

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling berinteraksi. Dengan berinteraksi mereka dapat memberikan manfaat satu sama lain. Salah satu praktik dari hasil interaksi sesama manusia yaitu terjadinya jual beli dengan itu mereka bisa mendapatkan apa yang mereka inginkan atau butuhkan.

Dalam *al-Qurān* dan *hadits* telah mengatur permasalahan ini dengan rinci dan memberikan batasan-batasan yang jelas mengenai transaksi jual beli. Khususnya yang berkaitan dengan hal-hal yang diperbolehkan atau dilarang.

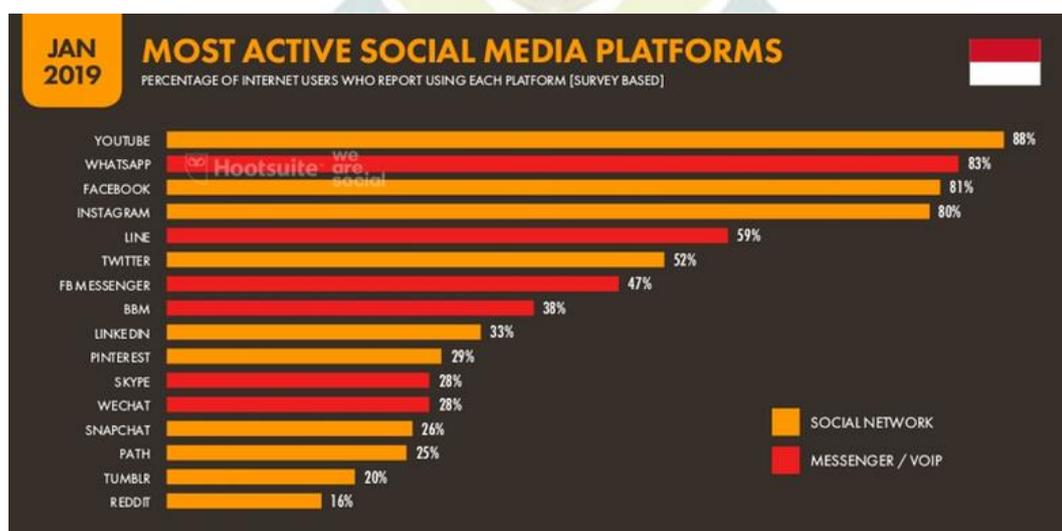
Adapun definisi lain mengenai jual beli ialah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain yang menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan *syara'* dan disepakati.¹ Oleh karena itu jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan dalam Islam selama tidak melanggar atau keluar dari ketentuan syari'at Islam.

Dahulu transaksi jual beli biasa dilakukan dengan cara barter atau harus membeli kebutuhannya secara langsung dimana kedua belah pihak hadir dalam satu tempat. Namun dalam perkembangannya jual beli yang dulu hanya dilakukan dengan cara barter kemudian berubah menggunakan alat transaksi berupa uang, dan kini disertai dengan pesatnya teknologi jual beli bisa dilakukan secara *online*. Hal

¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 68.

tersebut dipengaruhi oleh teknologi informatika yang sangat dirasakan manfaatnya, berbagai jenis transaksi dan barang yang diperjualbelikan sangatlah beragam seperti jual beli barang atau jasa.²

Jual beli secara *online* dalam Islam dapat dikategorikan dalam jual beli yang dilarang karena dapat menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan, yaitu tidak terpenuhi syarat sah dimana wajib adanya objek akad, tidak terpenuhi syarat sah dimana objek harus mempunyai manfaat, dan tidak terpenuhinya syarat sah dimana objek harus kepemilikan penuh dari pihak penjual.³



Gambar 1.1

Platform media sosial paling banyak digunakan di Indonesia

Menurut riset dari perusahaan media *We Are Social* yang bekerja sama dengan *Hootsuite*, menyebut tahun ini, jumlah pengguna media sosial di Indonesia semakin bertambah menjadi 150 juta atau sebesar 56% pengguna media sosial di

² Erwandi Tarmidzi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, (Bogor: PT. Berkah Mulia Insani, 2016), cet. 12, hlm. 264-265.

³ Abdullah al Mushlih dan Shalah ash-Shawi, *Jual Beli Dan Hukum-Hukumnya*, Melalui: <https://irwim2007.wordpress.com>, Diakses pada 12 Mei 2019, Jam 09:52 WIB.

Indonesia dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya khusus untuk media sosial, lima besar di Indonesia diduduki oleh Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn. Di sini Instagram menjadi media sosial terpopuler keempat di Indonesia, dengan penetrasi 80%. Sementara di Indonesia Instagram memiliki 62 juta pengguna aktif bulanan dengan persentase jumlah pengguna wanita 49%, sedangkan pengguna pria 51% jauh lebih unggul dari pada pengguna wanita. Bahkan di dunia, Indonesia menjadi negara keempat dengan jumlah *audiens* iklan Instagram tertinggi dengan jumlah 59 juta, naik 5% secara kuartal per kuartal.⁴

Instagram (juga bisa disebut IG atau Insta) adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.⁵ Bahkan di kalangan pebisnis, Instagram dijadikan sebagai sarana promosi maupun penjualan dari produk yang dipasarkan. Karena alasan itulah yang menciptakan berbagai peluang bisnis baru di Instagram, diantaranya yaitu bisnis penjualan produk barang maupun jasa. Di dalam penjualan produk jasa yang sedang digemari banyak orang salah satunya yaitu seperti penambah *followers* (jual beli *followers*).

Arti dari kata *followers* adalah pengikut, maksudnya orang-orang yang mengikuti akun kita. Adapun kegunaan *followers* itu sendiri semakin banyak

⁴ Kompas.com, *Facebook jadi Media Sosial Paling Digemari di Indonesia*, Melalui: <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia>, Diakses pada 17 Mei 2019, jam 13.17 WIB

⁵ Wikipedia, *Instagram*, Melalui: <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, Diakses pada 18 Mei 2019, Jam 10.02 WIB.

followers semakin banyak pula keuntungan yang diperoleh, seperti bisa mendapatkan penghasilan tambahan, meyakinkan publik terhadap akun-akun bisnis seperti *online shop*, menaikkan popularitas personal atau kelompok, dan bisa menjadikan seseorang sebagai *influencer* atau orang-orang yang berpengaruh di media sosial.

Jumlah *followers* sangatlah berpengaruh terhadap akun *online shop*, dan akun pribadi. Karena semakin banyak jumlah *followers* maka tingkat kepercayaan pembeli terhadap akun *online shop* tersebut akan naik. Umumnya orang yang tertarik terhadap suatu produk biasanya melihat dulu seberapa banyak *followers* yang dimilikinya, apabila banyak mereka tidak ragu untuk membeli produknya dan akan percaya bahwa produk tersebut banyak peminatnya. Begitupun dengan akun pribadi semakin banyak jumlah *followers* maka akan menambah popularitas di media sosial.⁶

Melihat dari fungsi *followers* dan ketergantungan akun-akun bisnis seperti *online shop* bahkan untuk kepentingan personal atau kelompok. Maka menjadi peluang besar untuk para penjual *followers* yang menawarkan berbagai macam sistem untuk menambahkan atau menaikkan jumlah *followers*. *Followers* tersendiri memiliki dua macam, yaitu *followers* aktif dan *followers* pasif. *Followers* aktif adalah *followers* yang dimiliki oleh seseorang dan bisa melakukan aktivitas seperti memberikan komentar, suka (*like*), dan bisa mengikuti balik (*follback*) bahkan tidak mengikuti (*unfollow*) akun yang dirasa tidak kenal. Sedangkan *followers* pasif

⁶ Hasil wawancara dengan Rifa Kurniati, Pembeli *Followers* (pemilik *olshop*), bertempat di depan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada 4 Desember 2019, jam 14.00 WIB.

adalah kebalikan dari *followers* aktif dimana akun itu tidak bisa memberikan komentar, *like*, dan *follback* ataupun *unfollow* jelasnya akun ini hanya akun robot yang bisa menaikkan jumlah saja.⁷

Akan tetapi dalam praktiknya, jual beli *followers* dilakukan untuk tujuan yang tidak semestinya, sebagaimana jual beli *followers* yang tidak diperbolehkan apabila untuk tujuan yang tidak halal, menggunakan akun palsu atau *boot*, menggunakan akun orang lain tanpa izin dari pemilik akun, dan dalam transaksi jual beli objek yang diperjualbelikan harus jelas kualitas dan kuantitasnya.⁸

Sedangkan dalam hukum positif, jual beli *followers* diatur dalam UU No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah menjadi UU No 19 Tahun 2016, tepatnya Pasal 26 ayat (1), pasal 28 ayat (1) dan pasal 32 ayat (2) dari ketiga pasal tersebut menjelaskan “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum dengan cara apa pun memindahkan atau mentransfer informasi elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan”.⁹

Oleh karena itu, dalam jual beli barang atau layanan jasa harus jelas. Namun pada jual beli *followers* Instagram memiliki ketidakjelasan terkait objek akadnya, dimana penjual tidak memiliki kuasa secara penuh terhadap objek tersebut karena akun tersebut pada dasarnya tidak dimiliki oleh penjual.

⁷ Hasil wawancara dengan Mohammad Arif Sodikin, Penjual *Followers*, bertempat di Masjid Iqomah UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada 08 November 2019, jam 16.08 WIB.

⁸ Friska Yolanda, Konsultasi Syariah: *Jual Beli Followers*, Melalui: <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/pi34ue370/konsultasi-syariah-jual-beli-emfollowersem>, Diakses pada Sabtu 18 Mei 2019, Jam 10.49 WIB.

⁹ Pasal 26 ayat (1), 28 ayat (1), dan 32 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Maka atas dasar aturan hukum Islam dan hukum yang berlaku di Indonesia penulis akan mengkaji dengan mengambil judul penelitian “Praktik Jual Beli *Followers* Instagram dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”.

B. Rumusan Masalah

Praktik jual beli *followers* media sosial Instagram yang dilakukan secara *online* tersebut menimbulkan persoalan di kalangan umat Islam diantaranya tidak adanya kepastian hukum Islam yang mengatur tentang boleh atau tidaknya jual beli *followers* media sosial Instagram, dari segi objek akadnya pun tidak diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak, dan apakah sudah sesuai apabila dilihat dari sudut pandang Hukum Ekonomi Syariah. Maka dari itu masyarakat mengalami keraguan untuk melakukan bisnis tersebut serta keraguan tentang keabsahannya.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme praktik jual beli *followers* Instagram?
2. Bagaimana jual beli *followers* Instagram dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pokok masalah di atas, tujuan yang ingin penulis capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memahami mekanisme praktik jual beli *followers* Instagram.
2. Untuk mengetahui dan memahami jual beli *followers* Instagram dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Kegunaan Secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah kumpulan ilmu pengetahuan dan pustaka keislaman terutama dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah khususnya pengetahuan yang berhubungan dengan jual beli *followers* Instagram. Sehingga diharapkan dapat dijadikan bahan bacaan, referensi, dan acuan bagi penelitian-penelitian berikutnya.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Pengguna Instagram

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para pengguna media sosial Instagram dalam melakukan praktik jual beli *followers* Instagram.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai perbandingan penelitian berikutnya, untuk dikaji lebih mendalam sehingga dapat memberikan temuan penelitian yang lebih bervariasi.

E. Studi Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, penulis meninjau dan menelaah penelitian terdahulu mengenai jual beli *followers* Instagram. Hal ini dilakukan guna menghindari adanya plagiasi atau pengulangan dalam penelitian dan menghindari adanya kesamaan dalam setiap variabel yang diteliti. Berikut ini beberapa penelitian

yang serupa beserta perbedaannya dengan penelitian yang saat ini penulis lakukan, diantaranya:

Pertama, dalam “Sistem Jual beli *Followers* di Instagram Perspektif Imam Syafi’i dan Abu Hanifah”.¹⁰ Menganalisis secara mendalam mengenai jual beli *followers* Instagram perspektif Imam Syafi’i dan Abu Hanifah, ada perbedaan pendapat dari para Imam Madzhab mengenai sistem jual beli (rukun dan syarat jual beli).

Kedua, “Jual Beli *Followers* Sosial Media Twitter dalam Perspektif Hukum Islam”.¹¹ Dalam skripsi ini menjelaskan *platform* twitter sebagai media untuk memperkenalkan bisnisnya secara *online*. Titik fokus seseorang akan menilai suatu bisnis dilihat dari jumlah *followers* yang dimilikinya, karena hal tersebut memberikan keuntungan dalam mempromosikan suatu bisnis. Selain itu *followers* menjadi barometer terhadap kepopolaritasan seseorang.

Ketiga, “Jual Beli *Account Game Online Cash of Clans* (COC) dalam Perspektif Hukum Islam”.¹² Penelitian ini menjelaskan mengenai jual beli *game online coc* yang pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan jual beli *online* lainnya yaitu dengan transaksi tanpa bertatap muka dengan pihak penjual yang menjual *account* kemudian pembeli melakukan kesepakatan untuk melakukan transaksi secara langsung. Akan tetapi untuk menghindari penipuan ketika bertransaksi salah satu pihak menggunakan jasa yang disebut rekber (rekening bersama) sebagai

¹⁰ Mimi Maesaroh, Skripsi: “*Sistem Jual Beli Followers di Instagram Perspektif Imam Syafi’i dan Abu Hanifah*”, (Bandung: UIN Bandung, 2019).

¹¹ Mufida Herdani, Skripsi: “*Jual Beli Followers Sosial Media Twitter Dalam Perspektif Hukum Islam*”, (Yogyakarta: UIN Yogyakarta, 2015).

¹² Muh. Fauzan, Skripsi: “*Jual Beli Account Game Online Cash Of Clansh (COC) Dalam Perspektif Hukum Islam*”, (Surakarta: IAIN Surakarta, 2017).

penengah. Perbedaannya dalam skripsi ini ialah terletak pada mekanisme transaksi dan prinsip muamalat dan proses transaksi hanya menggunakan situs *online* sosial media Instagram tanpa ada pihak lain sebagai penengah (rekber).

Keempat, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli *Followers*, *Likes*, dan *Viewer* di Media Sosial Instagram”.¹³ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model jual beli *followers*, *likes*, dan *viewer* di media sosial Instagram dan untuk mengetahui tinjauan hukum Islam tentang model jual beli *followers*, *likes*, dan *viewer* di media sosial instagram.

Kelima, “Jual Beli *Followers* Sosial Media Instagram dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Instagram Bengkulu)”.¹⁴ Meneliti tentang jual beli *followers* sosial media Instagram dalam perpektif hukum Islam dimana dijelaskan jual beli *followers* disini lebih kepada manfaat dan kurang manfaat. Karena bermanfaat ketika seseorang itu membutuhkan, dan kurang bermanfaat yang membeli hanya bertujuan untuk bergaya demi kepuasan semata.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan hasil penelitian di atas terletak pada objek, dan subjek penelitian. Sehingga lebih memfokuskan pembahasan mengenai tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dalam mekanisme transaksi jual beli *followers* Instagram, dimana objek yang diperjualbelikan tidak memenuhi rukun jual beli dan syarat sah benda yang harus diperjualbelikan. Hal ini dapat disimpulkan sah atau tidak, boleh atau tidak menurut Hukum Ekonomi

¹³ Nur Anisa, Skripsi: “Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli *Followers*, *Likes*, dan *Viewer* di Media Sosial Instagram”, (Lampung: Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

¹⁴ Rifky Fadillah Anwar, Skripsi: “Jual Beli *Followers* Sosial Media Instagram dalam Perspektik Hukum Islam (Studi Wilayah Instagram Bengkulu)”, (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019).

Syariah. Sehingga penulis melakukan penelitian skripsi dengan judul “Praktek Jual beli *Followers* Instagram dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut pandangan ekonomi syariah dalam melakukan proses jual beli dimana menggunakan objek yang kurang tepat dapat menjadi perdebatan dalam keabsahan bertransaksi. Maka dari itu menjadi hukum kehalalan dan keharaman dalam bertransaksi. Sehingga dalam praktik jual beli harus sesuai dengan ketentuan-ketentuan syari'at Islam baik itu rukun dan syarat sah jual beli diantaranya yaitu:

1. Jual Beli

Kata *al-bai'* terdapat dua pengertian, yaitu jual (*al-bai'*) dan beli (*al-syira*). Adapun pengertian *al-bai'* secara bahasa, yaitu:¹⁵

- a. *Muqabalah*/ saling menerima (berasal dari kata *qabala* yang berarti menerima), yaitu menerima sesuatu atas sesuatu yang lain (*muqabalat al-syai' bi syai'*).
- b. *Mubadalah*/ saling mengganti (berasal dari kata *badala* yang berarti mengganti).
- c. *Mu'awadhat*/ pertukaran (berasal dari kata *'adha* yang berarti memberi ganti).

Menurut istilah jual beli ialah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang

¹⁵ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Muamalah Maliyyah Akad Jual-Beli*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 2.

satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan *syara'* dan disepakati.¹⁶

Sesuai dengan ketentuan yang telah dibenarkan *syara'* maksudnya ialah memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun, dan lain-lain yang ada kaitannya dengan jual beli sehingga bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak *syara'*.¹⁷ Yang mana didalam jual beli *followers* tidak memenuhi rukun dan syarat sah jual beli.

Adapun rukun jual beli yang harus terpenuhi sebagai berikut:¹⁸

- a. Pihak-pihak yang berakad, yaitu pihak penjual (*al-ba'i*) dan pembeli (*musytari*).
- b. Objek jual beli (*ma'qud 'alaih*), yaitu harga (*tsaman*) dan objek yang dihargakan (*mutsman*).
- c. *Shighat*, yaitu *ijab qabul*

Syarat sah benda yang diperjualbelikan sebagai berikut:¹⁹

- a. Harus termasuk benda-benda yang suci. Karena diharamkan melakukan jual beli atas benda-benda najis.
- b. Harus milik penjual secara penuh pada saat akad jual beli dilakukan karena akad jual beli termasuk akad yang berakibat pada berpindahnya kepemilikan objek.
- c. Harus termasuk harta karena jual beli adalah pertukaran harta.

¹⁶ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, ...hlm. 68-69.

¹⁷ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, ...hlm. 69.

¹⁸ Wahbah al-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Isami Wa Adillatuhu*, (Damaskus: Dar al-Fikr, 2006), cet. Ke-9, vol. V, hlm. 3.309.

¹⁹ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Muamalah Maliyyah Akad Jual-Beli*, ...hlm. 21.

- d. Harus wujud (ada) pada saat akad jual beli dilakukan karena jual beli barang yang tidak ada termasuk jual beli *ma'dum* (*gharar*) yang dilarang.
- e. Harus dapat diserahterimakan dari penjual kepada pembeli. Karenanya, dilarang melakukan jual beli yang asetnya tidak mungkin diserahterimakan, misalnya jual beli unta yang melarikan diri.

2. Sumber Hukum

Jual beli merupakan sesuatu yang hak dan Islam memperbolehkannya. Apalagi sistem jual beli saat ini sangatlah berkembang pesat baik dari segi sistem ataupun objek yang diperjualbelikan selama jual beli tersebut tidak keluar dari koridor yang benar dan berpegang teguh pada ketentuan syari'at Islam.

Sebagaimana dalam firman Allah dalam QS. Al-Baqarah [2:188], yaitu:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ
النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ^{٢٠}

Artinya: “Dan janganlah kamu makan harta diantara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”.²⁰

Selanjutnya, dipertegas lagi dalam QS. An-Nisa [4:29] yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا^{٢١}

²⁰ Tim Assobar Quran, *Al-Quran Terjemah*, (Jakarta Timur: Pustaka Al Mubin, 2013), hlm. 28.

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”.²¹

Ayat ini merujuk pada perniagaan atau transaksi-transaksi dalam muamalah yang dilakukan dengan jalan yang batil, sedangkan Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syari’at. Transaksi yang diperbolehkan terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha, saling ikhlas.²²

Dapat digaris bawahi maksud dari harta orang lain di atas, menegaskan bahwa janganlah menjual barang yang bukan kepemilikan sendiri atau tanpa izin dari pemilik barang tersebut.

Rasulallah SAW, bersabda:

حَدَّثَنَا مُسْلِمُ بْنُ أَبِرَاهِيمَ حَدَّثَنَا هِشَامٌ وَحَدَّثَنَا ابْنُ الصَّبَّاحِ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ عَبْدِ الصَّمَدِ قَالَ حَدَّثَنَا مَطَرُ الْوَرَّاقِ عَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لَا طَّلَاقَ إِلَّا فِيمَا تَمْلِكُ وَلَا بَيْعَ إِلَّا فِيمَا تَمْلِكُ (رواه ابو داود)

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Muslim bin Ibrahim, telah menceritakan kepada kami Hisyam, dan telah diriwayatkan dari jalur yang lain: telah menceritakan kepada kami Ibn Ash Shabbah telah menceritakan kepada kami Abdul Aziz bin Abdushshamad, mereka

²¹ Tim Assobar Quran, *Al-Quran Terjemah*, ...hlm. 78.

²² Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fikih Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 70.

berdua berkata, telah menceritakan kepada kami Mathor Al Warraq, dari 'Amr bin Syu'aib, dari ayahnya, dari kakeknya bahwa Nabi shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: “Tidak ada penceraian kecuali pada apa yang engkau miliki dan tidak ada pembebasan budak kecuali pada sesuatu yang engkau miliki, tidak ada jual beli kecuali pada sesuatu yang engkau miliki”. (HR. Abu Daud)²³

Pada *hadits* diatas lafadz البيع terdapat makna yang tersimpan, yaitu lafadz “sah, dianggap, dan diperbolehkan”. Sehingga lafadz البيع mempunyai makna “tidak sah jual beli, tidak dianggap jual beli dan tidak diperbolehkan jual beli”. Selain itu, pada *hadits* di atas terdapat huruf *istisna* berupa lafadz *illa*, sehingga secara jelas (*sharih*) *hadist* tersebut menjelaskan larangan jual beli atau tidak sah, jika jual beli pada barang yang tidak dimiliki atau harus kepemilikan penuh pihak penjual.

Di dalam *hadits* lain yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad, Abu Daud, Imam at-Tirmidzi, Imam an-nasa'i, dan Ibnu Majah. Rasulullah SWA bersabda kepada Hakim bin Hizam Radhiyallahu anhu:

حَدَّثَنَا مُسَدَّدٌ حَدَّثَنَا أَبُو عَوَانَةَ عَنْ أَبِي بَشِيرٍ عَنْ يُونُسَ بْنِ مَاهِكٍ عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ قَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ يَا تُبَيِّئِي الرَّجُلُ فَيُرِيدُ مِنِّي الْبَيْعَ لَيْسَ عِنْدِي أَفَأَبْتَأُهُ لَهُ مِنْ السُّوقِ فَقَالَ لَا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ (رواه احمد و ابوداود و الترميذي و النسائي و ابن ماجه)

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Musaddad telah menceritakan kepada kami Abu 'Awanah dari Abu Bisyr dari Yusuf bin Mahik dari Hakim bin Hizam ia berkata, “Wahai Rasulullah, saya didatangi seorang laki-laki yang ingin membeli sesuatu yang bukan milik saya, apakah saya boleh menjual untuknya di pasar? Maka beliau bersabda:

²³ Abi Daud Sulaiman al-Sajastani, *Sunan Abi Daud*, juz 03, (Beirut: Daar Al-Fikr, 2003), hlm. 231.

“Janganlah kamu menjual sesuatu yang bukan milik kamu sendiri”.
(HR. Ahmad, Abu Daud, at-Tirmidzi, an-nasa’i, dan Ibnu Majah)²⁴

Berdasarkan sabda Rasulullah SAW di atas sudah jelas Rasulullah SAW telah melarang menjual barang yang bukan kepemilikan sendiri atau sesuatu yang tidak kamu miliki. Karena hal tersebut merupakan menggunakan harta orang lain dengan jalan yang batil dan melanggar ketentuan syari’at Islam. Begitupula dengan jual beli *followers* yang kepemilikan akunnya tidak diketahui berasal dari mana dan milik siapa.

3. Kaidah Fikih

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: “Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.²⁵

Maksudnya adalah bahwa dalam setiap muamalah dan transaksi pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, kerja sama (*mudharabah* dan *musyarakah*), perwakilan, dan lainnya. Kecuali yang tegas mengharamkan seperti mengakibatkan kemadharatan, tipuan, judi, dan riba. Secara umum jual beli adalah aktivitas muamalah yang dihukumi kebolehannya selama itu mendatangkan kemaslahatan bagi manusia. Kebolehan yang dimaksud yaitu selama tidak ada unsur kebatalan atau keharaman pada jual beli tersebut.

Selain itu kaidah fiqh khusus di bidang muamalah yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu:

²⁴ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, (t.tp, Dar al-Risalah al-Alamiyah, 2009), Vol. 3, hlm. 308. Versi Maktabah Syamilah.

²⁵A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah yang Praktis*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), hlm. 130.

لَا يَجُوزُ لِأَحَدٍ أَنْ يَتَصَرَّفَ فِي مِلْكٍ غَيْرِهِ بِإِذْنِهِ

Artinya: “Tiada seorangpun boleh melakukan tindakan hukum atas milik orang lain tanpa izin si pemilik harta”.²⁶

Maksud kaidah ini adalah, penjual harus memiliki kepemilikan secara penuh terhadap suatu barang yang akan di perjualbelikan atau tidak ada hak orang lain pada barang yang akan diperjualbelikan.

4. Undang-Undang No 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Menurut Pasal 26 ayat (1), pasal 28 ayat (1) dan pasal 32 ayat (2) dari ketiga pasal tersebut menjelaskan “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum dengan cara apa pun memindahkan atau mentransfer informasi elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan”.²⁷

G. Langkah-Langkah Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan langkah-langkah penelitian sebagai berikut:

1. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah bagian penting yang harus ada di dalam aktivitas penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan, sebagai suatu kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur, sistematis, dan memiliki tujuan tertentu baik praktis

²⁶ A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah yang Praktis*, ...hlm. 131.

²⁷ Pasal 26 ayat (1), 28 ayat (1), dan 32 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

maupun teoritis.²⁸ Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.²⁹ Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini maka metode yang digunakan adalah metode deskriptif analisis. Metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan praktik jual beli *followers* Instagram, sedangkan metode analisis digunakan untuk menganalisis praktik jual beli *followers* Instagram dari sudut pandang Hukum Ekonomi Syariah.

2. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk statistik.³⁰ Data kualitatif dapat diperoleh melalui wawancara dengan responden atau narasumber. Adapun jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini mengenai mekanisme praktik jual beli *followers* Instagram dan praktik jual beli *followers* Instagram perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

3. Sumber Data

Penentuan sumber data yang didasarkan atas jenis data yang telah ditemukan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas:

- a. Sumber data primer, data yang diperoleh langsung dari responden yang ada hubungannya dengan objek yang diteliti.³¹ Dalam hal ini data primer yang

²⁸ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 253.

²⁹ Tarjo, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hlm. 28.

³⁰ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hlm. 9.

³¹ Muhammad Prabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Akasara, 2006), hlm. 57.

diperoleh peneliti bersumber dari hasil wawancara dengan pihak penjual *followers* yaitu Mohammad Arif Sodikin, Muhammad Zakhi, dan Dede Yusuf. Dengan pihak pembeli *followers* yang terdiri dari penjual *online shop* yaitu Rifa Kurniati dan akun perseorangan yaitu Moh Ramdani Yurman dan Resnu Aji Hermawan mengenai praktik jual beli *followers* Instagram.

- b. Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang mendukung data-data primer dan permasalahan yang diteliti. Data ini diperoleh dari kepustakaan yaitu bagian-bagian tertentu dari buku-buku, *al-Qurān*, *al-hadits*, kitab-kitab fikih, karya ilmiah, jurnal, dan Undang-Undang No 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tepatnya Pasal 26 ayat (1), Pasal 28 ayat (1), dan Pasal 32 ayat (2). Yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti tentang praktik jual beli *followers* Instagram.
- c. Sumber data tersier, yaitu bahan-bahan yang memberikan informasi atau penjelasan tentang data primer dan data sekunder, antara lain seperti artikel, surat kabar, majalah, dan bahan-bahan yang didapat dengan cara mengakses website melalui internet.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab mengenai masalah yang sedang diteliti dengan para responden. Untuk mengumpulkan data melalui wawancara dan tanya jawab secara langsung maupun tidak langsung kepada para penjual dan pembeli *followers* Instagram.

b. Studi Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.³² Maupun suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

c. Studi Kepustakaan

Penelitian yang dilakukan dengan membaca, mendalami, dan menelaah berbagai literatur berupa buku-buku dan sumber lain yang dapat digunakan untuk mendukung dan melengkapi penelitian ini serta mengungkapkan teori dan konsep yang terkait dengan penelitian.

5. Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengorganisasian dan menyusun pola secara sistematis sehingga dapat menemukan hipotesis kerja.³³ Karena itu, penulis melakukan tahapan sebagai berikut:

- a. Memahami data yang terkumpul dari berbagai sumber data, baik dari sumber data primer, sekunder, dan tersier.
- b. Menyeleksi dan mengklasifikasi seluruh data dalam satuan sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sumber data.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 329.

³³ Cik Hasan Bisri, *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan penulisan Skripsi Bidang Ilmu Agama Islam*, (Jakarta: Raja Grfindo Persada, 2008), hlm. 57.

- c. Menyajikan data dimana sekumpulan informasi disusun sehingga memungkinkan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan dan bagan.
- d. Menginterpretasi atau penafsiran data yang menggabungkan hasil analisis dengan pernyataan, sehingga menghasilkan data yang terkumpul untuk menjawab rumusan masalah.
- e. Penarikan kesimpulan dari data-data yang dianalisis dengan memperhatikan rumusan masalah yang telah ditentukan.

