

SKRIPSI

**JUAL BELI *FOLLOWER* SOSIAL MEDIA INSTAGRAM
DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DI
KOTA METRO**

Oleh:

**MUTIARA DEVI
NPM. 1602090117**



**Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (HESy)
Fakultas Syariah**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442H / 2020 M**

**JUAL BELI *FOLLOWER* SOSIAL MEDIA INSTAGRAM
DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH
DI KOTA METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH)

Oleh:

MUTIARA DEVI
NPM. 1602090117

Pembimbing I : Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
Pembimbing II : Wahyu Setiawan, M.Ag

Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (HESy)
Fakultas Syariah

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO
1442H / 2020 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (Satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudari Mutiara Devi**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _____
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya
maka skripsi saudara :

Nama : **MUTIARA DEVI**
NPM : 1602090117
Fakultas : Syariah
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)
Judul : **JUAL BELI FOLLOWER SOSIAL MEDIA INSTAGRAM
DALAM PERSPEKTI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Syariah Institut Agama
Islam Negeri (IAIN) Metro untuk Dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, Juli 2020

Pembimbing I,



Dr. Hj. Siti Nurriyah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Pembimbing II



Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **JUAL BELI *FOLLOWER* SOSIAL MEDIA INSTAGRAM
DALAM PERSPEKTI HUKUM EKONOMI SYARIAH**
Nama : **MUTIARA DEVI**
NPM : 1602090117
Fakultas : Syariah
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Syariah Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Juli 2020

Pembimbing I



Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Pembimbing II



Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metro.univ.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: 0862 / M. 28-2 / D / PP. 00.9 / 07 / 2020

Skripsi dengan Judul: *JUAL BELI FOLLOWER SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DI KOTA METRO*, disusun Oleh: MUTIARA DEVI, NPM: 1602090117, Jurusan: Hukum Ekonomi Syaria'ah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Syariah pada Hari/Tanggal: Jum'at/24 Juli 2020.

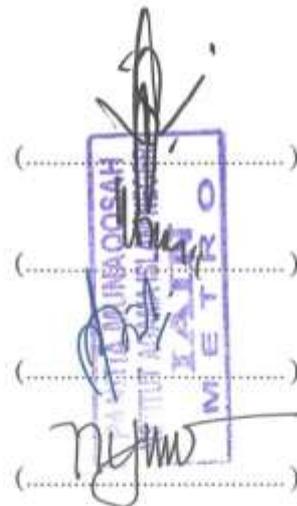
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag

Penguji I : H. Nawa Angkasa, SH, MA

Penguji II : Wahyu Setiawan, M.Ag

Sekretaris : Nyimas Lidya Putri Pertiwi, M.Sy



Mengetahui,
Dekan Fakultas Syariah

Dr. H. Nawa Angkasa, Ph.D
NIP.19740104 199903 1 004

ABSTRAK

JUAL BELI *FOLLOWER* SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH

Oleh:
MUTIARA DEVI
NPM. 1602090117

Jual beli *follower* merupakan model perdagangan baru yang aspek-aspek hukumnya perlu dikaji secara mendalam. Praktik jual beli *follower* berada didunia maya sama seperti jual beli *online* lainnya. Secara umum mekanismenya sama dengan jual beli barang biasa hanya saja dalam jual beli *follower* ini objeknya bukan berupa barang yang nyata namun berbentuk abstrak berupa penambahan *follower* pada akun sosial media Instagram. permasalahan yang muncul adalah bagaimana mekanisme dalam praktik jual beli *follower*? Kemudian, dalam penelitian ini akan dilakukan analisis secara mendalam mengenai praktik jual beli *follower* sosial media Instagram tersebut dalam perspektif Hukum Islam, terutama jenis akad yang digunakan, para subjek hukum, objek hukum, dan akad perjanjiannya (ijab dan kabul).

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sifat penelitian ini adalah deskriptif analisis. Dalam penelitian ini dideskripsikan dan menganalisa untuk menarik kesimpulan dan status hukum tentang jual beli *follower* sosial media instagram.

Setelah dilakukan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa jual beli *follower* sosial media instagram dapat dikategorikan sebagai jual beli *salam*, karena dalam mekanismenya barang diserahkan dikemudian hari, sementara pembayaran dilakukan diawal. Kemudian implikasi hukum atas jual beli *follower* ini adalah sah dan merupakan jual beli yang hukumnya boleh (Mubah), karena memenuhi syarat dalam jual beli. Begitu juga bila dilihat dari segi prinsip muamalah jual beli ini tetap ada manfaatnya namun bersifat fiktif, bahkan bisa mendatangkan mudharat yang dapat merugikan pembeli dan masyarakat umum.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mutiara Devi
NPM : 16020090117
Jurusan : SI Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juli 2020
Yang menyertakan



Mutiara Devi
NPM. 1602090117

MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ فَلَا تَغُرَّنَّكُمُ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا وَلَا يَغُرَّنَّكُم بِاللَّهِ الْغُرُورُ

Artinya: *Hai manusia, sesungguhnya janji Allah adalah benar, maka sekali-kali janganlah kehidupan dunia memperdayakan kamu dan sekali-kali janganlah syaitan yang pandai menipu, memperdayakan kamu tentang Allah* .(Q.S. Fatir : 5)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2015), 435

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas Rahmat yang telah dianugerahkan Allah SWT hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH), skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Widodo dan Ibu Uut Setiawati yang begitu tulus merawat saya dari kecil hingga sekarang dan senantiasa memberikan doa, menasehati tanpa henti, dan selalu memberikan motivasi agar saya dapat mencapai cita-cita.
2. Untuk semua keluarga besarku yang selalu memberi motivasi.
3. Bapak Ibu Dosen Fakultas Syariah IAIN Metro terima kasih atas ilmunya, bimbingan dan motivasinya dalam studyku.
4. Seluruh teman-teman seperjuangan yang selalu menemani selama perkuliahan dan memberikan dukungan serta selalu berbagi ilmu kepadaku dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Almamater tercinta IAIN Metro Lampung terkhusus Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2016 yang telah membesarkan namaku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Jual Beli *Follower* Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. Sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata I (S-I) Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah IAIN Metro Lampung guna meraih gelar Sarjana Hukum (SH).

Dalam upaya penyelesaian penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karenanya peneliti menghaturkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr.Hj.Enizar, M.Ag sebagai Rektor IAIN Metro Lampung.
2. Bapak Husnul Fatarib, Ph.D sebagai Dekan Fakultas Syariah IAIN Metro Lampung.
3. Bapak Sainul,SH,MA sebagai Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah IAIN Metro Lampung.
4. Ibu Dr.Hj.Siti Nurjanah,M.Ag sebagai Dosen Pembimbing I, dan Bapak Wahyu Setiawan,M.Ag sebagai Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberi arahan dan bimbingan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Karyawan IAIN Metro Lampung yang telah menyediakan waktu dan fasilitas dalam mengumpulkan data.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka peneliti sangat mengharapkan kritik maupun saran yang bersifat membangun dan positif yang dapat memperbaiki hasil skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Metro, Juli 2020
Peneliti



Mutiara Devi
NPM. 1602090117

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Penelitian Relevan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Pengertian dan Dasar Jual Beli	9
1. Pengertian Jual Beli	9
2. Landasan Hukum Jual Beli.....	11
3. Rukun dan Syarat Jual Beli	16
4. Bentuk-bentuk Jual Beli	21
5. Jual Beli Yang Di Larang	22
6. Larangan dalam Jual Beli Menurut Islam	24
B. <i>Follower</i> Sosial Media Instagram.....	26
1. Pengertian <i>Follower</i> Sosial Media Instagram	26
2. Dasar Hukum Jual Beli <i>Follower</i>	29
3. Bentuk-bentuk Jual Beli <i>Follower</i>	31
4. Jual Beli <i>Follower</i> Sosial Media Instagram Menurut Hukum Ekonomi Syariah.....	32

BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Sifat Penelitian	35
C. Sumber Data.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Realitas Jual-Beli <i>Follower</i> Sosial Media Instagram di Kota Metro	39
B. Mekanisme Jual-Beli <i>Follower</i> Sosial Media Instagram di Kota Metro	42
C. Analisis Hukum Ekonomi Syari'ah terhadap Jual-Beli <i>Follower</i> Sosial Media Instagram di Kota Metro	51
BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1. Contoh <i>Follower Real</i>	43
4.2. Contoh <i>Follower Unreal</i>	44
4.3 Harga <i>Follower Real</i> Sosial Media Instagram	44
4.4 Harga <i>Follower Unreal</i> Sosial Media Instagram	45

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Harga Follower Instagram.....	3

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kajian hukum Islam dari zaman ke zaman terus berkembang termasuk dalam hal muamalat.² Salah satu contohnya adalah jual beli yang mengalami perkembangan baik dari segi konsep maupun objek yang diperjualbelikan.

Banyak orang memanfaatkan sosial media untuk memenuhi beragam kebutuhan, mulai dari media mengekspresikan diri, mengejar ketenaran, menggalang dukungan, hingga mencari penghasilan.³

Media sosial adalah sebuah media *Online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, *social network* atau jejaring sosial.⁴ Melihat perkembangan sosial media, akhir-akhir ini banyak sekali sosial media yang bermunculan dan menjadikan suatu jalan perniagaan yang lebih modern dengan akses internet yang semakin meningkat di Indonesia saat ini.

Instagram adalah aplikasi untuk *photo-sharing* dan layanan jejaring sosial *online*.⁵ Instagram sendiri ialah jaringan sosial yang paling populer

² Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 7–8.

³ Feri Sulianta, *Keajaiban Sosial Media* (Jakarta: Kompas Gramedia, 2015), 10.

⁴ Fitri Wulandari, “Hubungan Komunikator dalam Electronic Word of Mouth Dengan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Follower Akun Instagram Kulinerku,” *JOM FISIP* 4, no. 1 (2017): 7.

⁵ Wulandari, 7.

khususnya di Indonesia. Dengan kini popularitas Instagram digunakan untuk berbagai keperluan termasuk untuk kepentingan bisnis.⁶

Tidak hanya sekedar tempat mengunggah foto dan video saja. Tetapi Instagram dijadikan sebagai sarana baik promosi ataupun penjualan dari produk yang dipasarkan. Tanpa harus mengeluarkan banyak biaya pemasaran dan dirasa efektif yang menjadikan alasan utama dikalangan pebisnis untuk menjadikan Instagram sebagai sarana berpromosi. Selain itu, aplikasi Instagram ini juga mampu menciptakan selebriti Instagram atau yang sering disebut dengan selebgram. Banyak para pengguna Instagram mendadak menjadi selebriti dikarenakan foto dan video nya yang unik. Dan *follower* yang mencapai ribuan juga akan membuat si pengguna terkenal di dunia Instagram tersebut. Fenomena-fenomena inilah yang menciptakan berbagai peluang bisnis baru di Instagram. Beberapa diantaranya adalah penambahan *follower* (jual beli *follower*), *like*, *viewer*, *endorse*, dan berjualan produk dan jasa.⁷

Dapat dilihat ketika sebuah bisnis mulai berkembang dan mulai menggunakan sosial media seperti Instagram sebagai media untuk memperkenalkan bisnis secara online, kebanyakan dari mereka akan fokus pada jumlah *follower*, karena akan memberikan keuntungan untuk lebih memaksimalkan promosi yang sedang dilakukan. Selain itu bagi perseorangan, jumlah *follower* yang banyak mampu menaikkan ego dan rasa percaya diri mereka. Dengan kata lain jumlah *follower* sebuah akun menjadi barometer menilai tingkat pengaruh dan popularitas akun tersebut.

⁶ Dameria Anggraeni, "Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita Almira Shop Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Follower," *JOM FISIP* 2 (2015): 2.

⁷ Dewi Kurniawati, "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa," *Simbolika* 1, no. 2 (2015): 194–95.

Peneliti dalam hal ini melakukan *survey* kepada beberapa orang di wilayah Kota Metro mengenai jual beli *follower* sosial media instagram, salah satunya, Siti Nurhasanah dalam *account* (Shehati_decoration) sebagai pembeli *follower* mengatakan alasan membeli *follower* karena untuk menarik pelanggan agar mengunjungi profil instagram (Shehati_decoration) sebagai salah satu *account* yang berbisnis dalam bidang dekorasi lamaran, *photobooth/aqiqah/Birthday Party / Make-up /Box Hantaran/ Ring Box*.⁸

Ali Hanafiyah dalam *account* (liunstore_02) mengatakan harga *follower* aktif instagram sebagai berikut:⁹

Tabel 1.1.
Harga Follower Instagram

No.	Jumlah Follower	Harga
1	1000 Follower	Rp. 25.000, 00
2	2000 Follower	Rp. 50.000, 00
3	3000 Follower	Rp. 70.000, 00
4	4000 Follower	Rp. 90.000, 00
5	5000 Follower	Rp.110.000, 00

Imam Wahyudi dalam *account*(mam_yourbae) mengatakan proses transaksi pembayaran dilakukan dengan cara via transfer pulsa telkomsel, dan syarat transaksi hanya memasukkan link *profile/username* pembeli tanpa memberikan *password*. Jumlah follower yang didapat pembeli 80% aktif dan 20% tidak aktif, selain itu pembeli juga dapat meminta sesuai dengan yang diinginkan, contohnya *follower* aktif Indonesia, *follower* Wanita/Laki-laki.¹⁰

Objek yang diperjual belikan dalam transaksi ini bukan berupa benda bergerak namun dalam bentuk *follower*/pengikut atas akun Instagram itu

⁸ Siti Nurhasanah, Pembeli Follower, 12 November 2019.

⁹ Ali Hanafiyah, Penjual Follower, 12 November 2019.

¹⁰ Wahyudi Imam, Penjual Follower, 12 November 2019.

sendiri. Melihat persoalan ini mungkin bagi orang yang awam dunia sosial media akan menanyakan, barang seperti apa yang diperjualbelikan? apakah keinginan untuk mengikuti seseorang dapat dibayar? bukankah untuk mengikuti seseorang itu adalah kemauan sang pemilik akun sendiri?

Pada dasarnya hukum Islam secara khusus mensyaratkan objek yang dapat diperjualbelikan diantaranya adalah, barang tersebut harus berwujud, kemudian barang tersebut harus memiliki manfaat.¹¹

Oleh karena itu ketika barang yang diperdagangkan berupa *follower*, terdapat dua kemungkinan, pertama sangat bermanfaat ketika seseorang itu sangat membutuhkan. Misalnya dalam menarik pelanggan agar tertarik untuk mengunjungi akun-nya, karena dipercaya dengan melihat jumlah *follower* yang banyak. Namun menjadi kurang manfaat dan terkesan mubazir ketika yang membeli hanya bertujuan untuk bergaya demi kepuasan semata.

Berangkat dari deskripsi di atas, ada yang menarik untuk diteliti yaitu jika dikorelasikan dengan hukum Islam, jenis akad seperti apa yang sesuai dengan model jual beli tersebut. Kemudian mengenai praktik jual beli khususnya memperhatikan objek yang diperjual belikan dan mekanisme akad perjanjian yang dilakukan. Apakah jual beli ini mengandung unsur tipuan (*gharar*) atau tidak, dan apakah sudah sesuai dengan hukum Islam atau tidak sesuai dengan hukum Islam. Oleh karena itu peneliti bertujuan untuk meneliti permasalahan ini dengan judul “Jual Beli *Follower* Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”.

¹¹ Wati Susiawati, “Jual Beli Dalam Konteks Kekinian,” *Jurnal Ekonomi Islam* 8, no. 2 (2017): 176.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mekanisme dalam jual beli *follower* sosial media di Instagram?
2. Bagaimana perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap jual beli *follower* sosial media instagram?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berkenaan dengan pokok masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menggambarkan dan menjelaskan terkait mekanisme yang dilakukan dalam jual beli *follower* sosial media instagram.
- b. Menjelaskan pandangan hukum Islam terhadap praktik jual beli *follower* sosial media instagram.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna untuk menambah ilmu pengetahuan dan pustaka kesilaman terutama dalam bidang muamalah khususnya pengetahuan yang berhubungan dengan jual beli (*al-bai'*).

- b. Manfaat secara praktis

Manfaat penelitian ini yaitu penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi terhadap masyarakat, khususnya

masyarakat muslim terhadap praktik jual beli yang sesuai dengan ketentuan hukum ekonomi syariah.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi tentang uraian sistematis mengenai hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian yang sebelumnya.¹²

Untuk itu tinjauan Kritis terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan dalam bagian ini. Sehingga dapat ditentukan di mana posisi penelitian yang akan dilakukan berbeda. Dibawah ini disajikan beberapa kutipan hasil penelitian yang sebelumnya, di antaranya:

1. Skripsi hasil penelitian lapangan tentang “*Jual Beli Nickname Game Online Persepsi Tokoh Agama Kota Metro*” oleh Umul Latifah. Objek yang di teliti adalah berupa “*Jual Beli Nickname Game Online*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa di dalamnya menjelaskan tentang jual beli akun yang dibuat agar dapat bermain game *online*.¹³ Perbedaannya dalam penelitian ini adalah pada jual beli *Follower* dibolehkan karena tidak mengandung unsur perjudian yaitu peruntukannya halal dan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan. Persamaan dalam

¹² IAIN Metro, *Pedoman Penulisan Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2018), 30.

¹³ Umul Latifah, *Jual Beli Nickname Game Online Persepsi Tokoh Agama Kota Metro* (Metro: Skripsi Fakultas Syariah, 2017).

peneliti ini adalah objek yang diperjualbelikan yaitu bukan benda yang berwujud tetapi berupa abstrak yaitu jual beli *account*.

2. Penelitian Sulistyowati dalam skripsi “*Persepsi Ulama Semarang Terhadap Jual Beli Chip dalam Game Poker Online*”. Objek yang diteliti adalah berupa jual beli *chip* dalam game poker online. Hasil dalam penelitian ini dan hukumnya tidak boleh atau haram, karena tidak memenuhi rukun dan syarat yang benar dalam jual beli yang telah ditentukan dalam Al-Quran dan sunnah.¹⁴ Perbedaannya dalam penelitian ini adalah pada rukun dan syarat dalam jual beli *follower* karena sudah memenuhi kriteria berikut, yaitu peruntukannya halal dan legal. Persamaan dalam penelitian ini adalah objek yang diperjual belikan yaitu bukan benda yang berwujud tetapi berupa abstrak yaitu penambahan *Follower atau Chip*.
3. Penelitian Nur Anisa “*Tinjauan Hukum Islam tentang Praktik Jual Beli Follower, Like, dan Viewer Di Media Sosial Instagram*” . Objek penelitian dalam peneliti ini adalah tentang Model Jual beli *Follower, Like, dan Viewer* Di Media Sosial Instagram. Hasil penelitian cara yang dilakukan oleh penjual dalam memproses jual beli Follower, Like, dan Viewer dengan menggunakan aplikasi hublaagram untuk mendapatkan aplikasi penambah follower tersebut terlebih dahulu membeli kepada agen-agen penjual

¹⁴ Sulisttyowati, *Persepsi Ulama Semarang Terhadap Jual Beli Chip dalam Game Poker Online* (Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi Islam, 2011).

follower.¹⁵ Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek yang diperjualbelikan bukan hanya *Follower* saja tetapi juga termasuk *Like*, dan *Viewer*. Persamaan dalam penelitian ini adalah objek yang diperjual belikan yaitu bukan benda yang berwujud tetapi berupa abstrak yaitu penambahan *Follower*

¹⁵ Nur Anisa, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli Follower, Like, dan Viewer Di Media Sosial Instagram* (Bandar Lampung: Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum, 2018).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian dan Dasar Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara yang tertentu (akad).¹⁶ Menurut etimologi, jual beli diartikan sebagai “pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain).¹⁷

Sedangkan menurut istilah (terminologi), para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikan jual beli adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Imam Hanafi jual beli adalah saling tukar menukar sesuatu yang disenangi dengan yang semisalnya. Kepemilikan harta dengan cara tukar menukar dengan harta lainnya pada jalan yang telah ditentukan.
- b. Menurut Imam Malikiyah jual beli adalah akad saling tukar menukar terhadap selain manfaat. Akad saling tukar menukar terhadap bukan manfaat, bukan termasuk senang-senang, adanya saling tawar menawar, salah satu yang dipertukarkan itu bukan emas dan perak, bendanya tertentu dan bukan dalam bentuk zat benda.

¹⁶ Sulaiman Rasjid, *Fiqih Islam (Hukum Fiqih Islam)* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2015), 278.

¹⁷ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 73.

- c. Menurut Imam Syafi'i jual beli adalah akad saling tukar menukar yang bertujuan memindahkan kepemilikan barang atau manfaatnya yang bersifat abadi.
- d. Menurut Imam Hanabilah jual beli adalah saling tukar menukar harta dengan tujuan memindahkan kepemilikan.¹⁸

Namun demikian, adanya perbedaan terletak dalam jual beli manfaat. Hanafiyah tidak memandang manfaat sebagai harta, karenanya tidak sah memperjual belikannya. Malikiyah memandang manfaat harta. Kendatipun mereka tidak memandang tukar-menukar sebagai manfaat jual beli. Sedangkan menurut Syafi'iyah memandang tukar-menukar manfaat dengan harta adalah jual beli apabila kepemilikan manfaat tersebut dengan jalan abadi.¹⁹

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Pasal 20 ayat 2 *Bai'* adalah jual beli antara benda dengan benda, atau pertukaran benda dengan uang.²⁰

Berdasarkan hasil pemaparan berbagai definisi di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa jual beli merupakan “Tukar menukar harta dengan harta dengan cara-cara tertentu yang bertujuan untuk memindahkan kepemilikan”

¹⁸ Hidayat, 11–12.

¹⁹ Hidayat, 12.

²⁰ Fauzan, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Depok: Kencana, 2017), 15.

2. Landasan Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai bagian dari mu'amalah mempunyai dasar hukum yang jelas, baik dari Al-Quran, Al-Sunnah, dan telah menjadi ijma' ulama.²¹

a. Dasar dalam Al-Quran

1) Surat Al-Baqarah ayat 282:

... وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ...

Artinya: “Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli”(QS. Al Baqarah : 282)²²

Asbabun-Nuzul (Sebab-sebab Turunnya Ayat) Pada saat Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam datang ke Madinah untuk yang pertama kali, orang-orang penduduk asli biasa menyewakan kebunnya dalam waktu satu, dua atau tiga tahun. Oleh sebab itu Rasulullah SAW bersabda: “Barangsiapa menyewakan (mengutangkan) sesuatu hendaklah dengan timbangan atau ukuran yang tertentu dan dalam jangka waktu yang tertentu pula”. Sehubungan dengan itu Allah SWT menurunkan ayat ke-282 sebagai bentuk perintah apabila mereka utang-piutang ataupun muamalah dalam jangka waktu tertentu hendaklah ditulis perjanjian dan mendatangkan saksi. Hal ini untuk menjaga supaya tidak terjadi sengketa di masa yang akan datang.(HR. Bukhari dari

²¹ Rahmat Syafei, *Fiqih Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), 74–75.

²² Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: CV Diponegoro, 2005), 37.

Sofyan bin Uyainah dari Ibnu Abi Najih dari Abdillah bin Katsir dari Abi Minhal dari Ibnu Abbas).²³

Ayat Al-Qur'an di atas memberikan pengertian bahwa dalam jual beli haruslah dilakukan dengan cara disaksikan oleh beberapa saksi. Selain itu, jual beli harus dilakukan dengan suka sama suka atau terdapat unsur rela sama rela baik sekarang/pada saat transaksi maupun di kemudian hari.

2) Firman Allah surat Al-Baqarah ayat 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ...

Artinya: “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu”(QS. Al-Baqarah : 198).²⁴

Asbabun-Nuzul (Sebab-sebab Turunnya Ayat) Bahwa pada zaman Jahiliyyah terkenal pasar-pasar yang bernama Ukadh, Mijnah dan Dzul-Majaz. Orang-orang Islam merasa berdosa apabila berdagang di musim haji di pasar itu. Mereka bertanya kepada Rasulullah Saw tentang hal itu. Ketika itu Rasulullah SAW belum bisa memberikan jawaban secara pasti, sehingga Allah menurunkan ayat ke-198 sebagai ketegasan terhadap pertanyaan mereka, bahwa tidak ada dosa bagi orang-orang Islam mengadakan perdagangan di

²³ A.Mudjab Mahali, *Asbabun Nuzul : Studi Pendalaman Al-Quran* (Jakarta: Rajawali Pers, 1998), 136.

²⁴ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, 24.

pasar-pasar tersebut atau di tempat lain pada musim haji. (HR. Bukhari dari Ibnu Abbas).²⁵

Ayat Al-Qur'an di atas memberikan pengertian bahwa bahwa tidak ada dosa bagi orang-orang Islam mengadakan perdagangan jual beli yang sesuai dengan perintah Allah SWT.

3) Firman Allah dalam surat An-Nisa ayat 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”(QS. An-Nisa: 29)²⁶

Asbabun-Nuzul (Sebab-sebab Turunnya Ayat) Menurut riwayat Ibnu Jarir ayat ini turun dikarenakan masyarakat muslim Arab pada saat itu memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil, mencari keuntungan dengan cara yang tidak sah dan melakukan bermacam-macam tipu daya yang seakan-akan sesuai dengan hukum syari'at. Misalnya sebagaimana digambarkan oleh Ibnu Abbas. menurut riwayat Ibnu Jarir seorang membeli dari kawannya sehelai baju dengan syarat bila ia tidak menyukainya dapat mengembalikannya dengan tambahan satu dirham di atas

²⁵ Mahali, *Asbabun Nuzul : Studi Pendalaman Al-Quran*, 80.

²⁶ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, 65.

harga pembeliannya. Padahal seharusnya jual beli hendaklah dilakukan dengan rela dan suka sama suka tanpa harus menipu sesama muslimnya.²⁷

Ayat Al-Qur'an di atas memberikan pengertian bahwa dalam jual beli dilarang dengan cara yang bathil, mencari keuntungan dengan cara yang tidak sah dan haruslah dilakukan dengan suka sama suka.

b. Dasar dalam Al-Sunnah

Dasar hukum yang berasal dari Al-Sunnah antara lain adalah sebagai berikut:

Dari sunnah nabawiyah, Rasulullah SAW bersabda:

وَعَنْ أَبِي مَسْعُودٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ نَهَى عَنْ ثَمَنِ الْكَلْبِ وَمَهْرِ الْبَغِيِّ
وَحُلُوانِ الْكَاهِنِ (رواه البخاري ومسلم)²⁸

Artinya: *Dari Abu Mas'ud al-Anshary r.a. bahwa Rasulullah saw. melarang mengambil uang penjualan anjing, uang pelacuran dan upah pertenungan. (HR. Bukhari-Muslim No 259).*²⁹

Rasulullah sangat menganjurkan untuk mencari rezeki banyak dengan cara yang mulia, baik, dan terhormat yang dijadikan Allah sebagai pengganti dari cara-cara yang hina dan menjijikan. Sebenarnya cara-cara yang pertama sudah cukup, sehingga tidak diperlukan lagi cara-cara yang kedua. Karena kerusakan pada cara yang kedua amat

²⁷ Mahali, *Asbabun Nuzul : Studi Pendalaman Al-Quran*, 145.

²⁸ Abdullah bin Abdurrahman Ali Bassam, *Taisur Allam Syarh Umdatul Ahkam*, (Riyadh : Daarul Mughni, 142H-2007M), t.t., 698.

²⁹ Kathur Suhardi, *Syarah Hadits Pilihan Bukhari Muslim* (Jakarta: Darul Falah, 2002), 698.

besar, yang tidak seimbang dengan keuntungan dan manfaat yang diperoleh, maka syariat melarang cara-cara yang hina secara keseluruhannya seperti, menjual anjing, upah yang diterima wanita pezina, dan upah atau imbalan yang diterima orang-orang yang mengikuti dajjal dan tersesat.³⁰

Selanjutnya, adapula hadis Rasulullah SAW yang diriwayatkan Rifa'ah bin Rafi' al-Bazar dan Hakim:

سُئِلَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ أَفْضَلُ
قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya: Rasulullah SAW bersabda ketika ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan yang paling baik: Rasulullah ketika itu menjawab: pekerjaan yang dilakukan dengan tangan seseorang sendiri dan setiap jual beli yang diberkahi (jual beli yang jujur tanpa diiringi kecurangan).” (H.R. Bukhari)³¹

Berdasarkan hadis di atas, dapat dipahami bahwa pekerjaan yang paling baik ialah jual beli. Jual beli harus jujur tanpa diiringi kecurangan. Jual beli harus disertai dasar saling merelakan.

c. Dasar dalam Ijma'

Sementara legitimasi dari ijma' adalah ijma' ulama dari berbagai kalangan mazhab telah bersepakat akan disyariatkannya dan di halalkannya jual beli. Jual beli sebagai mu'amalah melalui sistem barter telah ada sejak zaman dahulu. Islam datang memberi legitimasi dan

³⁰ Suhardi, 698–99.

³¹ Al Imam Zainuddin Ahmad bin Abdul Lathif az-Zabidi, *Mukhtashar Shahih Al-Bukhari*, Terj. Abdurrahman Nuryaman, (Jakarta: Darul Haq, 2017), 407

memberi batasan dan aturan agar dalam pelaksanaannya tidak terjadi kezaliman atau tindakan yang dapat merugikan salah satu pihak.³²

Berdasarkan dasar hukum sebagaimana tersebut di atas, maka jual beli itu hukumnya adalah mubah. Artinya jual beli itu diperbolehkan hanya saja di dalam jual beli harus berdasarkan dengan syarat-syarat yang sesuai dengan Hukum Islam.

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

a. Rukun Jual Beli

Dalam rukun jual beli ada perbedaan pendapat dalam menetapkannya. Menurut Ulama hanafiyah, rukun jual beli adalah adanya Ijab dan Qabul dalam pertukaran barang secara ridha, baik ucapan maupun perbuatan.³³

Sementara menurut Ulama Malikiyah, rukun jual beli ada tiga, yaitu aqidain (dua orang yang berakad yaitu penjual dan pembeli), ma'qud 'alaih (barang yang diperjualbelikan dan nilai tukar pengganti barang), shigat (ijab dan qabul).³⁴

Ulama Syafi'iyah juga berpendapat sama dengan Ulama Malikiyah di atas, sementara Ulama Hanbaliyah berpendapat sama dengan Ulama Hanafiyah.

Sedangkan menurut Jumhur Ulama Rukun Jual Beli adalah:

1) Ba'i (Penjual)

³² Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 25.

³³ Idris, *Hadis Ekonomi Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Kencana, 2015), p. 172.

³⁴ Hidayat, p. 17.

- 2) Mustari (Pembeli)
- 3) Sighat (Ijab dan Qabul)
- 4) Ma'qud alayh (Benda atau barang).³⁵

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) rukun jual beli ada tiga, yaitu :

- 1) Pihak-pihak
- 2) Objek
- 3) Kesepakatan.³⁶

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut di atas, maka secara ringkas rukun jual beli yang ideal yaitu adanya kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli, adanya barang yang menjadi objek jual beli, adanya lafadz dalam transaksi jual beli tersebut dan hendaklah dipenuhi, sebab jika salah satu rukun tidak dipenuhi, maka perbuatan tersebut tidak dikategorikan sebagai perbuatan jual beli.

b. Syarat Jual Beli

Dalam Jual Beli terdapat empat macam syarat, yaitu syarat terpenuhinya akad (*in 'iqad*), syarat terlaksananya jual beli (*nafadz*), syarat sahnya akad, dan syarat mengikat (*luzum*). Adanya syarat-syarat ini dimaksud untuk menjamin bahwa jual beli yang dilakukan akan membawa kebaikan bagi kedua belah pihak dan tidak ada yang dirugikan.³⁷

³⁵ Ikit, Artiyanto, and Muhammad Saleh, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Gava Media, 2018), p. 82.

³⁶ Fauzan, p. 30.

³⁷ Mustofa, p. 25.

1) Syarat terpenuhinya akad (*in 'iqad*).

Syarat ini merupakan syarat yang harus dipenuhi masing-masing akad jual beli. Syarat ini ada empat, yaitu para pihak yang melakukan transaksi, akad, lokasi atau tempat terjadinya akad, dan objek transaksi. Syarat yang terkait dengan pihak yang melakukan transaksi atau akad ada dua :

a) Pihak yang melakukan transaksi harus berakal dan *mumayyiz*.

Dengan adanya syarat ini maka transaksi yang dilakukan oleh orang gila maka tidak sah. Menurut ulama Hanafiyah dalam hal ini tidak disyaratkan harus baligh, transaksi yang dilakukan anak kecil yang sudah *mumayyiz* (berumur tujuh tahun, tetapi belum baligh) adalah sah.

b) Pihak yang melakukan transaksi harus lebih dari satu pihak, karena tidak mungkin akad hanya dilakukan oleh satu pihak, di mana dia menjadi orang yang menyerahkan dan yang menerima.³⁸

Syarat yang terkait dengan akad hanya satu, yaitu kesesuaian antara ijab dan qabul. Sementara mengenai syarat tempat akad, akad harus dilakukan dalam satu majelis. Sedangkan

³⁸ Nizaruddin, *Fiqih Muamalah* (Yogyakarta: Idea Press, 2007), p. 97.

syarat yang berkaitan dengan barang yang dijadikan objek transaksi ada empat, yaitu :

- a) Barang yang dijadikan objek transaksi harus ada, tidak boleh akad atas barang-barang yang tidak ada atau dikhawatirkan tidak ada, seperti jual beli buah yang belum tampak, atau jual beli anak hewan yang masih dalam kandungan.
- b) Objek transaksi berupa barang yang bernilai, halal, dapat dimiliki, dan benda yang dapat dimanfaatkan dan disimpan.
- c) Benda yang dijadikan objek tersebut merupakan milik sendiri.
- d) Objek harus dapat diserahkan saat transaksi.³⁹

2) Syarat terlaksananya jual beli (*nafadz*) ada dua, yaitu :

- a) Kepemilikan dan otoritasnya. Artinya masing-masing pihak yang terlibat dalam transaksi harus cakap hukum dan merupakan pemilik otoritas atau kewenangan untuk melakukan penjualan atau pembelian suatu barang. Otoritas ini dapat diwakilakan kepada orang lain yang juga harus cakap hukum.
- b) Barang yang menjadi objek transaksi jual beli benar-benar milik sah penjual, artinya tidak tersangkut dengan kepemilikan orang lain.⁴⁰

3) Syarat sahnya akad ada dua macam, yaitu syarat umum dan syarat khusus. Adapaun syarat umum adalah syarat-syarat yang telah disebutkan di atas dan ditambah empat syarat, yaitu :

³⁹ Syafei, pp. 78–79.

⁴⁰ Mustofa, p. 26.

- a) Barang dan harganya diketahui (nyata)
- b) Jual beli tidak boleh bersifat sementara (*muaqqat*)
- c) Transaksi jual beli harus membawa manfaat
- d) Tidak adanya syarat yang dapat merusak transaksi, seperti syarat yang menguntungkan salah satu pihak.

Sementara syarat khusus ada lima, yaitu :

- a) Barang dan harga penggantinya sama nilainya
- b) Salah satu dari barang yang ditukar bukan utang piutang
- c) Pernyataan kehendak harus dilakukan secara bebas, tanpa paksaan orang lain
- d) Bebas dari *gharar*
- e) Bebas dari riba.⁴¹

4) Syarat mengikat (*luzum*) yaitu :

- a) Terbebas dari sifat atau syarat yang dasarnya tidak mengikat para pihak
- b) Terbebas dari khiyar, akad yang masih tergantung dengan hak khiyar baru mengikat ketika hak khiyar telah berakhir, selama hak khiyar belum berakhir, maka akad tersebut belum mengikat.⁴²

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) syarat objek yang diperjualbelikan adalah sebagai berikut :

- a. Barang yang dijualbelikan harus sudah ada

⁴¹ Mustofa, pp. 28–29.

⁴² Mustofa, p. 30.

- b. Barang yang dijualbelikan harus dapat di serahkan
- c. Barang yang dijualbelikan harus berupa barang yang memiliki nilai/harga tertentu
- d. Barang yang dijualbelikan harus halal
- e. Barang yang dijualbelikan harus diketahui oleh pembeli
- f. Kekhususan barang yang diperjualbelikan harus diketahui
- g. Penunjukan dianggap memenuhi syarat kekhususan barang yang dijualbelikan, apabila barang itu ada di tempat jual beli
- h. Sifat barang yang dapat diketahui secara langsung oleh pembeli tidak memerlukan penjelasan lebih lanjut
- i. Barang yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu akad.⁴³

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik suatu kesimpulan secara umum tujuan adanya semua syarat tersebut adalah untuk menghindari pertentangan diantara manusia, menjaga kemaslahatan orang yang sedang akad, dan untuk menghindari jual beli *gharar* (unsur penipuan). Apabila syarat tersebut dilaksanakan dengan baik, maka jual beli yang dilaksanakan sesuai dengan Hukum Islam yang berlaku.

4. Bentuk-Bentuk Jual Beli

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi. Ditinjau dari segi hukumnya, jual beli ada dua macam, jual beli yang sah menurut hukum dan batal menurut hukum, dari segi objek jual beli dan segi pelaku jual beli.⁴⁴ Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek barang yang di jualbelikan dapat dibagi menjadi empat macam:

- a. Bai' al-mutlak, yaitu tukar-menukar suatu benda dengan mata uang.
- b. Bai' al-salam atau salaf, yaitu tukar-menukar utang dengan barang atau menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda dengan pembayaran modal lebih dahulu.
- c. Bai' al-sharf, yaitu tukar menukar mata uang dengan mata uang lainnya baik sama jenisnya atau tidak. Atau tukar-menukar emas dengan emas atau perak dengan perak.

⁴³ Fauzan, p. 34.

⁴⁴ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Pers, 2010), p. 75.

- d. Bai' al-muqayadhah (barter), yaitu tukar menukar harta dengan harta selain emas dan perak. Jual beli ini disyaratkan harus sama dalam jumlah kadarnya. Misalnya tukar-menukar kurma dengan gandum.⁴⁵

Ditinjau dari segi pelaku akad (subjek), jual beli terbagi menjadi tiga bagian, dengan lisan, dengan perantara, dan dengan perbuatan.

- a. Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan oleh banyak orang. Bagi orang bisu diganti dengan isyarat karena isyarat merupakan pembawaan alami dalam menampakkan kehendak. Hal yang dipandang dalam akad maksud atau kehendak dan pengertian, bukan pembicaraan dan pernyataan.
- b. Penyampaian akad jual beli melalui utusan, perantara, tulisan, atau surat-menyurat sama halnya dengan ijab kabul dengan ucapan, misalnya via pos dan Giro. Jual beli ini dilakukan antara penjual dan pembeli tidak berhadapan dan satu mejelis akad, tetapi melalui Pos dan Giro, jual beli seperti ini diperbolehkan menurut syara'.
- c. Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau deikenal dengan istilah mu'athah yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa ijab dan qabul, seperti seseorang mengambil barang yang sudah bertuliskan label harganya, dibandrol oleh penjual dan kemudian diberikan uang pembayarannya kepada penjual. Jual beli dengan cara demikian dilakukan tanpa sighthat ijab qabul antara penjual dan pembeli, menurut sebagian ulama tentu hal ini dilarang sebab ijab qabul sebagai rukun jual beli.⁴⁶ Tetapi sebagian ulama lainnya seperti Imam Nawai membolehkan jual beli barang kebutuhan sehari-hari dengan cara yang demikian, yaitu tanpa ijab dan qabul terlebih dahulu.

5. Jual Beli yang Dilarang

Jual beli yang dilarang juga ada yang batal ada pula yang terlarang tetapi sah. Jual beli yang di larang dan batal hukumnya dalah sebagai berikut:

- a. Barang yang hukumnya najis oleh agama, seperti anjing, benda berhala, bangkai, dan khamar.
- b. Jual beli sperma (mani) hewan, seperti mengawinkan seekor domba jantan dengan betina agar dapat memperoleh turunan, jual beli ini haram hukumnya

⁴⁵ Hidayat, p. 48.

⁴⁶ Ahmad Mukhlisin, 'Sistem Jual Beli Pupuk Kandang Perspektif Imam Syafi'i Dan Imam Hanafi', 2.2 (341AD), 2017 (p. 341).

- c. Jual beli anak binatang yang masih berada dalam perut induknya. Jual beli seperti ini dilarang, karena barangnya belum ada dan tidak tampak.
- d. Jual beli dengan *muhaqallah*. *Baqalah* berarti tanah, sawah, dan kebun, maksud muhaqallah disini adalah menjual tanam-tanaman yang masih di ladang atau sawah. Hal ini dilarang agama sebab ada persangkaan riba di dalamnya.
- e. Jual beli dengan *mukhadharah*, yaitu menjual buah-buahan yang belum pantas untuk dipanen, seperti menjual rambutan yang masih hijau, mangga yang masih kecil-kecil, dan yang lainnya. Hal ini dilarang karena barang tersebut masih samar, dalam artian mungkin saja buah tersebut jatuh tertiuip angin kencang atau yang lainnya sebelum diambil oleh pemiliknya.
- f. Jual beli dengan *muammassah*, yaitu jual beli secara sentuh-menentuh, misalkan seseorang menyentuh sehelai kain dengan tangannya di waktu malam atau siang hari, maka orang yang menyentuh berarti telah membeli kain tersebut. Hal ini dilarang karena mengandung tipuan dan kemungkinan akan menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak.
- g. Jual beli dengan *munabadzah*, yaitu jual beli secara lempar-melempar, seperti seseorang berkata, “lemparkan kepadaku apa yang ada padamu, nanti kulemparkan pula kepadamu apa yang ada padaku”. Setelah terjadi lempar-melempar, terjadilah jual beli. Hal ini dilarang karena mengandung tipuan dan tidak ada ijab dan kabul.
- h. Jual beli *muzabahanah*, yaitu menjual buah yang basah dengan buah yang kering, seperti menjual padi kering dengan bayaran padi basah, sedangkan ukurannya dengan dikilo sehingga akan merugikan pemilik padi kering. Hal ini dilarang oleh Rasulullah SAW.
- i. Jual beli gharar, yaitu jual beli yang samar sehingga ada kemungkinan terjadi penipuan, seperti penjualan ikan yang masih di kolam atau menjual kacang tanah yang atasnya kelihatan bagus tetapi dibawahnya jelek. Penjualan seperti ini dilarang.⁴⁷

Berdasarkan uraian tersebut di atas dipahami bahwa terdapat beberapa bentuk jual beli, di antaranya dapat dilihat dari objek barang yang dijualbelikan, dilihat dari segi pelaku akad (subjek), dan dilihat dari segi dilarang dan batal hukumnya. Jual beli itu diperbolehkan dalam Islam. Hal ini dikarenakan jual beli adalah sarana manusia dalam mencukupi kebutuhan mereka, dan menjalin silaturahmi antara mereka. Namun

⁴⁷ Suhendi, pp. 78–81.

demikian, tidak semua jual beli diperbolehkan. Ada juga jual beli yang dilarang karena tidak memenuhi rukun atau syarat jual beli yang sudah disyariatkan.

6. Larangan dalam Jual Beli Menurut Islam

Rasullullah sangat melarang sikap dan perilaku negatif dalam jual beli, diantaranya adalah:

a. Jual beli dengan penipuan

Penipuan dapat merugikan orang lain dan melanggar hak asasi jual beli yaitu suka sama suka. Orang yang tertipu jelas tidak suka karena haknya dikurangi atau dilanggar. Jual beli yang mengandung penipuan adalah jual beli sesuatu yang tidak diketahui hasilnya, atau tidak bisa diserahkan, atau tidak diketahui hakikat dan kadarnya, misalnya jual beli burung yang masih terbang diangkasa, jual beli binatang yang masih dalam kandungan induknya, dan sebagainya.

b. Jual beli hashah

Yaitu jual beli dengan menggunakan undian atau dengan adu ketangkasan, agar mendapatkan barang yang dibeli sesuai dengan undian yang didapat.

c. Jual beli dengan menyembunyikan cacat barang yang dijual.

Yaitu menjual barang yang sebenarnya cacat dan tidak layak untuk dijual, tetapi penjual menjualnya dengan memanipulasi seakan-akan barang tersebut sangat berharga dan berkualitas. Jual beli seperti ini tidak boleh karena mengandung unsur penipuan dan pemalsuan,

maka seharusnya penjual harus memberitahu pembeli apabila ada cacat, apabila tidak maka ada ancaman

- d. Jual beli yang menjual barang yang sudah dibeli orang lain (bay' rajul 'ala bay' akhih)

Barang yang sudah dibeli orang lain tidak boleh dijual kembali kepada orang lain lagi, karena barang yang sudah dijual itu menjadi milik pembeli sehingga penjual tidak boleh menjualnya kembali

- e. Jual beli dengan cara mencegat barang dagangan sebelum sampai dipasar (bay' al-hadhir li al-badi)

Yaitu mencegat pedagang dalam perjalanannya sebelum sampai di pasar sehingga orang yang mencegatnya dapat membeli barang lebih murah dari harga di pasar sehingga mendapatkan keuntungan yang lebih banyak.

- f. Jual beli secara curang (najsyi') supaya harga barang lebih tinggi.

Yaitu menawar harga tinggi untuk menipu pengunjung lainnya. Misalnya, dalam suatu transaksi atau pelelangan, ada penawaran atas suatu barang tertentu, kemudian ada seseorang yang menaikkan harga tawarannya, padahal ia tidak berniat untuk membelinya. Dia hanya ingin menaikkan harganya untuk memancing pengunjung lainnya dan untuk menipu para pembeli, baik orang ini bekerja sama dengan penjual ataupun tidak.

g. Jual beli dengan cara paksaan (bay' al- ikhrah)

Jika seseorang dipaksa untuk melakukan jual beli, maka jual beli itu tidak sah. Hanya saja, jika ada kerelaan setelah terjadinya paksaan, maka jual beli tersebut sah. Jual beli kategori ini tidak mengikat pembeli dan penjual sehingga keduanya mempunyai kebebasan memilih untuk meneruskan jual beli atau membatalkannya setelah paksaan terjadi.⁴⁸

Berdasarkan uraian tersebut di atas dipahami bahwa Rasulullah sangat melarang sikap dan perilaku negatif dalam jual beli yang di dalamnya mengandung unsur peniupuan. Faktor yang menyebabkan jual beli dilarang dalam Islam adalah adanya unsur kezhaliman (Al-Zhulum) yang meliputi masalah Jual beli Najsy, Ihtikar, Ghisysy, merampas hak cipta, menjual barang yang masih dalam proses transaksi dengan orang atau menawar barang yang masih di-tawar orang lain, menjual barang yang digunakan untuk maksiat.

B. Follower Sosial Media Instagram

1. Pengertian Follower Sosial Media Instagram

Instagram berasal dari kata “ Insta” yang asalnya “instan” dan “gram” dari kata “telegram”.⁴⁹ Instagram merupakan aplikasi untuk photo-sharing dan layanan jejaring sosial online yang memungkinkan penggunaanya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital untuk

⁴⁸ Idris, pp. 159–71.

⁴⁹ Meutia Puspita Sari, ‘Fenomena Pengguna Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau’, *JOM FISIP*, 4.2 (2017), 5–6 (pp. 5–6).

mereka, dan berbagi hasilnya melalui berbagai layanan social media seperti facebook, Twitter dan situs lainnya.⁵⁰ Instagram menjadi multifungsi saat ini, bukan hanya untuk media berkomunikasi saja, melainkan bisa untuk media promosi dan popularitas. Pengaruh besar dalam Instagram adalah *Follower*.

Follower merupakan bentuk noun atau kata benda dalam bahasa inggris, arti dari *follower* sendiri adalah “Pengikut”.⁵¹ Dalam setiap account Instagram yang memiliki *Follower* semakin banyak, maka popularitas *account* tersebut semakin meningkat, hal itu yang menjadikan peluang untuk memanfaatkan popularitas dari *account* tersebut, sebagai peluang dalam kegiatan berekonomi. Semakin banyak orang yang menyadari bahwa Instagram merupakan alat promosi yang sangat digemari.

Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting. Dimana jumlah tanda suka dari pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Bahkan apabila untuk penggunaan bisnis *online* penjualan barang maupun jasa pengikut sebagai acuan apakah akun tersebut dapat dipercaya atau tidak karena memiliki banyak *follower* yang dimilikinya. Ketika seseorang sudah punya banyak *follower*, secara otomatis ia mempunyai reputasi sehingga menarik minat dari sejumlah vendor untuk memasang iklan di akun Instagram mereka. Karena fenomena tersebutlah kini banyak

⁵⁰ M.Arif Wicaksono, ‘Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers’, *JOM FISIP*, 4.2 (2017), 7 (p. 7).

⁵¹ Rahayu, ‘Follower vs Following’, 2020.

pengguna Instagram yang sedang berlomba-lomba untuk membuat konten yang menarik untuk mendapatkan *follower*. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang membeli *follower* secara instan.⁵² Leny Apriyanti salah satu pembeli Follower mengatakan keuntungan membeli *follower* sosial media instagram secara instan adalah sebagai berikut :

- a. Lebih praktis, lebih cepat mempunyai banyak follower.
- b. Lebih cepat terkenal
- c. Hemat waktu, karena hanya menyiapkan uang saja kemudian ditransfer lewat rekening ataupun pulsa dalam hitungan menit sudah bisa bertambah jumlah follower yang diinginkan
- d. Tanpa password. Hanya dengan memberikan username instagram saja
- e. Biaya yang ditentukan relatif murah.⁵³

Berdasarkan hasil pemaparan di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa Instagram merupakan aplikasi multifungsi saat ini, bukan hanya untuk media berkomunikasi saja, melainkan bisa untuk media promosi dan popularitas. Pengaruh besar dalam Instagram adalah *Follower*. *Follower* itu sendiri adalah pengikut dalam jejaring sosial Instagram, dalam setiap *account* Instagram yang memiliki *Follower* semakin banyak, maka popularitas *account* tersebut semakin meningkat, hal itu yang menjadikan peluang untuk memanfaatkan popularitas dari *account* tersebut, sebagai peluang dalam kegiatan berekonomi.

⁵² Kaeng, Penjual Follower, 2020.

⁵³ Leny Apriyanti, Pembeli Follower, 2020.

2. Dasar Hukum Jual Beli *Follower*

Jual Beli *Follower* Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

a. Adanya penjual dan pembeli (pasal 17).

Adanya penjual dan pembeli seperti yang terdapat dalam pasal 17 UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE yang menyatakan bahwa lingkup transaksi elektronik yang bersifat publik maupun privat telah diatur dalam Peraturan Pemerintah dan haruslah mengikuti aturan UU yang berlaku. Adanya pihak yang saling membutuhkan sesuatu melalui proses tawar menawar. Pihak pertama disebut penjual dan pihak kedua disebut sebagai pembeli.⁵⁴

b. Objek transaksi disini adalah account instagram (pasal 18).

Objek transaksi disini adalah account instagram seperti yang terdapat dalam pasal 18 UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE yang menyatakan bahwa transaksi elektronik baru mengikat ketika telah diadakan kontrak elektronik, selanjutnya para pihak diberi kewenangan untuk memilih lembaga penyelesaian sengketa. Apabila para pihak tidak memilih lembaga penyelesaian sengketa, maka yang berlaku untuk menangani sengketa didasarkan pada asas hukum perdata internasional. Benda yang menjadi objek jual beli harus benda tertentu atau dapat ditentukan, baik wujud, jenis, jumlah, maupun harganya dan benda itu memang benda yang boleh diperdagangkan. Benda yang

⁵⁴ 'Pasal 17 Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang ITE'.

dijualbelikan itu status nya jelas dan sah menurut hukum, diketahui secara jelas calon pembeli, dijual ditempat umum, dan tidak merugikan calon pembeli yang jujur.⁵⁵

- c. Terdapat alat tukar yaitu berupa uang dan objek transaksi (*account* instagram) (pasal 19).

Terdapat alat tukar yaitu berupa uang dan objek transaksi (*account*instagram) seperti yang terdapat dalam pasal 19 UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE yang menyatakan bahwa para pihak yang melakukan transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang disepakati. Melakukan kontrak dengan jasa chatting dan video conference ini hampir sepenuhnya sama dengan melakukan kontrak secara umum, yang membedakannya hanyalah bahwa posisi dan lokasi para pihak berlainan dan tidak berada di suatu tempat, karena sifat kontrak Online melalui e-mail adalah suatu kontrak on-line yang cukup populer, karena pengguna e-mail saat ini sangat banyak dan mendunia dengan biaya yang relatif murah serta waktu yang cukup efisien, bisa juga melalui Chatting dan web.⁵⁶

- d. Transaksi dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (cod maupun transfer) (pasal 20)

Transaksi dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (cod maupun transfer) seperti yang terdapat dalam pasal 20 UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE yang menyatakan bahwa para pihak

⁵⁵ 'Pasal 18 Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang ITE'.

⁵⁶ 'Pasal 19 Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang ITE'.

menyepakati sistem elektronik yang akan digunakan untuk melakukan transaksi, transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui oleh penerima sebagaimana yang ditentukan dalam Pasal 20 ayat (1) UUIE. Maka, dalam hal ini transaksi elektronik baru terjadi jika adanya penawaran yang dikirimkan kepada penerima dan adanya persetujuan untuk menerima penawaran setelah penawaran diterima secara elektronik.⁵⁷

- e. Terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli (pasal 21).

Terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli seperti yang terdapat dalam pasal 21 UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE yang menyatakan bahwa Pengirim atau Penerima dapat melakukan Transaksi Elektronik sendiri, melalui pihak yang dikuasakan olehnya, atau melalui Agen Elektronik. Ketika terjadi kata sepakat, maka perjanjian jual beli itu sah dan mengikat kedua belah pihak untuk memenuhinya jual beli followers instagram. Segala data, informasi, atau catatan elektronik yang berkaitan dengan dua orang atau lebih yang memiliki akibat hukum merupakan pendukung suatu transaksi elektronik.⁵⁸

3. Bentuk-bentuk Jual Beli *Follower*

Keberadaan penjual *follower* ini sebenarnya sama dengan transaksi pada umumnya yaitu adanya penjual, pembeli, objek yang diperjual belikan, dalam hal jual beli *follower*, ada dua macam yang di tawarkan yaitu *follower* aktif dan *follower* pasif :

⁵⁷ 'Pasal 20 Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang ITE'.

⁵⁸ 'Pasal 21 Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang ITE'.

- a. *Follower* aktif adalah akun yang masih aktif atau akun instagram yang masih di gunakan untuk melakukan aktifitas yang berkaitan dengan Instagram, seperti mem-*follow*, meng-*unfollow*, *comment*, *like*, atau yang lainnya.
- b. *Follower* pasif adalah akun yang sudah tidak di pergunakan lagi oleh pemiliknya. Biasanya *follower* pasif adalah *follower* dari akun instagram orang-orang luar negeri.⁵⁹

Berdasarkan hasil pemaparan di atas dapat dipahami bahwa dalam jual beli *Follower* Instagram, *Follower* itu sendiri ada yang aktif dan pasif. *Follower* aktif merupakan *follower* yang aktif dan sering berinteraksi dalam sosial media., sedangkan *follower* pasif merupakan akun mati atau tidak aktif dalam sosial media.

4. Jual Beli *Follower* Sosial Media Instagram Menurut Hukum Ekonomi Syariah

Sebagaimana yang dituliskan dalam buku Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dijelaskan bahwa jual beli *follower* dibolehkan dengan memenuhi 3 kriteria, kriteria tersebut diantaranya adalah:

- a. Peruntukannya Halal dan Legal

Jual Beli *follower* diperbolehkan apabila fungsi dari *follower* tersebut digunakan untuk sesuatu yang halal dan legal. Jual beli ini tidak diperkenankan apabila untuk tujuan yang tidak halal atau bertentangan dengan peraturan.

⁵⁹ <https://exrush.com/mengenal-followers-bot-atau-pasif-pada-instagram/> diakses pada 29 Juli 2020.

- b. *Follower* dijual dan didapatkan dengan cara yang halal dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Penjual *follower* mendapatkan cara menjual *follower* dengan cara halal dan legal. Di antara contoh yang dilarang adalah menggunakan akun palsu/robot dan menggunakan akun orang lain tanpa sepengetahuan atau seizinnya karena itu berarti menggunakan hak orang lain secara bathil.

- c. Jelas Manfaat, Kualitas dan Kuantitasnya

Jika transaksi ini menggunakan jual beli salam maka manfaat yang diperjualbelikan harus jelas secara kualitas dan kuantitasnya. Selain itu, kejelasan harus ada pada waktu penyerahan dan bisa diserahterimakan.⁶⁰

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa jual beli *follower* dibolehkan dengan memenuhi 3 kriteria. Apabila 3 kriteria tersebut tidak terpenuhi maka jual beli *follower* menjadi terlarang.

⁶⁰ Fauzan, *Komplisai Hukum Ekonomi Syariah*, 34.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dapat juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif.⁶¹ Tujuan Penelitian lapangan ini adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.⁶² Dalam hal ini peneliti akan langsung mengamati praktik jual beli *follower* di media sosial instagram di Kota Metro.

B. Sifat Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi.⁶³

Penelitian dalam skripsi ini adalah deskriptif yaitu penelitian lapangan yang memberikan gambaran bagaimana praktik jual beli *follower* sosial media instagram kemudian akan di analisis dari sudut pandang Hukum Islam, baik praktek jual beli maupun objek yang diperjual belikan apakah sudah sejalan dan sesuai dengan hukum atau tidak.

⁶¹ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 26.

⁶² Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 46.

⁶³ Narbuko dan Achmadi, 44.

C. Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data tersebut, kemudian peneliti klarifikasikan pada:

1. Sumber Data Primer

Sumber Data Primer yaitu sumber data yang langsung memberikan informasi kepada pengumpul data.⁶⁴ Dalam hal ini data primer yang diperoleh penelitian bersumber dari penjual *follower* yang dilakukan melalui internet sosial media instagram dan pembeli *follower* yang dilakukan wawancara langsung di Kota Metro dan Seorang Ahli IT. Dengan menggunakan teknik *snowball* sampling. Teknik *snowball* sampling adalah penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil menjadi membesar seperti bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan sampel pertama dipilih satu dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang di berikan, maka peneliti mencari orang lain yang di anggap lebih tahu dan dapat memberikan data yang lebih lengkap.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁶⁵

Dalam penelitian ini sumber data sekunder yang digunakan adalah bahan yang di dapati dari buku-buku, surat kabar berupa karya

⁶⁴ Nasution, *Metode Research (penelitian Ilmiah)* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 143.

⁶⁵ 143.

ilmiah seperti bahan pustaka, jurnal dan lain sebagainya serta bahan lainnya yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data dengan cara wawancara dan dokumentasi:

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁶⁶ Tujuan wawancara ialah untuk mengumpulkan informasi dan bukannya untuk merubah atau mempengaruhi pendapat responden.⁶⁷

Dalam penelitian skripsi ini peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur yang dilakukan kepada pembeli *follower* dan penjual *follower*.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan benda-benda yang menjadi dokumentasi notulen, catatan harian, dan sebagainya. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data-data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan.⁶⁸

⁶⁶ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 186.

⁶⁷ Narbuko dan Achmadi, *Metodologi Penelitian*, 86.

⁶⁸ Narbuko dan Achmadi, 216.

Teknik dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini mengumpulkan data-data berupa gambar-gambar yang berkaitan dengan jual beli *follower*.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke bentuk yang lebih mudah dibaca dan interpretasikan. Untuk memahami dokumen, teknik yang digunakan adalah kajian isi atau yang sering disebut dengan *content analysis*, yaitu metodologi penelitian yang memanfaatkan seperangkat prosedur untuk menarik kesimpulan yang sah dari sebuah buku atau dokumen.⁶⁹ Sehingga data yang didapat adalah data yang mampu menerangkan tema penelitian yang bertujuan untuk melihat *content-content* yang ada di Instagram.

Setelah data yang terkumpul lengkap, maka peneliti menganalisa data ini dengan menggunakan metode kualitatif yaitu digunakan untuk menggambarkan dan memaparkan tentang praktik jual beli *follower* Instagram, kemudian dianalisis menggunakan Hukum Islam. Kemudian dalam cara pengambilan kesimpulan atas data kualitatif, peneliti menggunakan metode deduktif, yaitu metode yang berangkat pada pengetahuan yang bersifat umum mengenai suatu fenomena (teori) dan bertitik tolak pada pengetahuan umum itu hendak menilai hal-hal yang bersifat khusus. Dalam hal ini adalah praktek jual-beli *followers* sosial media Instagram.

⁶⁹ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 220.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Realitas Jual-Beli *Follower* Sosial Media Instagram di Kota Metro

Sejarah kelahiran Kota Metro bermula dengan dibangunnya sebuah induk desa baru yang diberi nama Trimurjo, yang diperuntukkan menampung para Kolonis.⁷⁰

Kedatangan Kolonis pertama pada hari Sabtu, 4 April 1936 dan ditempatkan (ditampung) pada bedeng-bedeng yang sudah disiapkan oleh Pemerintah Hindia Belanda. Letak bedeng-bedeng tersebut kalau sekarang ini adalah di samping kantor PLN atau di belakang Masjid Taqwa Metro.⁷¹

Tiga hari setelah kedatangan Kolonis, tepatnya pada hari Selasa, 7 April 1936, para Kolonis memperoleh bagian tanah pekarangan. Setelah itu, mulailah para Kolonis menebang pohon-pohon besar untuk dibangun sebagai tempat tinggal dan lahan pertanian.⁷²

Desa Trimurjo ini berkembang dengan pesat, penduduk Kolonis pun semakin bertambah, hubungan (transportasi) secara berangsur mulai terbuka, kegiatan perekonomian mulai tumbuh dan berkembang.⁷³

Pemerintah Hindia Belanda menyiapkan daerah baru ini secara terencana, peruntukkan perumahan, perkantoran, lapangan, pasar, lahan pertanian, dan penggunaan lahan untuk keperluan lainnya telah tertata dengan

⁷⁰<https://info.metrokota.go.id/metro-tempoe-doeloe/> diakses pada 9 Juli 2020.

⁷¹<https://info.metrokota.go.id/metro-tempoe-doeloe/> diakses pada 9 Juli 2020.

⁷²<https://info.metrokota.go.id/metro-tempoe-doeloe/> diakses pada 9 Juli 2020.

⁷³<https://info.metrokota.go.id/metro-tempoe-doeloe/> diakses pada 9 Juli 2020.

baik. Sehingga, pada perkembangannya sangat mempengaruhi keserasian dan keindahan Kota Metro hingga saat ini.⁷⁴

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dapat diketahui, bahwa awal mula kelahiran Kota Metro adalah dengan dibangunnya sebuah induk desa baru yang diberi nama Trimurjo, yang diperuntukkan menampung para Kolonis. Pemerintah Hindia Belanda menyiapkan daerah baru ini secara terencana, peruntukkan perumahan, perkantoran, lapangan, pasar, lahan pertanian, dan penggunaan lahan untuk keperluan lainnya telah tertata dengan baik.

Secara geografis, Kota Metro terletak pada 105,170-105,190 Bujur Timur dan 5,60-5,80 Lintang Selatan, berjarak 45 km dari Kota Bandar Lampung (Ibu Kota Provinsi Lampung). Wilayah Kota Metro relatif datar dengan ketinggian antara 30-60 m di atas permukaan laut. Beriklim hujan tropis. Suhu udara berkisar antara 260-280°. Kelembaban udara rata-rata 80-88% dan curah hujan per tahun antara 2,264 mm-2.868 mm. Bulan hujan berkisar antara September sampai Mei.⁷⁵

Kota Metro memiliki luas wilayah 68,74 km² atau 6.874 ha, dengan jumlah penduduk 150.950 jiwa yang tersebar dalam lima wilayah kecamatan dan dua puluh dua puluh dua kelurahan dengan batas wilayah:

1. Sebelah Utara dengan Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah dan Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur.

⁷⁴<https://info.metrokota.go.id/metro-tempoe-doeloe/> diakses pada 9 Juli 2020.

⁷⁵<https://info.metrokota.go.id/selayang-pandang/> diakses pada 9 Juli 2020.

2. Sebelah Timur dengan Kecamatan Pekalongan dan Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur.
3. Sebelah Selatan dengan Kecamatan Metro Kibang, Kabupaten Lampung Timur.
4. Sebelah Barat dengan Kecamatan Trimurjo, Kabupaten Lampung Tengah.⁷⁶

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dapat diketahui, bahwa Kota Metro berjarak 45 km dari Kota Bandar Lampung (Ibu Kota Provinsi Lampung). Kota Metro memiliki luas wilayah 68,74 km² atau 6.874 ha, dengan jumlah penduduk 150.950 jiwa yang tersebar dalam lima wilayah kecamatan dan dua puluh dua puluh dua kelurahan.

Latar belakang suku penduduk di Kota Metro beraneka ragam, sebagian di antaranya berasal dari Jawa, Sumatera Barat, Lampung, dan Tionghoa. Seni budaya juga berkembang sesuai dengan daerah asalnya. Keanekaragaman budaya ini menjadikan keunggulan tersendiri bagi Kota Metro untuk menarik wisatawan.⁷⁷

Guna mempromosikan objek wisata dan budaya daerah, maka pada peringatan Hari Jadi Kota Metro setiap tanggal 9 Juni, Pemerintah Kota Metro menggelar Festival Kota Metro yang digabungkan dengan Metro *Expo*.⁷⁸

Berkaitan dengan uraian tersebut di atas, perkembangan era globalisasi di Kota Metro telah menciptakan adanya ide maupun kreativitas dalam berbisnis. Salah satunya dengan menggunakan sosial media instagram. Karena

⁷⁶<https://info.metrokota.go.id/selayang-pandang/> diakses pada 9 Juli 2020.

⁷⁷<https://info.metrokota.go.id/selayang-pandang/> diakses pada 9 Juli 2020.

⁷⁸<https://info.metrokota.go.id/selayang-pandang/> diakses pada 9 Juli 2020.

instagram merupakan salah satu aplikasi yang sering digunakan bahkan digemari oleh banyak orang dari berbagai kalangan di Kota Metro, mulai dari anak kecil, remaja, hingga usia dewasa dengan beragam jenis profesi menggunakannya. Akibatnya, tidak jarang, instagram menjadi tempat untuk menampilkan *personal branding*, *promotion*, maupun ajang sosialisasi.

Instagram menjadi multifungsi saat ini, bukan hanya untuk media berkomunikasi saja, melainkan juga untuk media promosi dan popularitas. Pengaruh besar dalam aplikasi instagram adalah *follower*. Dalam setiap akun instagram, semakin banyaknya *follower*, maka popularitas akun tersebut akan semakin meningkat.⁷⁹

Namun, tidak mudah untuk sebuah akun agar mendapatkan banyak *follower*, dibutuhkan kreativitas dan juga konsistensi yang tinggi. Tidak semua orang bisa melakukannya, sehingga banyak yang memilih jalan pintas dengan membeli *follower* sosial media instagram. Hasilnya memang tidaklah baik, namun banyak orang yang menggunkannya agar bisa memiliki jumlah *follower* yang maksimal.⁸⁰

Di sisi lain, instagram dijadikan sebagai tempat beradu gengsi bagi generasi milenial masa kini, hingga menarik minat bagi sebagian orang untuk dijadikan sebagi ajang bisnis, salah satunya yakni jual-beli *follower* sosial

⁷⁹ Wawancara, dengan Kaeng sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

⁸⁰ Wawancara, dengan Kaeng sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

media instagram. Hal ini memberikan dampak yang signifikan dalam perkembangan *follower*.⁸¹

Ada dua macam jenis *follower* sosial media instagram yang dijual oleh penjual *follower*, yaitu *follower real* dan *follower unreal*. *Follower real* adalah *follower* yang dimiliki oleh akun pengguna instagram yang melakukan aktivitas dalam bersosial media. Sedangkan, *follower unreal* adalah *follower* yang bersifat pasif, dalam hal ini tidak bisa melakukan aktivitas sosial media.⁸²

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, banyak pengguna instagram di Kota Metro yang lebih memilih untuk membeli *follower real* karena hal itu lebih menguntungkan bagi pihak pembeli.

B. Mekanisme Jual-Beli *Follower* Sosial Media Instagram di Kota Metro

Praktik jual-beli *follower* atau penyedia jasa jual-beli *follower* ini dapat ditemukan keberadaannya di berbagai situs *online*, di antaranya di *google*. Jadi, yang dimaksud dengan praktik di sini adalah pelaksanaan jual-beli *follower* di sosial media instagram. Pelaksanaan jual-beli *follower* tersebut, peneliti akan mendeskripsikannya berdasarkan data dari beberapa informan serta dari berbagai sumber data yang memiliki keterkaitan dengan tema pembahasan Skripsi ini. Berikut adalah beberapa hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap penjual mengenai mekanisme jual-beli *follower* media sosial instagram:

⁸¹ Wawancara, dengan Kaeng sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

⁸² Wawancara, dengan Kaeng sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

1. Transaksi Subjek Hukum *Follower* Sosial Media Instagram

Para penjual dan pembeli dalam bertransaksi menggunakan media elektronik, di antaranya melalui *WhatsApp* dan *Direct Message Instagram*. Kemudian, pembeli memberi tahu mengenai jumlah *follower* instagram yang akan dibeli dan selanjutnya akan diproses oleh penjual.⁸³

2. Penetapan Harga *Follower* Sosial Media Instagram

Harga *follower* sosial media instagram yang dijual bersifat beragam, baik jenis *follower real* maupun *follower unreal*, intinya *follower* yang dijual berupa *follower real* dan *follower unreal*.

Gambar 4.1 Contoh *Follower Real*



⁸³ Wawancara, dengan Kaeng sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

Gambar 4.2 Contoh *Follower Unreal*



Dalam penjualannya, penjual menjual kedua jenis *follower* tersebut. Untuk harganya sendiri bervariasi, mulai dari Rp.25.000,- dan seterusnya, tergantung dengan jumlah *follower* yang dibeli. Adapun harga *follower real* sosial media instagram adalah:

Gambar 4.3
Harga *Follower Real* Sosial Media Instagram⁸⁴

PRICE LIST		
FOLLOWERS INDONESIA		
Paket	Followers	Harga
1	100	Rp 25.000
2	300	Rp 50.000
3	500	Rp 100.000
4	600	Rp 125.000
5	1000	Rp 200.000

Paket 100-800 GARANSI TIDAK DROP 1 bulan
 Paket 1000 GARANSI TIDAK DROP 3 bulan
 @randabofollowers

⁸⁴ Wawancara, dengan Ali Hanafiyah sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

Gambar 4.2
 Harga *Follower Unreal* Sosial Media Instagram⁸⁵

FOLLOWER PASIF	
1K FOLLOWER	- 5.000
2K FOLLOWER	- 10.000
3K FOLLOWER	- 15.000

3. Cara Pembayaran *Follower* Sosial Media Instagram

Setelah para pihak telah bersepakat, baik dengan jumlah maupun harga produknya, pihak pembeli memberikan sejumlah uang yang telah disepakatinya. Cara pembayarannya sendiri dengan beberapa cara, dengan melalui transfer pulsa dan atau melalui transfer bank. Setelah pihak pembeli membayar sejumlah uang yang telah disepakatinya, maka pihak penjual akan meminta *username* guna memproses sesuai dengan permintaan pembeli.⁸⁶

4. Proses Penambah *Follower* Sosial Media Instagram

Penjual dalam memproses pesanan pembeli memiliki dua metode dalam menambahkan sebuah *follower* yaitu ketika pembeli memesan

⁸⁵ Wawancara, dengan Ali Hanafiyah sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

⁸⁶ Wawancara, dengan Imam Wahyudi sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

follower real, maka penjual memprosesnya dengan menggunakan sebuah akun tertentu. Sedangkan ketika pembeli memsani sebuah *follower unreal*, maka penjual memprosesnya dengan menggunakan sebuah situs web tertentu. Dalam pemrosesan ini, penjual tidak membutuhkan waktu lama, hanya sekitar tiga puluh menit sampai enam puluh menit atau satu jam dengan cara mengakses sebuah situs. Untuk mendapatkan aplikasi penambah *follower* tersebut, terlebih dahulu membeli kepada agen-agen penjual *follower*. Langkah-langkah yang dilakukan oleh penjual untuk *log in*, yaitu, *pertama*, memasukkan *username* dan *password* (milik penjual), *kedua*, memasukkan *security code* yang sudah ditentukan. Setelah berhasil *log in*, maka tahap berikutnya adalah memilih apa yang akan ditambahkan di akun pembeli, apakah *follower*, *like*, atau *comment*.⁸⁷

Follower yang diperoleh dari aplikasi tersebut yaitu berasal dari akun orang yang telah berlangganan dengan aplikasi *hublaagram* yang ada di situs tersebut dan juga akun *bot* yang dimasukkan ke dalam aplikasi. Biasanya, orang yang berlangganan tersebut adalah orang-orang yang menjual *follower*. Dalam hal berlangganan, ada yang berbayar dan ada juga yang gratis. Bila mana berlangganan serta berbayar, maka keuntungannya yakni mendapatkan 1000 *Follower* dalam sekali pemakaian aplikasi tersebut. Apabila gratis, hanya mendapatkan 100 *Follower* dalam sekali pemakaian.⁸⁸

⁸⁷ Wawancara, dengan Imam Wahyudi sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

⁸⁸ Wawancara, dengan Ali Hanafiyah sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

Setelah proses selesai, pihak penjual akan mengkonfirmasi kepada pihak pembeli bahwa permintaannya telah diproses. Setelah itu, pihak penjual akan mengkonfirmasi ulang kepada pihak pembeli bahwa permintaannya telah diproses dan akun *follower*-nya telah bertambah. Jadi, dalam tahap ini, yakni tahap setelah terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli terkait dengan harga dan jumlah *follower* yang hendak dibelinya, pihak penjual akan memberikan objek barang yang telah dibelinya atau dengan kata lain pihak penjual akan menyerahkan *follower*-nya.⁸⁹

5. Penyerahan Produk atau Objek Hukum *Follower* Sosial Media Instagram

Tahap di mana pihak penjual akan menyerahkan objek yang dibeli oleh penjual dengan cara penjual mengisi sesuai dengan permintaan pembeli melalui sebuah link. Jadi, objek hukum atau benda yang diperjualbelikan tidak dapat diserahkan, karena memang benda tersebut tidak berwujud, namun dapat dilihat dengan cara melihat bertambahnya jumlah *follower* yang dibeli.⁹⁰

Berdasarkan uraian tersebut di atas, di sinilah letak permasalahan dalam penelitian ini, di mana objek pada akad ini selain tidak dapat diserahkan. Objek akad ini sewaktu-waktu dapat menghilang dengan sendirinya atau dihapus oleh pihak instagram, karena pihak instagram tidak menginginkan akun palsu atau akun tidak aktif, sebab merupakan akun robot atau palsu. Lain halnya dengan akun aktif, di mana akun aktif ini dijalankan

⁸⁹ Wawancara, dengan Kaeng sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

⁹⁰ Wawancara, dengan Ali Hanafiyah sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

oleh manusia, bukan robot. Oleh sebab itu, pihak pembeli tidak merasa dirugikan, karena memang kemanfaatannya dapat dirasakan oleh dirinya, misalnya karena jumlah *follower*-nya banyak, kemungkinan besar akan menarik perhatian bagi pengguna akun instagram, di mana akun instagram yang dibeli oleh pembeli diperuntukkan mempromosikan beberapa produk yang dipasarkannya melalui akun Instagram.

Setiap pengguna media sosial seperti instagram yang berhasil menampilkan sisi menarik dan membuat penasaran pengguna lain, pada akhirnya memiliki beberapa keuntungan dan posisi daya tawar tinggi dalam status sosial di masyarakat. Salah satunya adalah potensi untuk menjadi seorang yang dapat memberikan pengaruh kepada orang lain. Dengan pemanfaatan yang tepat, pengguna media sosial memiliki posisi atau derajat tinggi di mata pengguna lain.

Salah satu yang menjadi gengsi dalam menggunakan media sosial instagram adalah jumlah ikon *like*, *viewer video*, *comment* anggota pertemanan, serta *follower*. Bagi generasi masa kini, keseimbangan impian antara *following* (teman atau akun yang diikuti) dan *follower* (teman atau akun yang mengikuti) adalah saat jumlah *follower* lebih banyak dibanding dengan jumlah *following*. Oleh karena itu, banyak pengguna media sosial (salah satunya instagram) yang mencari cara agar mendapatkan jumlah *follower* lebih besar dengan cara yang instan.

Salah satu cara instan yang banyak digunakan adalah dengan membeli *follower* sebagaimana peneliti kemukakan di atas. Namun, perlu diingat,

pembelian *follower unreal* ini bukan tanpa risiko, objek yang diperjualbelikan adalah berupa penambahan *follower*, di mana akun instagram yang nantinya akan dijual sebagai *follower* adalah bukan milik penjual. Hal ini menyebabkan *follower* tersebut dapat meng-*unfollow* sewaktu-waktu akun pembeli, sehingga akan menyebabkan kerugian bagi pembeli itu sendiri, baik yang bertujuan sebagai sarana promosi, menaikkan *personal branding*, ataupun hanya sekadar ingin mempopulerkan diri sendiri.

Kemudian, peneliti juga mencoba mewawancarai pembeli *follower* media sosial instagram terkait dengan manfaat dan tujuan mereka membeli *follower*. Berikut beberapa hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap pembeli *follower* media sosial instagram:

1. Siti Nurhasanah sebagai pembeli *follower* sosial media instagram, mengemukakan bahwa alasan dirinya membeli *follower* sosial media instagram adalah karena untuk menarik pelanggan agar mengunjungi profil instagram (@shehati_decoration) sebagai salah satu akun yang berbisnis dalam bidang dekorasi lamaran, *photobooth*, akikah, *birthday party*, *make-up*, *box* hantaran, dan atau *ring box*. Manfaatnya yakni semakin banyak jumlah *follower* membuat orang menjadi lebih tertarik dan lebih percaya dengan *online shop* miliknya. Kerugian yang ditanggung olehnya apabila membeli *follower unreal* yakni tidak berpengaruh, karena *follower unreal* adalah *follower* yang bersifat *fake* atau *boot*. Sedangkan *follower real* kerugiannya yakni dapat berkurang sewaktu-waktu dan hal tersebut bagi dirinya tidak menguntungkan. Tetapi, demi menarik

pelanggan agar percaya, terpaksa dirinya memilih jalan alternatif yang biasanya dipakai agar cepat menaikkan jumlah *follower*.⁹¹

2. Leny Apriyanti sebagai pembeli *follower* sosial media instagram, mengemukakan bahwa alasan dirinya membeli *follower* sosial media instagram adalah karena iseng saja serta untuk memenuhi gengsi dalam bergaya dalam kehidupan sehari-hari agar dapat terkenal nantinya. Menurut dirinya, manfaatnya sendiri tidak ada, hanya sekadar untuk memenuhi gengsi saja. Kalau membeli *follower real*, kekurangannya bisa hilang atau *unfollowing*, jadi pecuma untuk membelinya. Biasanya, dalam kurun waktu dua minggu, *follower real* akan berkurang sendiri. Kalau kerugiannya sendiri, *follower unreal* jadi tidak ada gunanya, karena akun *fake*, tapi kalau *real* dapat berkurang sendiri, dan hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi dirinya.⁹²
3. Ferdi Chiko sebagai pembeli *follower* sosial media instagram, mengemukakan bahwa alasan dirinya membeli *follower* sosial media instagram adalah karena ingin mendapatkan pengakuan dari orang-orang pengikutnya di sosial media instagram dan agar dapat dikatakan bahwa dirinya eksis serta terlihat lebih terkenal. Adapun manfaatnya, hanya agar tenar dan diperhatikan oleh orang-orang. Kerugiannya sendiri adalah berkurangnya *follower real* namun tidak masalah bagi dirinya, karena

⁹¹ Wawancara, dengan Siti Nurhasanah sebagai Pembeli *Follower* Sosial Media Instagram, 7 Juli 2020.

⁹² Wawancara, dengan Leny Apriyanti sebagai Pembeli *Follower* Sosial Media Instagram, 7 Juli 2020.

yang terpenting dirinya terkenal. *Follower real* tersebut pun berkurangnya secara berangsur-angsur dan tidak langsung berkurang seluruhnya.⁹³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas, maka dapat diketahui, bahwa jual-beli *follower* adalah suatu modal perdagangan yang baru di zaman ini dan baru terjadi di kalangan pengguna sosial media instagram. Jenis jual-beli ini tidak jauh berbeda dengan jual-beli *online* lainnya, yaitu dengan memesan barang terlebih dahulu, pesanan ini dapat diperoleh dengan menghubungi akun instagram penjual *follower* sosial media instagram. Setelah melakukan pemesanan dan sudah dikonfirmasi dengan pihak penjual *follower*, maka setelahnya akan memasuki tahap metode pembayaran terlebih dahulu, kemudian transaksi baru akan diproses oleh penjual. Dalam prosesnya sendiri, membutuhkan jangka waktu pemrosesan yakni antara satu atau tiga hari, sesuai dengan beberapa jumlah *follower* yang dipesan oleh pembeli. Dalam jangka waktu tersebut, penjual bekerja dengan menggunakan sebuah aplikasi tertentu untuk menambahkan *follower* sosial media instagram secara bertahap, hingga pesanan pembeli tersebut dapat terpenuhi.

C. Analisis Hukum Ekonomi Syari'ah terhadap Jual-Beli *Follower* Sosial Media Instagram di Kota Metro

Jual-beli merupakan akad yang diperbolehkan berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah, dan Ijma' Para 'Ulama. Seperti yang dijelaskan pada Firman Allah SWT. pada surat An-Nisa' ayat 29 sebagai berikut:

⁹³ Wawancara, dengan Ferdi Chiko sebagai Pembeli *Follower* Sosial Media Instagram, 7 Juli 2020.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا
٢٩

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa’ (4): 29).⁹⁴

Asbabun nuzul (sebab-sebab turunnya ayat) menurut riwayat Ibnu Jarir, ayat tersebut di atas turun dikarenakan masyarakat Muslim Arab pada saat itu memakan harta sesamanya dengan cara yang batil, mencari keuntungan dengan cara yang tidak sah dan melakukan bermacam-macam tipu daya yang seakan-akan sesuai dengan hukum syari’at. Misalnya, sebagaimana digambarkan oleh Ibnu Abbas, menurut riwayat Ibnu Jarir, bahwa seorang membeli dari kawannya sehelai baju dengan syarat bila ia tidak menyukainya dapat mengembalikannya dengan tambahan satu dirham di atas harga pembeliannya. Padahal, seharusnya jual-beli hendaklah dilakukan dengan rela dan suka sama suka tanpa harus menipu sesama Muslimnya.⁹⁵

Dalam sebuah transaksi jual-beli, terdapat rukun dan syarat yang harus dipenuhi, agar suatu jual-beli tersebut dapat dianggap sah. Adapun rukun jual-beli di antaranya:

1. Pihak-pihak.
2. Objek.

⁹⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*., 65.

⁹⁵ A. Mudjab Mahali, *Asbabun Nuzul: Studi Pendalaman Al-Qur’an*., 145.

3. Kesepakatan.⁹⁶

Berdasarkan data yang terdapat di lapangan, maka dapat diketahui bahwa rukun dalam jual-beli *follower* sosial media instagram di Kota Metro adalah sebagai berikut:

1. Pihak-Pihak

Pihak-pihak dalam jual-beli *follower* sosial media instagram di Kota Metro yaitu penjual *follower* sosial media instagram dan pembeli *follower* media sosial instagram.⁹⁷

2. Objek

Objek dalam jual-beli *follower* sosial media instagram di Kota Metro yaitu *follower real* dan *follower unreal*.⁹⁸

3. Kesepakatan

Kesepakatan dalam jual-beli *follower* sosial media instagram di Kota Metro yaitu penjual dan pembeli bertransaksi menggunakan media elektronik, di antaranya melalui *WhatsApp* dan *Direct Message Instagram*. Kemudian, pembeli memberi tahu mengenai jumlah *follower* instagram yang akan dibeli dan selanjutnya akan diproses oleh penjual. Setelah para pihak telah bersepakat, baik dengan jumlah maupun harga produknya, pihak pembeli memberikan sejumlah uang yang telah disepakatinya. Cara pembayarannya sendiri dengan beberapa cara, dengan melalui transfer pulsa dan atau melalui transfer bank. Setelah pihak pembeli membayar

⁹⁶ Fauzan, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah.*, 30.

⁹⁷ Wawancara, dengan Kaeng sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

⁹⁸ Wawancara, dengan Ali Hanafiyah sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

sejumlah uang yang telah disepakatinya, maka pihak penjual akan meminta *username* guna memproses sesuai dengan permintaan pembeli.⁹⁹

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dapat diketahui, bahwa rukun dalam jual-beli *follower* sosial media instagram sudah terpenuhi.

Adapun syarat jual-beli terdapat empat macam syarat, yaitu syarat terpenuhinya akad (*in'iqad*), syarat terlaksananya jual-beli (*nafadz*), syarat sahnya akad, dan syarat mengikat (*luzum*). Adanya syarat-syarat tersebut dimaksudkan untuk menjamin bahwa jual-beli yang dilakukan akan membawa kebaikan bagi kedua belah pihak dan tidak ada yang dirugikan.

1. Syarat Terpenuhinya Akad (*In'iqad*)

Syarat yang terkait dengan pihak yang melakukan transaksi atau akad ada dua, yaitu:

- a. Pihak yang melakukan transaksi harus berakal dan *mumayyiz*. Dengan adanya syarat ini, maka transaksi yang dilakukan oleh orang gila adalah tidak sah.
- b. Pihak yang melakukan transaksi harus lebih dari satu pihak, karena tidak mungkin akad hanya dilakukan oleh satu pihak, di manadia menjadi orang yang menyerahkan dan yang menerima.¹⁰⁰

Syarat yang terkait dengan akad hanya satu, yaitu kesesuaian antara ijab dan kabul. Sementara mengenai syarat tempat akad, akad harus dilakukan dalam satu majelis. Sedangkan syarat yang berkaitan dengan barang yang dijadikan sebagai objek transaksi ada empat, yaitu:

⁹⁹ Wawancara, dengan Imam Wahyudi sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

¹⁰⁰ Nizaruddin, *Fiqh Mu'amalah*, (Yogyakarta: Idea Press, 2007), 97.

- a. Barang yang dijadikan sebagai objek transaksi harus ada, tidak boleh akad atas barang-barang yang tidak ada atau dikhawatirkan tidak ada, seperti jual-beli buah yang belum tampak atau jual-beli anak hewan yang masih dalam kandungan.
 - b. Objek transaksi berupa barang yang bernilai, halal, dapat dimiliki, dan benda yang dapat dimanfaatkan dan disimpan.
 - c. Benda yang dijadikan sebagai objek tersebut merupakan milik sendiri.
 - d. Objek harus dapat diserahkan saat transaksi.¹⁰¹
2. Syarat Terlaksananya Jual-Beli (*Nafadz*)

Syarat yang terkait dengan syarat terlaksananya jual-beli ada dua:

- a. Kepemilikan dan otoritas. Artinya, masing-masing pihak yang terlibat dalam transaksi harus cakap hukum dan merupakan pemilik otoritas atau kewenangan untuk melakukan penjualan atau pembelian suatu barang. Otoritas ini dapat diwakilkan kepada orang lain yang juga harus cakap hukum.
 - b. Barang yang menjadi objek transaksi jual-beli benar-benar milik sah penjual. Artinya, tidak tersangkut dengan kepemilikan orang lain.¹⁰²
3. Syarat Sahnya Akad

Syarat yang terkait dengan syarat sahnya akad ada dua:

- a. Syarat umum, di antaranya:
 - 1) Barang dan harga diketahui (nyata).
 - 2) Jual-beli tidak boleh bersifat sementara (*muaqqat*).

¹⁰¹ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Mu'amalah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001), 78-79.

¹⁰² Imam Mustofa, *Fiqh Mu'amalah Kontemporer.*, 26.

- 3) Transaksi jual-beli harus membawa manfaat.
 - 4) Tidak adanya syarat yang dapat merusak transaksi, seperti syarat yang menguntungkan salah satu pihak.
- b. Syarat khusus, di antaranya:
- 1) Barang dan harga penggantinya sama nilainya.
 - 2) Salah satu dari barang yang ditukar bukan utang-piutang.
 - 3) Pernyataan kehendak harus dilakukan secara bebas, tanpa paksaan orang lain.
 - 4) Bebas dari *gharar*.
 - 5) Bebas dari riba.¹⁰³
4. Syarat Mengikat (*Luzum*)

Syarat yang terkait dengan syarat mengikat (*luzum*) ada dua:

- a. Terbebas dari sifat atau syarat yang dasarnya tidak mengikat para pihak.
- b. Terbebas dari *khiyar*, akad yang masih tergantung dengan hak *khiyar* baru mengikat ketika hak *khiyar* telah berakhir, selama hak *khiyar* belum berakhir, maka akad tersebut belum mengikat.¹⁰⁴

Berdasarkan data yang terdapat di lapangan, maka dapat diketahui bahwa syarat-syarat dalam jual-beli *follower* sosial media instagram di Kota Metro telah terpenuhi.¹⁰⁵ Oleh karena itu, jual-beli *follower* sosial media instagram di Kota Metro tersebut sah.

¹⁰³ *Ibid.*, 28-29.

¹⁰⁴ *Ibid.*, 30.

¹⁰⁵ Wawancara, dengan Ali Hanafiyah sebagai Penjual *Follower* Sosial Media Instagram, 8 Juli 2020.

Apabila dilihat dari segi kemanfaatannya, jual-beli seperti ini tidak mengandung manfaat, justru sebaliknya, lebih banyak mengandung kemudharatan di dalamnya, di antaranya:

1. Diperuntukkan untuk hal-hal yang tidak mendatangkan manfaat, lebih menekankan terhadap nafsu duniawi.
2. Kemungkinan Follower tersebut hanya *fake/bot*.
3. Jumlah *Follower* akan terus berkurang.
4. Reputasi bisnis bisa tercoreng.
5. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
6. Cara penjual mendapatkan *follower* tidaklah dengan jalan yang halal.
7. Terdapat unsur-unsur yang dilarang.
8. Waktu penyerahan dan manfaat yang didapat bersifat tidak jelas.
9. Tidak dapat diserahterimakan secara nyata.¹⁰⁶

Adapun kriteria jual beli *follower* sosial media instagram di Kota Metro telah memenuhi tiga kriteria yang telah ditetapkan dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, diantaranya :

- d. Peruntutannya Halal dan Legal

Jual beli Follower sosial media instagram di Kota Metro ini diperkenankan apabila untuk tujuan yang halal atau tidak bertentangan dengan peraturan yang berlaku contohnya untuk kepentingan bisnis *online shop*.

¹⁰⁶<https://m.republika.co.id/amp/pi34ue370>, diakses pada 16 Juli 2020.

- e. *Follower* dijual dan didapatkan dengan cara yang halal dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Penjual *follower* mendapatkan *follower* dengan cara halal dan legal apabila menjual *follower real* yaitu menggunakan sebuah aplikasi tertentu, sedangkan Di antara contoh yang dilarang adalah ketika penjual menjual *follower* palsu/robot yaitu menggunakan sebuah situs *web*.

- f. Jelas Manfaat, Kualitas dan Kuantitasnya

Jual beli *follower* sosial media instagram ini menggunakan akad jual beli salam yang dimana manfaatnya didapatkan apabila follower dibeli dan dipergunakan oleh pengusaha, maka manfaatnya yaitu meningkatkan reputasi sebuah akun tersebut dan membuat orang menjadi lebih tertarik dan lebih percaya dengan *online shop* miliknya.

Jenis akad yang digunakan adalah jenis akad jual-beli *salam*. Jual-beli *salam* adalah jual-beli yang menjual suatu barang lalu penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya disebutkan dengan jelas dengan pembayaran modal terlebih dahulu, sedangkan barangnya diserahkan di kemudian hari.¹⁰⁷

Di dalam konteks jual-beli *follower* sosial media instagram, pembeli melakukan pemesanan terlebih dahulu kepada penjual, dalam transaksi ini biasanya terjadi tawar-menawar harga, karena biasanya penjual mencantumkan daftar harga dalam iklan atau promosinya di instagram, sehingga pembeli tahu daftar harga dan pembeli secara otomatis telah

¹⁰⁷ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 143.

menyepakati harga yang telah ditentukan. Setelah melakukan transaksi pembayaran, barulah penjual memproses apa yang telah diinginkan oleh pembeli.

Di dalam jual-beli *follower* sosial media instagram, ketika orang memanfaatkan banyaknya *follower* untuk mengiklankan barang, *personal branding*, bahkan untuk mempopulerkan diri adalah sebuah kebolehan kalau ada kemanfaatan di dalamnya dan tidak melanggar syari'at Islam, serta sesuai dengan syarat-syarat objek yang diperjual-belikan (*ma'qud alaih*), yaitu barang yang dapat diambil manfaatnya. Begitu pula ketika tujuan dari membeli *follower* sosial media instagram adalah bertujuan untuk promosi hal-hal yang bersifat mengiklankan produknya terhadap calon pembeli. Karena, pada dasarnya, pembeli lah yang menentukan untuk membeli atau tidak, dan biasanya pembeli memilih akun jual-beli yang memiliki banyak *follower* karena dapat dipercaya.

Selain melihat dari manfaat jual-beli *follower* sosial media instagram tersebut di atas, maka terdapat beberapa hal yang dapat diperhatikan dalam jual-beli *follower* tersebut, yakni ketika seseorang membeli *follower unreal* untuk kepentingan promosi dan juga *personal branding*, bahkan untuk mempopulerkan diri, maka tujuan tersebut tidak akan tercapai. Sebab, *follower unreal* yang dibelinya tidak dapat melakukan aktivitas apa pun karena *follower unreal* adalah *follower boot*. Oleh karena itu, maka *follower unreal* tidak akan bisa melakukan aktivitas layaknya *follower real* yakni menyukai postingan, mengomentasi postingan berupa foto dan atau video.

Maka, ketika para pembeli mengetahui bahwa *online shop* yang membeli *follower unreal* dengan tujuan menarik minat pembeli, maka dapat berdampak terhadap hilangnya reputasi *online shop* tersebut dan dampak lainnya adalah akun *online shop* tersebut bisa dijadikan untuk menipu masyarakat luas yang kurang teliti dan mudah tertipu dengan banyaknya jumlah *follower* pada akun instagram *online shop* tersebut.

Dampak kerugian lainnya adalah apabila seseorang membeli *follower real*, maka konsekuensi yang harus ditanggung olehnya adalah *follower* yang dibeli bisa saja meng-*unfollow*. Pada dasarnya, *follower real* yang dibeli biasanya menyadari bahwa akunnya secara otomatis mem-*follow* akun yang tidak diinginkannya. Kerugian lainnya adalah apabila penjual melakukan penipuan dengan cara mencampur *follower real* dengan *follower unreal*, maka pembeli mengalami kerugian atas hal tersebut.

Berdasarkan permasalahan jual-beli *follower* sosial media instagram di Kota Metro, maka dapat diketahui, bahwa kegiatan pembelian follower Instagram bukan suatu hal yang terlarang apabila dimanfaatkan untuk hal yang bermanfaat, namun dalam jual beli ini bisa menjadi hal yang tidak baik karena bila pembeli memiliki niat yang tidak baik seperti hanya menaikkan ego untuk mencari popularitas

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil seluruh pembahasan yang terdapat pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa mekanisme jual-beli *follower* sosial media instagram di Kota Metro adalah dengan melakukan pemesanan melalui konfirmasi fitur apa yang akan dibeli olehnya. Maka disepakati harganya dan dilakukan pembayaran oleh pembeli terlebih dahulu. Kemudian, penjual memproses apa yang diinginkan oleh pembeli, untuk selanjutnya diproses oleh penjual berdasarkan pesanan dengan cara memasukkan *username* dan *password* instagram, baik *follower real* atau *follower unreal*.

Adapun praktik jual-beli *follower* sosial media instagram di Kota Metro tersebut telah memenuhi rukun dan syarat jual-beli yang sah menurut Hukum Ekonomi Syari'ah, sehingga menyebabkan praktik jual-beli tersebut menjadi boleh (Mubah) terhadap akad jual-beli di dalamnya apabila mendatangkan suatu manfaat. Dan jual-beli tersebut menjadi tidak sah apabila digunakan tidak sebagaimana mestinya dan hanya mendatangkan mudharat.

B. Saran

Sejalan dengan kesimpulan tersebut di atas, maka saran yang dapat peneliti berikan dalam Skripsi ini, yaitu:

1. Untuk para penjual *follower* sosial media instagram, hendaklah pelajari terlebih dahulu mengenai mekanisme jual-beli tersebut, apakah sudah memenuhi rukun dan syarat jual-beli yang sah atau belum. Sehingga dapat menghindari atau mencegah hal-hal yang tidak diinginkan atau merugikan pembeli di sosial media instagram serta dalam melakukan pengiklanan atau promosi sebaiknya harus jujur dan menjelaskan objek yang akan dijual tersebut yakni berupa kelebihan dan kekurangan yang dapat merugikan pembeli.
2. Bagi para pembeli *follower* sosial media instagram di Kota Metro, hendaklah apabila ingin melakukan promosi, menaikkan *personal branding*, ataupun hanya sekadar ingin mempopulerkan diri sendiri, maka sebaiknya menggunakan cara manual yakni membuat suatu kreativitas tertentu yang mampu menarik perhatian para pengguna media sosial instagram, baik dengan cara membuat tulisan yang menarik dan inspiratif seunik mungkin, sehingga orang yang mem-*follow* adalah *follower real*. Jadi, seseorang yang memiliki banyak *follower* dikarenakan memang disukai oleh banyak orang dan bukan karena memanipulasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Dameria, 'Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita Almira Shop Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Follower', *JOM FISIp*, 2 (2015)
- Apriyanti, Leny, Pembeli Follower, 2020
- Chiko, Ferdi, Pembeli Follower, 2020
- Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya* (Bandung: CV Diponegoro, 2005)
- Hanafiyah, Ali, Penjual Follower, 2019
- Hidayat, Enang, *Fiqih Jual Beli* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015)
- Idris, *Hadis Ekonomi Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Kencana, 2015)
- Ikit, Artiyanto, and Muhammad Saleh, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Gava Media, 2018)
- Imam, Wahyudi, Pembeli Follower, 2019
- Kurniati, Dewi, and Nugraha Arifin, 'Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dan Minat Beli Mahasiswa', *Simbolika*, 1.2, 193
- Latifah, Umul, *Jual Beli Nickname Game Online Persepsi Tokoh Agama Kota Metro* (Metro: Skripsi Fakultas Syariah, 2017)
- Mahali, A.Mudjab, *Asbabun Nuzul : Studi Pendalaman Al-Quran* (Jakarta: Rajawali Pers, 1998)
- Mardani, *Tafsir Ahkam* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2014)
- Metro, IAIN, *Pedoman Penulisan Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2018)

- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014)
- Mukhlisin, Ahmad, 'Sistem Jual Beli Pupuk Kandang Perspektif Imam Syafi'i Dan Imam Hanafi', 2.2 (341AD), 2017
- Mustofa, Imam, *Fiqih Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016)
- Narbuko, Cholid, and Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2007)
- Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012)
- Nizaruddin, *Fiqih Muamalah* (Yogyakarta: Idea Press, 2007)
- Nur Fitria, Tira, 'Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara', *Ilmiah Ekonomi Islam*, 03.01 (2017), 56
- Nuhasanah, Siti, Pembeli Follower, 2019
- Rasjid, Sulaiman, *Fiqih Islam (Hukum Fiqih Islam)* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2015)
- Suhardi, Kathur, *Syarah Hadits Pilihan Bukhari Muslim* (Jakarta: Darul Falah, 2002)
- Suhendi, Hendi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Pers, 2010)
- Sulianta, Feri, *Keajaiban Sosial Media* (Jakarta: Kompas Gramedia, 2015)
- Sulisttyowati, *Persepsi Ulama Semarang Terhadap Jual Beli Chip Dalam Game Poker Online* (Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi Islam, 2011)

Susiawati, Wati, 'Jual Beli Dalam Konteks Kekinian', *Jurnal Ekonomi Islam*, 8.2 (2017), 176

Syafei, Rahmat, *Fiqih Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001)

Wulandari, Fitri, 'Hubungan Komunikator Dalam Electronic Word of Mouth Dengan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Follower Akun Instagram Kulinerku', *JOM FISIP*, 4.1 (2017)

Yunus, Muhammad, Fahmi Fatwa Rosyadi, and Gusti Khairanan Shofia, 'Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Jual Beli Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go-Food', *Ekonomi Keuangan Syariah*, 2.1 (2018)

LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimil (0725) 47295
 Website: www.iainmetro.ac.id, email: syariah.iainmetro@gmail.com

Nomor : B-0383 /In.28.2/D/PP.00.9/04/2019

05 April 2019

Lampiran : -

Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:

1. Dra. Siti Nurjanah, M.Ag.

2. Wahyu Setiawan, M.Ag.

di -

Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : MUTIARA DEVI
 NPM : 1602090117
 Fakultas : SYARIAH
 Jurusan : HUKUM EKONOMI SYARIAH (HESy)
 Judul : PERSPEKTIF HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI FOLLOWER SOSIAL MEDIA INSTAGRAM

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan


 Husnul Fatarib, Ph.D.
 NIP. 19740104 199903 1 004

OUTLINE**JUAL BELI *FOLLOWER* SOSIAL MEDIA INSTAGRAM
DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH****HALAMAN SAMPUL****HALAMAN JUDUL****HALAMAN PERSETUJUAN****HALAMAN PENGESAHAN****ABSTRAK****HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN****HALAMAN MOTTO****HALAMAN PERSEMBAHAN****KATA PENGANTAR****DAFTAR ISI****DAFTAR TABEL****DAFTAR LAMPIRAN****BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian dan Dasar Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli
2. Landasan Hukum Jual Beli
3. Rukun dan Syarat Jual Beli
4. Bentuk-bentuk Jual Beli
5. Jual Beli Yang Dilarang
6. Larangan Dalam Jual Beli Menurut Islam

B. Jual Beli *Follower* Sosial Media Instagram

1. Pengertian *Follower* Sosial Media Instagram
2. Dasar Hukum Jual Beli *Follower*
3. Bentuk-Bentuk Jual Beli *Follower*
4. Jual Beli *Follower* Sosial Media Instagram Menurut Hukum Ekonomi Syariah

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

B. Sifat Penelitian

C. Sumber Data

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara
2. Dokumentasi

E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Realitas Jual Beli *Follower* Instagram di Kota Metro
- B. Mekanisme Jual Beli *Follower* Sosial Media Instagram
- C. Hukum Islam Tentang Jual Beli *Follower* Sosial Media Instagram

BAB IV PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, April 2020

Peneliti



Mutiara Devi

NPM. 1602090117

Disetujui oleh,

Pembimbing I



Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag

NIP. 19680530 199403 2 003

Pembimbing II



Wahyu Setiawan, M.Ag

NIP 19800516 200501 1 008

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
JUAL BELI *FOLLOWER* SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DALAM
PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH

A. Wawancara kepada Penjual *Follower* Sosial Media Instagram

1. Sejak kapan anda melakukan bisnis jual beli *follower* ?
2. Bagaimana mekanisme jual beli *follower* yang anda lakukan ?
3. Jenis *follower* apa saja yang anda jual ?
4. Berapa harga *follower* yang anda jual ?
5. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk melakukan pengisian *follower* pada sebuah akun ?
6. Bagaimana caranya anda melakukan penambah *follower* Instagram?

B. Wawancara kepada Pembeli *Follower* Sosial Media Instagram

1. Apa alasan anda membeli *follower* ?
2. Jenis *follower* apa yang anda beli ?
3. Adakah keuntungan yang anda dapat pada saat anda membeli *follower* ?
4. Adakah kerugian yang anda dapat pada saat anda membeli *follower* ?

C. Dokumentasi

1. Dokumentasi dengan Pembeli *Followers* Sosial Media Instagram.
2. *Screenshot Chatting* Via *WhatsApp* dengan Penjual *Followers* Sosial Media Instagram.
3. Gambar yang berhubungan dengan Jual Beli *Followers* Sosial Media Instagram.

Metro, 20 Juni 2020 ,

Peneliti,



Mutiara Devi
NPM. 1602090117

Disetujui oleh,

Pembimbing I



Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag.
NIP. 19680530 1994032003.

Pembimbing II



Wahyu Setiawan, M.Ag.
NIP 19800516 200501 1008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Ingganulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimil (0725) 47296,
 Website: www.syarlah.metrouniy.ac.id, email: syarlah.iain@metrouniy.ac.id

Nomor : B-1633/In.28.2/D.1/PP.00.9/12/2019
 Lampiran : -
 Perihal : Izin Pra Survey

06 Desember 2019

Kepada Yth.
 Follower Instagram Kota Metro
 di
 Tempat

Assalamu'alaikum W: Wb.

Dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa kami:

Nama : Mutiara Devi
 NPM : 160209117
 Fakultas : Syariah
 Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)
 Judul : PERSPEKTIF HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI
 FOLLOWER SOSIAL MEDIA INSTAGRAM

Mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum W: Wb.

Dean Bidang Akademik
 Kelembagaan,

 Siti Zulaikha, S.Ag., M.H.A.
 NIP. 197206111998032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47298; Website: www.syariah.metroiniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metroiniv.ac.id

Nomor : 0719/In.28/D.1/TL.00/07/2020
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
FOLLOWER SITI NURHASANAH
KOTA METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0720/In.28/D.1/TL.01/07/2020, tanggal 03 Juli 2020 atas nama saudara:

Nama : **MUTIARA DEVI**
NPM : 1602090117
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di KOTA METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "JUAL BELI FOLLOWER SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 03 Juli 2020
Wakil Dekan I,

Siti Zulakha S.Ag, MH
NIP. 19720511 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggirluyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syarlah.metroain.ac.id; e-mail: syarlah.ain@metroain.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 0720/In.26/D.1/TL.01/07/2020

Wakil Dekan I Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : MUTIARA DEVI
NPM : 1602090117
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di KOTA METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "JUAL BELI FOLLOWER SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Siti Nurhasanah

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 03 Juli 2020



Wakil Dekan I,


Siti Zulakha S. Ag, MH
NIP. 197106111998032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggomulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, faksimil (0725) 47290; website: www.syariah.metroaini.ac.id; email: syariah.iaing@metroaini.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Mutiara Devi**
NPM : 1602090117

Fakultas / Jurusan : Syariah / HESy
Semester / TA : VIII / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu, 4.3.2020	✓	acc outline untuk bi-biya dg Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Mutiara Devi
NPM. 1602090117



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metroiaain.ac.id; e-mail: syariah.iain@metroiaain.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Mutiara Devi
NPM : 1602090117

Fakultas / Jurusan : Syariah / HESy
Semester / TA : VIII / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu/ 6-5-20	-	Bele out live dipont di lanjut proses Beibut 2	ly

Dosen Pembimbing I

Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs.

Mutiara Devi
NPM. 1602090117



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS SYARIAH

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0725) 41907, faksimili (0725)47250, website: www.syarlah.metro.iaim.ac.id, e-mail: syarah.iaim@metroiaim.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Mutiara Devi**
 NPM : 1602090117

Fakultas / Jurusan : Syariah / HESy
 Semester / TA : VIII / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Kamis 7/05 2020		<ul style="list-style-type: none"> - Merubah struktur variabel pada sub bahasan Menambah sub bahasan - Pada landasan teori tentang follower sosial media instagram. - Hadits harus dirujuk dari kitab hadits - Perbaiki teknik wawancara semi terstruktur 	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Wahyu Setiawan, M.Ag
 NIP. 19800516 200501 1 008

Mutiara Devi
 NPM. 1602090117



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
 Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Mutiara Devi
 NPM : 1602090117

Fakultas/Jurusan : Syariah / HESy
 Semester/TA : VIII / 2020

NO	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Rabu 17-06-2020		Acc Pendalaman BAB I-III	

Dosen Pembimbing II,



Wahyu Setiawan, M.Ag

NIP. 198005162005011008

Mahasiswa Ybs,



Mutiara Devi

NPM.1602090117



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47296, website: www.syariah.iainmetro.ac.id, email: syariah.iain@metroiv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Mutiara Devi**
NPM : 1602090117

Fakultas / Jurusan : **Syariah / HESy**
Semester / TA : **VIII / 2019-2020**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Kabu 10/06 /2020		<ul style="list-style-type: none"> - Hadis harus dikutip dari kitab asli - Jangan berhenti di footnote - Sub bab harus jelas 	<i>[Signature]</i>

Dosen Pembimbing I

Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs.

Mutiara Devi
NPM. 1602090117



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS SYARIAH

Jl. KH Hajar Dewantara Kampus 15 A Km9metro Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp: (0725) 41507, fakelma: (0725)47290, website: www.syarlah.metrozoho.go.id, email: syarah.iah@metroiaiv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Mutiara Devi**
 NPM : 1602090117

Fakultas / Jurusan : Syariah / HESy
 Semester / TA : VIII / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Kamis 18/06 2020		Acc Bab I-III Lanjutkan proses berikutnya.	
2				

Dosen Pembimbing I

Dr. Hj. Siti Nurriyah, M.Ag
 NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs.

Mutiara Devi
 NPM. 1602090117



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH**

Kl. Hajar Dewantari Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iaimetro@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Mutiara Devi
NPM : 1602090117

Fakultas/Jurusan : Syariah / HESy
Semester/TA : VIII / 2020

NO	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Sabtu 20-06-2020		Acc APD	

Dosen Pembimbing II,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 198005162005011008

Mahasiswa Ybs,

Mutiara Devi
NPM.1602090117



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41507, Faksimil (0726) 47290, Website: www.iainmetro.ac.id E-mail: iainmetro@iainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Mutiara Devi
 NPM : 1602090117

Fakultas/Jurusan : Syariah/Hesy
 Semester/TA : VIII/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu / 1/20 /7	✓	Revisi APD lanjutan proses beresnya	hy

Dosen Pembimbing I,


Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
 NIP. 196805801994032003

Mahasiswa Ybs,


Mutiara Devi
 NPM. 1602090117



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringsihyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
 Email : stainjnsi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Mutiara Devi
 NPM : 1602090117

Fakultas/Jurusan : Syariah / HESy
 Semester/TA : VIII /2020

NO	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Kamis 09-07-2020	✓	<p>Pada Sub Bab awal harusnya di dahului deskripsi tentang "Realitas Jual Beli <i>Follower</i> Instagram di Kota Metro" Pembahasan di fokuskan pada berbagai bentuk dan model yang dilakukan di Kota Metro begitupun perkembangan Jual Beli tersebut di Kota Metro</p> <p>Analisis harus fokus secara khusus melihat bentuk dan aktivitas di wilayah penelitian.</p>	

Dosen Pembimbing II,

Wahyu Setiawan, M.Ag
 NIP 198005162005011008

Mahasiswa Ybs,

Mutiara Devi
 NPM.1602090117



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH**

Kl. Haji Dewantara Kampus 15 A Jemberloto Kota Metro Lampung 34111 Telp. 0725-41507, Fax (0725) 47296,
Email : iaimetro@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Mutiara Devi

Fakultas/Jurusan : Syariah / HESy

NPM : 1602090117

Semester/TA : VIII /2020

NO	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Minggu 12-07-2020	✓	ACC BAB IV dan V	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP 198005162005011008

Mutiara Devi
NPM.1602090117



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41507, Faksimil (0725) 47296, Website: www.metroiain.ac.id E-mail: iainmetro@metroiain.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Mutiara Devi
 NPM : 1602090117

Fakultas/Jurusan : Syariah/Hesy
 Semester/TA : VIII/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1	Senin 13/07 2020		<ul style="list-style-type: none"> - Dijelaskan terlebih dahulu sebelum menjelaskan latar belakang suatu budaya - Data harus jelas di dapat dari mana - Kata penghubung harus jelas - Harus ada data wawancara atau penelusuran di media digital - Penempatan kesimpulan harus jelas dituliskan di mana - Sesuaikan pertanyaan dengan kesimpulan - Kesimpulan harus lebih simpul 	

Dosen Pembimbing I,

Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
 NIP. 19680530199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Mutiara Devi
 NPM. 1602090117



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringsuyu Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp. (0726) 41507, Faksimil (0726) 47295, Website: www.metroin.ac.id e-mail: iainmetro@metroin.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Mutiara Devi
 NPM : 1602090117

Fakultas/Jurusan : Syariah/Hesy
 Semester/TA : VIII/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1	Jum'at 17/07 2020		<ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki kata yang salah - Kesimpulan harus menjawab pertanyaan penelitian, lihat dan sesuaikan - - Tunjukkan bukti pertanyaan penelitian - Perbaiki sepertiunya - Ajukan kembali dengan membawa berkas lengkap dan membaca Al-Qur'an 	fy

Dosen Pembimbing I,


Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
 NIP. 19680530199403 2 003

Mahasiswa Ybs,


Mutiara Devi
 NPM. 1602090117



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: www.metroainiv.ac.id Email: iaimetro@metroainiv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Mutiara Devi Jurusan : Syariah/HESY
NPM : 1602090113 Semester : VIII

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kelas / 23-7-2020	✓	<p>ke bab IV-V</p> <p>Berhas sudah lengkap dan sudah membaca At-tur'an, cukup baik</p> <p>ke untuk di ajukan ke sidang munaqabah</p>	

Mengetahui,
Pembimbing

Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs.

Mutiara Devi
NPM. 1602090113

DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 1, Foto Peneliti dengan Saudari Siti Nurhasanah (Pembeli *Follower*)



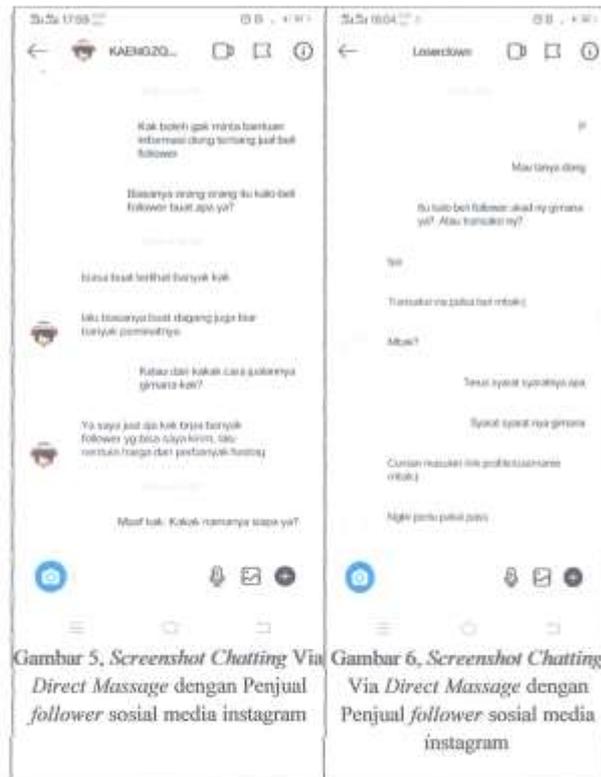
Gambar 2, Foto Peneliti dengan Saudara Ferdi Chiko (Pembeli *Follower*)

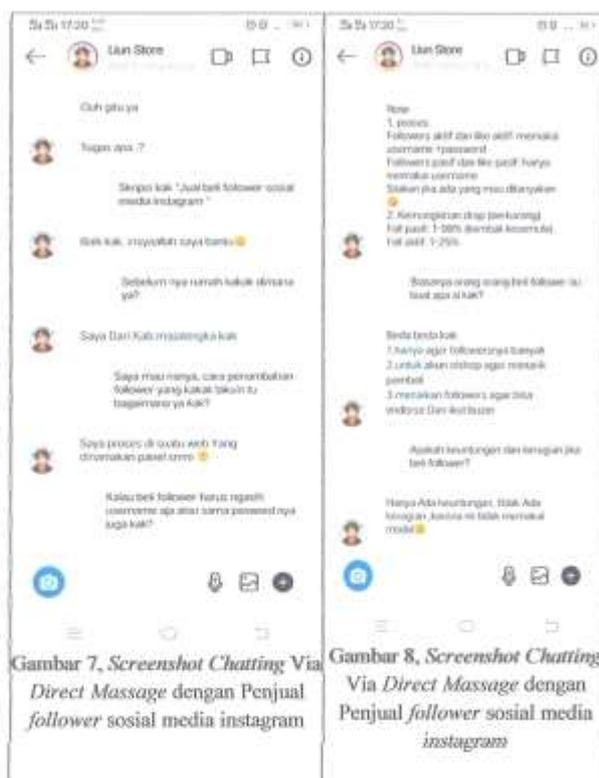


Gambar 3, Foto Peneliti dengan Saudari Leny Apriyati (Pembeli *Follower*)



Gambar 4, Screenshot Chatting Via *Direct Message* dengan Penjual *follower* sosial media instagram





Gambar 7. Screenshot Chatting Via Direct Message dengan Penjual follower sosial media Instagram

Gambar 8. Screenshot Chatting Via Direct Message dengan Penjual follower sosial media Instagram



Gambar 9, Screenshot Chatting Via WhatsApp dengan Penjual follower sosial media instagram

Gambar 10, Screenshot Chatting Via WhatsApp dengan Ahli IT

PRICE LIST

FOLLOWERS INDONESIA

Paket	Followers	Harga
1	500	Rp 75.000
2	300	Rp 100.000
3	300	Rp 100.000
4	500	Rp 125.000
5	1000	Rp 200.000

Untuk 100.000 GIGAWATT TIDAK BERPENGALIAN
 Untuk 1000 GIGAWATT TIDAK BERPENGALIAN

Gambar Harga Follower

KETENTUAN FOLLOWERS (INDO) :

- Tidak menyalahkkan password, tidak menyalahkkan data.
- Tanpa followers akun Indonesia, profil nya sudah lengkap (bukan akun kumpang) dan memiliki beberapa foto di upload.
- Contoh akun : @santahan21, @sugengbanti, @w/dadidiana16
- Lebih baik akun dibuat oleh (BOSS DI PWA/ID) untuk mempercepat proses.
- 100.000 followers garansi 1 bulan
- 1000 followers garansi 3 bulan
- Garansi berlaku di listing dan ordern selanjutnya diproses.

Gambar Ketentuan Follower



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47286; Website: diglib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-706/ln.28/S/U.1/OT.01/07/2020**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : MUTIARA DEVI
NPM : 1602090117
Fakultas / Jurusan : Syari'ah/ Hukum Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1602090117.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 20 Juli 2020
Kepala Perpustakaan

Drs. Mohitandi Gudin, M.Pd.
NIP.1958083119810301001

MUNAQOSYAH

Nama : Mutiara Devi
 NPM : 1602090117
 Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)
 Waktu : Jum'at, 24 Juli 2020, 10.00 -12.00 WIB
 Tempat : Ruang Munaqosah Fak.Syariah Lt.1
 Judul : Jual Beli Follower Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

Tim Penguji

Ketua Sidang : Dr.Hj. Siti Nurjanah,M.Ag

Penguji 1 : Nawa Angkasa,SH.,MA

Penguji 2 : Wahyu Setiawan, M.Ag

Sekretaris : Nyimas Lidya Putri Pertiwi,M.Sy

Nawa Angkasa, SH, MA

1. Pembatasan tempat penelitian yg dilakukan harus di jelaskan (dikota mana).
2. Akad yg digunakan = syariat yg harus ada.
3. Diteliti kembali daftar isi dengan isi didalamnya banyak yang kurang pua.
4. Dalam rangka menentukan follower harus dijelaskan no jenis, kementerian dll.
5. Harus plus stamens / pendapat yg diberikan banyak manfaat / mudaratnya.
6. Kesimpulan diperbaiki kembali.

Wahyu Setiawan, M.Ag

1. Tolong di perbaiki kembali wawancara untuk mendapat informasi tentang follower real dan virtual.
2. Kriteria jual beli follower yg dibenarkan dan tidak dibenarkan, dipaham lagi, halaman 32-33 dijadikan poin analisis.

3. Anda tidak bisa menentukan sesuatu hanya dari 1 sisi harus diteliti
Asal-usulnya

Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag.

1. Berikan contoh yg real dan unreal
2. Cantumkan data di dalam Skripsi
3. jelaskan itu termasuk dalam "penyederhanaan" bukan ?
4. Tuliskan Al-Qur'an nya terbalik-balik di benarkan kembali
5. Kesimpulan di paragraf, jangan menjadi orang jadul ² secara objektif

Kesimpulan : Anda dinyatakan lulus, dengan syarat perbaikan 60 hari
atau sesuai ketentuan fakultas untuk mengikuti
Tugas-tugas dan caruaha

Metro, 24 Juli 2020
Ketua Sidang

Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Mutiara Devi lahir pada 11 Februari 2000 di Pringsewu, dari pasangan Bapak Widodo dan Ibu Uut Setiawati. Peneliti merupakan anak pertama dari satu bersaudara.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 1 Fajar Agung Pringsewu Tahun 2004-2010, kemudian melanjutkan pada SMP Yos Sudarso Metro Tahun 2010-2013, kemudian melanjutkan pada SMK Muhammadiyah 1 Metro Tahun 2013-2016. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan pada program S1 Hukum Ekonomi Syariah jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro Tahun Ajaran 2016, yang kemudian pada tahun 2017 STAIN Jurai Siwo Metro beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, sehingga Program Studi Hukum Ekonomi Syariah jurusan Syariah dan Ekonomi Islam berubah menjadi Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah.