapat beberapa saran dari penyusun bagi pengguna sosial media khususnya Instagram yakni kepada pembeli dan penjual *followers* Instagram Muslim. Sehingga dengan saran ini pengguna sosial media khususnya masyarakat Muslim dapat lebih lebih bijak dalam menjual barang maupun membeli suatu barang di sosial media. Berikut saran-saran dari penyusun untuk penjual dan pembeli *followers* Instagram :

1. Bagi penjual *followers* Instagram
 - a. Dalam melakukan jual beli khususnya saat melakukan transaksi sebaiknya menjelaskan dengan jujur dan detail mengenai kekurangan dan kelebihan dari barang yang dijual.
 - b. Dalam melakukan jual beli apapun itu khususnya menjual *followers* Instagram sebaiknya mempelajari lebih lanjut mengenai mekanismenya apakah sudah sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI tentang jual beli atau belum.
2. Bagi pembeli *followers* Instagram
 - a. Jika ingin membuat *Personal Branding* di sosial media sebaiknya menggunakan cara-cara yang manual seperti membuat konten yang menarik, sehingga pengguna Instagram dapat tertarik dan akan *memfollow* akun Instagram kita.
 - b. Jika ingin menambah pelanggan khususnya untuk penjual online shop di Instagram sebaiknya membuat promo, diskon, maupun *give away* untuk para pengguna Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku :

- Abdul Aziz Muhammad Azam, *Fiqh Muamalah: Sistem Transaksi dalam Islam*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*. Jakarta : Kencana. 2010.
- Abdul Wahab Khallaf. *Ilmu Ushul Fiqh*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2012.
- Ade Manan Suherman. *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005.
- Ahmad Jazuli. *Kaidah - Kaidah Fikih*. Jakarta : Kencana. 2010
- Ahmad Sarwat. *Fiqh jual beli*. Jakarta selatan : Rumah fiqh, 2018.
- Ammi Nur Baits. *Halal Haram Bisnis Online*. Yogyakarta: Muamalah Publishing, 2019.
- Arif Rohmadi, *Tips Produktif Bersosial Media*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2016.
- Ariyadi, *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah : Sebuah Metode Istinbath Hukum Ibnu Taimiyah Tentang Hukum Jual Beli Online*. Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2018.
- Deden Kushender. *Ensiklopedia jual beli dalam islam*. Jakarta: Ensiklopedia, 2010.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemah*, ed. Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama RI. Bandung: Penerbit Jumanatul 'Ali-ART, 2004.
- Djam'an Satori. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Enang Hidayat. *Fiqh Jual Beli*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika. 2013.

- Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Hendi Suhendi. *Fiqih Muamalah*. Jakarta : Rajawali Pers. 2010.
- Holilur Rohmah, *Hukum Jual Beli Online*.Pamekasan: Duta Media, 2020.
- Husaini Usman dkk. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2006.
- Ibnu Hajar Al Asqalani. *Bulughul Maram min Adillatil Ahkam*,terj.Harun Zen dan Zenal Mutaqin. Bandung: Jabal, 2012.
- Ikit. *Jual beli dalam perspektif ekonomi islam*. Yogyakarta : Gava Media. 2018.
- Isnawati , *Jual Beli Online Sesuai Syariah*. Jakarta selatan : Rumah fiqh Publishing. 2018.
- Jubilee Enterprise. *Instagram Untuk Fotografi dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012.
- Kjell H. Landsverk, *The Instagram HandBook*. London : Prime Head Limited, 2014.
- Muhammad Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Muhammad Yaumi, *Action Research : Teori, Model, dan Aplikasi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- Mustofa Edwin Nasutio, *Pengenalan Ekonomi Islam*. Jakarta : Kencana. 2007.
- Oetama Jakob. *Sejarah Media Sosial*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2006.
- Qamarul Huda. *Fiqih Muamalah*. Yogyakarta : Teras. 2011.
- Rachmad Syafi'i. *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia. 2004
- Rini Dwi Astuti. *Metode Penelitian*. Malang : UB Press. 2017.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.

Sulaiman Rasyid, *Fiqh Islam*. Bandung : Sinar Baru Algesindo, 2016.

Wahbah Zuhaili. *Ushul Al-Fiqh Al-Islami*. Damaskus, Daar Al-Fikr, 1999.

Winarno Surakhmad. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode, dan Teknik*. Bandung: Tarsito, 1990.

Wirjono Prodjodikoro. *Asaz-Asaz Hukum Perjanjian*. Bandung : CV Mandar Maju, 2011.

Yayan Sopyan, *Tarikh Tasyri' Sejarah Pembentukan Islam*. Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2018.

Yenni Arfah. *Keputusan Pembelian Produk*. Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Internasional. 2022.

Referensi Jurnal Dan Artikel Ilmiah :

Andriana Widiastuti. "Pandangan Hukum Islam Tentang Transaksi Penambahan Viewer dan Subscriber Youtube," *Skripsi*. Banten: Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2021.

Ariesta Ayu Permata. "Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya Melalui Intragam", *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universiats Airlangga Surabaya* 2,no. 1. April, 2016.

Asep Nanang yuhana, Fadilah Aisah Aminy. "Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam sebagai Konselor dalam Mengatasi Masalah Belajar Siswa," *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* 7, no. 1. April 2019.

Christine Winstinindah Sandroto. "Kemampuan Pengikut Memberi Pengaruh Terhadap Pemimpin," *Jurnal Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar* 13. No. 2. Agustus 2009. 88.

DSN-MUI, "Fatwa DSN MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli sALAM," *Himpunan Fatwa DSN MUI*, 2000

———. "Fatwa DSN MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017, Tentang Akad Jual Beli". *Himpunan Fatwa DSN MUI*, 2017.

———. “Fatwa DSN MUI Nomor 146/DSN-MUI/XII/2021 Tentang Online Shop Berdasarkan Prinsip Syariah,” *Himpunan Fatwa DSN MUI*. 2021.

Elsava Choiru Bhariatta. ”Jual Beli *Followers*, Likes, Viewers di Instagram Perspektif Hukum Ekonomi Syariah” *Jurnal Jhesy* 1, no. 1. 2022.

Hendra Kurniawan. “Infografik Sejarah Dalam Media Sosial Tren Pendidikan Sejarah Publik,” *Jurnal Sejarah, Budaya, Dan Pengajarannya* 14, no. 2. Desember 2020.

Ikram Pratama. “Analisis Kegiatan Ekspor Kopi Antara Kualitas Dengan Harga Dalam Perspektif Akad Bai’ As-Salam,” *Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 16, no. 2. 2022. 570

Latifah Nur Aini. ”Tinjauan Fatwa Dsn Mui Terhadap Standard Contract Pt I Grow Resources Indonesia,” *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022.

Muhammad Fadel Ramadhan. “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Akun Instagram (Studi Pada Group Ladang Sosmed Facebook)”, *Skripsi*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2021.

Mutiara Sani, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli *Followers* Instagram,” *Skripsi*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2019.

Nindi Apridha Jamil. ”Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli *Followers* Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram” *journal sties purwakarta* 4, No. 1. 2020.

Nur Rohmah, “Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham)”, *Skripsi*. Semarang : UIN Walisongo Semarang, 2016.

Rinto Hartono, “Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Praktek Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Di Pekanbaru” *Skripsi* . Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021.

Shobirin, “Jual Beli Dalam Pandangan Islam, ” *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 3, no. 2. Desember 2015. 241.

Sofia Miranda , “Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau”, *Jurnal Online Mahasiswa FISIP 4*, No. 1. Februari 2017.

Tira Nur Fitria ,” Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 3*, no. 1. Maret 2017. 60-61.

Trisna Taufik, Miko Polindi “Akad As-Salam Dalam Sistem Jual Beli Online (Studi Kasus Online Shopping Di Lazada.co.id),” *Jurnal Aghinya STIESNU Bengkulu 3*, no. 1, Juni 2020

Undang-Undang Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik,” *Himpunan Undang-Undang Republik Indonesia*, 2019

Referensi Internet :

Badan Pusat Statistik, “Survei Sosial Ekonomi Nasional” dalam <https://www.bps.go.id/>

Kementrian Komunkasi dan Informatika Republik Indonesia, “Tingkatkan Interaksi Digital Lewat Corporate Website dan Instagram Baru,”, Kementrian Komunkasi dan Informatika Republik Indonesia, 2017.

