

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman pada era globalisasi saat ini sangat mempengaruhi seluruh aspek penting dalam kehidupan manusia.<sup>1</sup> Perkembangan zaman tersebut sangat terlihat jelas dimulai dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin canggih serta perubahan gaya hidup dimasyarakat yang semakin modern. Era globalisasi mempermudah masyarakat dalam mengembangkan dan menyebarluaskan karya-karya yang diciptakan salah satunya pembuatan film melalui layanan aplikasi di media digital. Film merupakan salah satu hiburan yang sangat digemari oleh masyarakat saat ini.

Pada era digital saat ini menonton film dapat dilakukan hanya dengan di rumah saja melalui layanan *streaming* digital yang dapat diakses melalui smartphone ataupun laptop. Salah satu aplikasi layanan *streaming* digital yang sangat cepat menarik perhatian masyarakat di Indonesia adalah Disney+ Hotstar. Disney+ Hotstar adalah layanan *streaming* yang menyajikan konten dunia dan Indonesia dalam satu tempat. Layanan *streaming* ini menggabungkan *blockbuster Hollywood* dan konten yang memenangkan berbagai penghargaan dari *Disney, Marvel, Star Wars, Pixar, National Geographic* dan lainnya, termasuk penayangan perdana dari konten eksklusif dan film dari studio-studio pilihan Indonesia. Disney+ Hotstar menyediakan pengalaman bebas iklan untuk film, *documenter*, aksi langsung dan serial animasi dan juga konten pendek.

Fitur utama dalam aplikasi Disney+ Hostar ada 3 (tiga) macam yaitu pelanggan dapat menonton di dua layar bersamaan sekaligus di ponsel, desktop, ataupun di smart TV tertentu. Semua tayangan tersedia untuk diunduh dan juga layanan yang bebas iklan. Untuk mendapatkan fitur utama tersebut pengguna

---

<sup>1</sup> Deliarnov, *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 4

harus berlangganan dengan membayar biaya sesuai paket yang sudah disediakan.

Menurut hasil *survey* digital telkomsel, tSurvey.id, menunjukkan bahwa Disney+ Hotstar merupakan aplikasi *streaming* paling laris di Indonesia dengan 70% responden berlangganan dan posisi aplikasinya mengungguli Netflix dengan 46% responden dan Vidio dengan 41% responden.<sup>2</sup> Aplikasi Disney+ Hotstar terbilang lebih murah harganya dibanding aplikasi lainnya yang membuat masyarakat mulai banyak yang memakai aplikasi ini.

Walaupun harga terbilang lebih murah tetapi banyak oknum yang mengambil keuntungan dengan menjual paket berlangganan yang dijual dengan harga yang lebih murah dari harga yang dijual langsung di aplikasi Disney+ Hotstar tersebut dan juga menawarkan paket yang beragam. Penjualan akun premium tersebut banyak dilakukan di sosial media seperti Twitter, Instagram Facebook dan *e-commers* lainnya. Dengan melihat perkembangan media sosial khususnya Twitter, faktanya Twitter menjadi tempat transaksi jual beli dari setiap kalangan dengan melakukan promosi tanpa harus mengeluarkan banyak biaya.

Akun premium Disney+ Hotstar yang dijual di Twitter terbagi menjadi dua jenis yaitu akun premium *sharing* dan *private*. Akun *sharing* dan *private* memiliki perbedaan. Akun *sharing* itu menggunakan satu akun yang dapat digunakan oleh beberapa orang sedangkan akun *private* itu satu akun digunakan oleh satu pengguna saja. Lalu jika dilihat dari jangka waktu paket yang dibeli maka akun *sharing* jika sudah habis masa waktunya dan pembeli ingin melakukan perpanjangan maka akan diberikan akun yang berbeda. Sedangkan akun *private* akan diberikan akun yang sama jika pembeli ingin melakukan perpanjangan.

---

<sup>2</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/09/survei-disney-hotstar-jadi-aplikasi-streaming-berbayar-terlaris-di-indonesia> , pada tanggal 23 Agustus 2023, pukul 21.46 WIB.

Biaya yang ditawarkan pada media sosial Twitter dengan *platform* Disney+ Hotstar terdapat/tahun. perbedaan yang cukup signifikan dengan harga yang ditawarkan di Twitter berkisar antara Rp 3000 sampai Rp 80.000 perbulannya dengan durasi penggunaan akun yang berbeda-beda, sedangkan dari Disney+ Hotstar sendiri berkisar Rp 39.000/bulan dan Rp 199.000

Transaksi jual beli *online* yang dilakukan di sosial media sama halnya dengan transaksi yang dilakukan secara langsung. Kegiatan jual beli *online* ini memudahkan kedua belah pihak antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat dengan mudah mencari dan menemukan barang sesuai dengan keinginannya hanya dengan mencari lewat *smartphone*, sedangkan penjual dapat dengan praktis menampilkan dan menawarkan barang dagangannya dengan harga yang bersaing.<sup>3</sup> Proses penjualan pada jual beli akun premium ini serupa dengan jual beli *online* pada umumnya. Objek yang diperjual belikan yaitu akun yang bisa dipakai dalam jangka waktu yang sudah ditawarkan dan jika sudah habis jangka waktu tersebut maka pembeli harus melakukan perpanjangan atau pembeli juga dapat berhenti berlangganan.

Dalam kaitannya dengan ajaran Islam, transaksi jual beli *online* diperbolehkan karena memenuhi rukun yang sesuai dengan syariat Islam. pada umumnya jual beli merupakan proses tukar menukar benda dengan benda atas kerelaan dari kedua belah pihak. Rukun jual beli itu terdapat akad, pihak yang berakad, objek dan terdapat nilai ubah benda pengganti. Rukun dan syarat dalam transaksi jual beli ini harus dipenuhi karna jika tidak terpenuhi akan menyebabkan transaksi ini menjadi tidak legal atau tidak sah.

Akan tetapi, dalam praktik jual beli akun premium Disney+ Hotstar di sosial media Twitter ini tidak sepenuhnya praktik jual beli melainkan terdapat praktik sewa-menyewa (Ijarah). Karena dalam praktiknya pembeli tidak mendapatkan akun secara pemanen tetapi pembeli hanya dapat mengambil

---

<sup>3</sup> William H. DeLone and Ephraim R. McLean, "Measuring E-Commerce Success: Applying the DeLone and McLean Information Systems Success Model," *International Journal of Electronic Commerce* 9, no. 1 (2004), hlm. 32

manfaatnya. Dan juga akun yang diberikan pembeli tidak hanya digunakan oleh satu orang saja tetapi digunakan oleh beberapa pembeli lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah dijelaskan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi yang berjudul “Praktik Akad Terhadap Pelaksanaan Jual Beli Akun Permium Disney+ Hotstar Pada Media Sosial Twitter”.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan jual beli akun premium Disney+ Hotstar di sosial media Twitter?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap jual beli akun premium Disney+ Hotstar di sosial media Twitter?

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

Tujuan dalam perumusan masalah ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan jual beli akun premium Disney+ Hotstar di sosial media Twitter.
2. Untuk mengetahui hukum ekonomi syariah terhadap jual beli

## **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pengembangan ilmu hukum ekonomi syariah.
  - b. Pengembangan institusi keilmuan di bidang hukum ekonomi syariah.
  - c. Pengembangan penelitian selanjutnya.
2. Secara Praktis
  - a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan keilmuan yang berkaitan dengan masalah jual beli akun premium Disney+ Hotstar, selain itu juga dapat memberikan pengalaman baru terhadap penulis.

b. Bagi institusi penjual

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam pembelajaran dan memberikan informasi terhadap para penjual akun premium Disney+ Hotstar.

c. Bagi pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi dalam pengembangan akademis hukum ekonomi syariah.

## E. Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti dalam menyusun penelitian ini sudah menelusuri hasil karya yang pernah dilakukan sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan hasil penelusuran *literature* mengenai tema yang serupa, penulis menemukan beberapa karya maupun tulisan ilmiah yang menyoroti permasalahan jual beli akun maupun pemasaran produk menggunakan akun dalam jejaring sosial media ataupun menggunakan situs-situs website. Adapun beberapa karya tersebut adalah:

*Pertama*, skripsi yang ditulis oleh Reza Duwi Andini (2022) jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Adab Universitas Nahdhatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro dengan judul *Jual Beli Canva Pro Premium di Twitter Perspektif Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 dan Hukum Ekonomi Syariah*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kegiatan jual beli Canva pro premium ini sebenarnya termasuk dalam tindakan ilegal karna telah melanggar peraturan dari pihak canva dan melanggar Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 pasal 9 tentang Hak Cipta.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Reza Duwi Andini, “*Jual Beli Canva Pro Premium di Twitter Perspektif Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 dan Hukum Ekonomi Syariah*”, skripsi, (Bojonegoro, Universitas Nahdhatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro, 2022)

*Kedua*, skripsi yang ditulis oleh Ahmad Dhani Fadilla (2021) jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan judul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Jual Beli Akun Netflix, Viu, Dan Spotify Di Twitter*. Penelitian ini menyimpulkan kegiatan jual beli akun premium Netflix, Viu dan Spotify ini melanggar ketentuan UU Nomor 8 Tahun 1999. Kegiatan jual beli akun premium melalui Twitter ini merupakan transaksi yang dilanggar karna melakukan tindakan komersialisasi tanpa seizin pihak aplikasi-aplikasi tersebut. Dan kegiatan jual beli *online* melalui Twitter ini cukup sering terjadi tindak penipuan dan ingkar janji.<sup>5</sup>

*Ketiga*, skripsi yang ditulis oleh Aldi Firmansyah Ramadhani (2019) jurusan Hukum Perdata Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dengan *judul Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Fasilitas Akun Premium Joox Dan Spotify di Sosial Media Facebook*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa jual beli fasilitas akun premium Joox dan Spotify menggunakan *akad* sewa menyewa (*Ijarah*) yang jika dilihat dari rukun dan syarat sahnya maka kegiatan jual beli ini tidak sah disebabkan ada hal yang menyebabkan *ijarah* menjadi rusak atau batal.<sup>6</sup>

*Keempat*, skripsi yang ditulis oleh Nina Lestari (2022) jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul *Praktik Jual Beli Aplikasi VIU Premium di Twitter perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah*. Penelitian ini menyimpulkan praktik jual beli yang dilakukan para penjual aplikasi viu premium di twitter merupakan tindakan yang salah. *Akad* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *akad* sewa menyewa.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Ahmad Dhani Fadilla, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Jual Beli Akun Netflix, Viu, Dan Spotify Di Twitter*, Skripsi, (Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021)

<sup>6</sup> Aldi Firmansyah Ramadhani, *Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Fasilitas Akun Premium Joox Dan Spotify di Sosial Media Facebook*, Skripsi, (Surabaya, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019).

<sup>7</sup> Nina Lestari, *Praktik Jual Beli Aplikasi VIU Premium di Twitter perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah*, Skripsi, (Bandung, Universitas Islam Negeri Sunan Djati Gunung Bandung, 2022).

*Kelima*, skripsi yang ditulis oleh Ispi Yanti (2023) Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul *Praktik Jual Beli Akun Spotify Premium For Family (Kajian Analisis Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Penelitian ini menyimpulkan jual beli akun Spotify Premium For Family menurut Hukum Ekonomi Syariah dari syaratnya sudah terpenuhi sehingga bisa dikatakan sah dilakukan, tetapi jika dilihat dari segi objek yang dimana objek tersebut milik penjual maka hukumnya batal karena objek tersebut tidak diketahui milik siapa.<sup>8</sup>

**Tabel 1. 1**

**Studi Terdahulu**

No	Nama Penulis	Judul Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1	Reza Duwi Andini (2022)	Jual Beli Canva Pro Premium di Twitter Perspektif Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 dan Hukum Ekonomi Syariah	Peneliti studi terdahulu dan Penulis sama sama melakukan penelitian yang berkaitan dengan jual beli akun.	Perbedaan terletak dari segi objek penjualannya dan persepektif hukum yang diambil
2	Ahmad Dhani Fadilla (2021)	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Jual Beli Akun Netflix,	Peneliti studi terdahulu dan Penulis sama sama membahas	Perbedaan dengan studi terdahulu terletak di

<sup>8</sup> Ispi Yanti, *Praktik Jual Beli Aplikasi VIU Premium di Twitter perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah*, Skripsi, (Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023).

		Viu, Dan Spotify Di Twitter	tentang dasar hukum dalam jual beli akun premium	objek penjualannya
3	Aldi Firmansyah Ramadhani (2019)	Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Fasilitas Akun Premium Joox Dan Spotify di Sosial Media Facebook.	Peneliti studi terdahulu dan penulis membahas jual beli akun premium	Perbedaan dengan studi terdahulu terletak di objek penjualannya dan media dalam melakukan transaksinya
4	Nina Lestari (2022)	Praktik Jual Beli Aplikasi VIU Premium di Twitter perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah	Peneliti studi terdahulu dan penulis sama sama membahas penjualan akun premium di twitter.	Perbedaan dengan studi terdahulu terletak di objek penjualannya
5	Ispi Yanti (2023)	Praktik Jual Beli Akun Spotify Premium For Family (Kajian Analisis Komplikasi	Peneliti studi terdahulu dan penulis membahas jual beli akun premium	Perbedaan dengan studi terdahulu terletak di objek penjualannya



		Hukum Ekonomi Syariah Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik		
--	--	--	--	--

## F. Kerangka Pemikiran

Jual beli merupakan kegiatan yang sudah dilakukan sejak zaman nabi. jual beli merupakan salah satu *akad* yang paling banyak dipraktikan hingga saat ini. Kegiatan jual beli pada awalnya dilakukan dengan cara menukar barang dengan barang. Lalu seiring berjalannya waktu sejak terbuatnya uang maka jual beli saat ini dilakukan dengan cara menukar barang dengan uang atau menukar jasa dengan uang.

Menurut istilah *fiqh* jual beli disebut dengan *al-bai'* yang berarti menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Kata *al-bai'* itu sendiri memiliki 2 (dua) cakupan pengertian, yaitu jual (*al-bai'*) dan juga diartikan sebagai beli (*asy-syira*).

Ulama hanafiyah mengartikan jual beli dengan 2 pengertian yaitu saling menukar harta dengan harta melalui ijab dan kabul atau juga bisa melalui saling memberikan barang dan menetapkan harga antara pembeli dan penjual. Sedangkan pengertian kedua yaitu harta yang diperjualbelikan itu harus bermanfaat bagi manusia.

Menurut Al-Syilbi (w. 1021 H) , jual beli merupakan pertukaran harta yang bernilai dengan harta lainnya yang bernilai juga dengan cara menyerahkan kepemilikan sesuatu untuk menerima kepemilikan sesuatu yang

lainnya tetapi jika harta yang ditukar dengan manfaat maka itu termasuk dengan sewa menyewa.<sup>9</sup>

Jual beli menurut pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) merupakan suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang dan pihak yang lain untuk membayar harga yang disajikan.<sup>10</sup>

Dengan demikian jual beli merupakan tukar menukar barang dengan barang atau dengan uang yang dimana harus ada unsur saling merelakan melalui proses ijab dan Kabul, barangnya memiliki manfaat dan tidak dilarang oleh syariat Islam lalu terjadi pelepasan hak kepemilikan dari satu pihak kepada pihak lainnya.<sup>11</sup>

Berdasarkan pada dalil Al-Qur'an, Sunnah serta Ijma' ulama hukum jual beli itu boleh (*mubah*), seperti dalam surat al-Baqarah (2): 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا  
الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ  
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

275. Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) *riba* tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan *riba*. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut *riba*), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi *riba*), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.<sup>12</sup>

<sup>9</sup> Ikit, Artiyanto, Muhammad Saleh, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Gava Media, 2018), hlm. 71

<sup>10</sup> *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta: Indonesia Legal center Publishing 2013), Cet Ke-2, hlm. 264.

<sup>11</sup> Andiri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*, (Jakarta: Kencana, 2019) hlm. 64

<sup>12</sup> Soenarjo Dkk., *Alquran Terjemah Kementerian Agama Republik Indonesia*, (Bandung: Sygma Exagrafika, 2008), hlm 47.

Sesuai dengan dalil Al-Qur'an di atas maka para ulama membagi hukum jual beli menjadi 5 (lima) macam<sup>13</sup>, yaitu:

1. *Wajib* jika dalam keadaan yang sangat mendesak.
2. *Sunah* jika jual beli pada saat harga barang yang menjadi kebutuhan manusia meningkat.
3. *Makruh*.
4. *Haram* jika jual beli dengan barang yang sudah jelas diharamkan dalam syariat Islam.
5. *Mubah* yaitu segala bentuk jual beli selain yang telah disebutkan hukumnya di atas.

Dalam transaksi jual beli menurut mayoritas para ulama terdapat 3 (tiga) rukun<sup>14</sup>, yaitu:

1. Pelaku transaksi, yaitu penjual dan pembeli.
2. Objek transaksi, yaitu harga barang.
3. *Akad* transaksi, yaitu segala tindakan yang dilakukan oleh kedua belah pihak dalam kegiatan bertransaksi baik berupa perkataan ataupun perbuatan.

Dalam kegiatan jual beli terdapat *akad* yang harus dipenuhi para penjual dan pembeli. *Akad* merupakan keterkaitan antara ijab dan qabul. Ijab merupakan penawaran yang diajukan oleh salah satu pihak dan qabul merupakan jawaban persetujuan atas penawaran yang ditawarkan oleh pihak pertama. Dalam transaksi *akad* terdapat rukun yang harus dipenuhi yaitu sebagai berikut:

1. *Aqid* merupakan orang yang berakad.
2. *Mauqud alaih* merupakan benda – benda yang diakadkan.
3. *Maudhu' al 'aqd* merupakan tujuan dari mengadakannya *akad*.
4. *Sighat al 'aqd* merupakan ijab dan qabul.

---

<sup>13</sup> Ikit, Artiyanto, Muhammad Saleh, *Jual beli Dalam Perspektif*, hlm 80

<sup>14</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syari'ah: fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 102.

Ulama *fiqih* mengemukakan bahwa *aqad* itu dapat dibagi dari berbagai segi. Jika dibagi menurut keabsahaannya menurut syara' *akad* dibagi menjadi 2 (dua)<sup>15</sup>, yaitu:

1. *Akad* sah merupakan *akad* yang telah memenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat. Ulama Hanafiyah membagi *akad shahih* menjadi dua macam<sup>16</sup>, yaitu:
  - a. *Akad nafiz* merupakan *akad* yang dilangsungkan dengan memenuhi rukun dan syaratnya dan tidak ada penghalang untuk melaksanakannya.
  - b. *Akad mawquf* merupakan *akad* yang dilakukan seseorang yang cakap bertindak hukum, tetapi ia tidak memiliki kekuasaan untuk melangsungkan dan melaksanakan *akad* ini.
2. *Akad* tidak sah merupakan *akad* yang terdapat kekurangan pada rukun dan syarat-syaratnya. Ulama Hanafiyah dan Malikiyah membagi *akad* tidak *shahih* menjadi dua macam, yaitu:
  - a. *Akad bathil* merupakan *akad* yang tidak memenuhi salah satu rukunnya atau ada larangan dari syara'.
  - b. *Akad fasid* merupakan *akad* yang pada dasarnya disyariatkan tetapi sifat yang diakadkan itu tidak jelas.

Menurut tujuannya, *akad* dibagi menjadi:

1. *Akad Tabarru'* merupakan kegiatan perjanjian yang menyangkut transaksi yang tidak mengejar keuntungan (*non profit transaction*).
2. *Akad tijarah* merupakan kegiatan perjanjian yang menyangkut transaksi yang mengejar keuntungan (*profit orientation*). Hal ini didasari atas kaidah bisnis bahwasannya bisnis merupakan suatu aktivitas untuk memperoleh keuntungan.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat*, (Yogyakarta: UII Pres, 1982), hlm. 55

<sup>16</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat: sistem transaksi dalam Fiqh*, (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 20

<sup>17</sup> Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah: Studi Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*, (Jakarta: PT Rajawali, 2010), hlm. 35

Jual beli *online* merupakan kegiatan menjual dan membeli barang atau jasa melalui internet yang dimana pembeli dan penjual tidak melakukan kontak secara langsung dan barang hanya ditawarkan dengan cara memperlihatkan gambar dan mendeskripsikan barang atau jasa tersebut melalui tulisan. Setelah itu pembeli melakukan pembelian barang atau jasa tersebut dan melakukan pembayaran dengan cara mentransfer sejumlah uang yang telah ditetapkan.

Kegiatan transaksi *online* merupakan salah satu bentuk transaksi elektronik yang ketentuannya diatur dalam PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) Pasal 47 ayat (2) dianggap sah apabila:<sup>18</sup>

1. Kesepakatan para pihak.
2. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
3. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusila dan ketertiban umum.

Dalam kegiatan jual beli *online* terdapat salah satu *akad* dalam bertransaksi yaitu *akad ijarah*. *Akad ijarah* ini pada dasarnya sama dengan prinsip jual beli tetapi yang membedakan *akad ijarah* ini terletak dalam objek transaksinya yang dimana objek transaksinya yaitu hak guna (manfaat).

Kegiatan jual beli dalam bertransaksi akun premium Disney+ Hotstar melalui sosial media Twitter ini menggunakan *akad ijarah* yang dimana pembeli menyewa akun yang akan digunakan untuk menonton film tersebut lalu membayar sesuai yang sudah ditetapkan oleh penjual dan akun tersebut bisa digunakan dalam waktu yang sesuai dengan paket yang dibeli. Jika waktunya sudah habis maka akun tersebut otomatis tidak dapat digunakan lagi oleh pembeli.

---

<sup>18</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 47 ayat (2).

Kata *ijarah* menurut Bahasa berasal dari kata *al-ajru* yang berarti *al'iwadhu*<sup>19</sup> (ganti). Sedangkan menurut terminologi, *ijarah* merupakan pemindahan hak guna atau manfaat terhadap barang atau jasa dari seseorang kepada orang lain tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan terhadap barang itu sendiri dalam kurun waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan.

Berdasarkan pada dalil Al-Qur'an, Sunnah serta Ijma' ulama hukum melakukan kegiatan *ijarah*, seperti dalam Qur'an Surat at- Thalaq (65): 6

أَسْكِنُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ سَكَنْتُمْ مِنْ وُجْدِكُمْ وَلَا تُضَارُّوهُنَّ لِضَيِّقُوا عَلَيْهِنَّ وَإِنْ كُنَّ أُولَاتٍ حَمْلٍ فَأَنْفِقُوا عَلَيْهِنَّ حَتَّىٰ يَضَعْنَ حَمْلَهُنَّ فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَارْتُوهُنَّ أَجُورَهُنَّ وَأَنْتُمْ وَأَنْتُمْ بَيْنَكُمْ بِمَعْرُوفٍ وَإِنْ تَعَاَسَرْتُمْ فَسَرِّضْ لَهُ أُخْرَىٰ

- Tempatkanlah mereka (para istri yang dicerai) di mana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka. Jika mereka (para istri yang dicerai) itu sedang hamil, maka berikanlah kepada mereka nafkahnya sampai mereka melahirkan, kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak)-mu maka berikanlah imbalannya kepada mereka; dan musyawarahkanlah di antara kamu (segala sesuatu) dengan baik; dan jika kamu sama-sama menemui kesulitan (dalam hal penyusuan), maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya.<sup>20</sup>

Selain itu terdapat beberapa hadits Nabi yang menerangkan tentang jual beli, diantaranya dari hadits Nabi yang diriwayatkan oleh Ibnu Hibban, Ibnu Majah dan selain keduanya:

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ – رواه البيهقي

“Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan atas suka sama suka” (HR. Ibnu Hibban, Ibnu Majah, dan selain keduanya).<sup>21</sup>

Menurut jumhur ulama rukun *ijarah* itu ada 4 (empat), yaitu:

- Aqid* (Orang yang berakal) yaitu orang yang melakukan *akad ijarah*.

<sup>19</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah 13*, (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006) hlm. 203.

<sup>20</sup> Soenarjo Dkk., *Alquran Terjemah*, hlm 559.

<sup>21</sup> Shalih bin Fauzan Al-Fauzan, *Ringkasan Fikih Lengkap, terj Asmuni* (Jakarta: PT. Darul Falah, 2005), hlm. 485.

2. *Sighat Akad* (Ijab dan Qabul).
3. *Ujroh* (Upah). Manfaat

Syarat *ijarah* menurut M. Ali Hasan, yaitu:

1. Menurut Madzhab Syafi'i dan Hambali syarat untuk kedua orang yang berkad harus berusia akil baligh dan berakal.
2. Ada rasa kerelaan antar kedua belah pihak dalam melakukan *akad ijarah*. Objek sewa dapat diserahkan-terimakan.
3. Manfaat dalam objek *ijarah* tersebut harus jelas.
4. Objek *Ijarah* itu sendiri merupakan sesuatu yang diharamkan oleh syara.

## **G. Langkah – Langkah Penelitian**

### 1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis merupakan metode yang digunakan menganalisis data dengan cara menggambarkan atau menganalisis data penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.<sup>22</sup> Penelitian ini difokuskan pada studi kasus dan fakta yang terjadi dalam praktik jual beli akun premium Disney+ Hotstar.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian yuridis empiris. Penelitian yuridis empiris merupakan penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara langsung pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.<sup>23</sup>

Penelitian ini dengan kata lain merupakan suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan sebenarnya atau keadaan nyata yang ada di masyarakat untuk mengetahui dan menemukan fakta-fakta dan data yang dibutuhkan lalu dengan data yang sudah dikumpulkan tersebut kemudian

---

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013) hlm. 147

<sup>23</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 134.

menjadi menuju kepada indentifikasi masalah.<sup>24</sup> Dengan menggunakan metode ini penulis dapat menggambarkan bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dalam pelaksanaan jual beli akun premium Disney+ Hotstar melalui sosial media Twitter.

## 2. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data penelitian kualitatif. Analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>25</sup> Data tersebut didapatkan dari berbagai kategori-kategori yang termasuk kegiatan wawancara dan observasi yang sesuai dengan penelitian penulis.

## 3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 (dua), yaitu:

### a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara langsung.<sup>26</sup> Penggalan data yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara secara langsung oleh pihak-pihak penjual dan pembeli akun premium Disney+ Hotstar di sosial media Twitter.

### b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada<sup>27</sup> meliputi artikel-artikel mengenai jual beli *online* akun premium melalui twitter, *literature*, maupun pustaka yang relevan dengan penelitian.

## 4. Teknik Pengumpulan Data

---

<sup>24</sup> Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2002), hlm. 15-16.

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuntitaif*, hlm.9.

<sup>26</sup> Lexy J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 121.

<sup>27</sup> Donald R Cooper, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), hlm. 191.



Dalam melakukan penelitian, teknik pengumpulan data sangat penting untuk dilakukan, tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.<sup>28</sup> Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yang dilakukan oleh penulis dengan cara membaca, melihat dan menganalisa serta mempelajari sumber-sumber kepustakaan berupa buku-buku, skripsi, jurnal atau karya ilmiah lainnya serta referensi yang dianggap berkaitan dengan topik penelitian.

b. Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara langsung. Metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun dan mengumpulkan data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan.<sup>29</sup> Peneliti dapat menemukan hal-hal yang sedianya tidak akan terungkap oleh responden dalam wawancara sehingga memperoleh kesan-kesan pribadi, dan merasakan suasana situasi sosial yang diteliti.

Metode ini digunakan untuk mencari data secara langsung terhadap situasi dan kondisi dalam kegiatan jual beli akun premium Disney+ Hotstar di sosial media Twitter. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu melalui media sosial Twitter dengan cara peneliti membeli akun premium Disney+ Hotstar dan memakai akun tersebut.

c. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, dengan alat wawancara seperti buku, pulpen dan alat perekam suara, sehingga mendapatkan informasi yang diperlukan. Wawancara dalam suatu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan keterangan tentang kehidupan dalam suatu

---

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm. 224

<sup>29</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGarfindo persada, 2017), hlm. 5

masyarakat serta pendirian-pendirian itu merupakan suatu pembantu utama dari metode observasi.<sup>30</sup>

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis wawancara semi terstruktur. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara secara daring. Wawancara yang dilakukan secara daring ini peneliti memanfaatkan aplikasi *WhatsApp* dan juga *Direct Messages* Twitter itu sendiri dalam menghubungi informan untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Wawancara dalam penelitian ini melibatkan penjual akun premium Disney+ Hotstar dan juga pembeli akun premium Disney+ Hotstar.

Adapun langkah-langkah dalam melakukan wawancara dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Menetapkan kepada siapa untuk diwawancarai.
2. Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan.
3. Mengawali atau membuka wawancara. Melangsungkan alur wawancara.
4. Mengkonfirmasi hasil wawancara. Menulis hasil wawancara. Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara.

d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan buku, surat kabar, majalah dan sebagainya.<sup>31</sup> Dengan adanya dokumentasi ini akan mempermudah dalam mengumpulkan data sehingga dapat memperoleh data yang lengkap. Data yang didapatkan melalui sosial media Twitter berupa gambar yang dijual dan pembeli melakukan pembelian melalui *Direct Message (DM)* dan *Whatsapp*.

---

<sup>30</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2001), hlm. 5.

<sup>31</sup> John W. Creswell, *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 267.

## 5. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data dalam waktu yang telah ditentukan. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang telah diwawancarai. Bila hasil jawaban dalam wawancara terasa belum mencukupi maka peneliti akan mengajukan pertanyaan lagi sampai diperoleh data yang dianggap kredibel.<sup>32</sup> Dalam penelitian kualitatif ini untuk menghasilkan data yang berkualitas maka diperlukan sejumlah tahapan analisis. Tahapan analisis yang digunakan menurut Miles dan Huberman, yaitu:<sup>33</sup>

- a. Reduksi data yaitu membuat abstraksi seluruh data yang diperoleh dari seluruh catatan lapangan hasil observasi wawancara dan pengkajian dokumen. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis data yang menajamkan, mengharapakan yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasikan data agar sistematis serta dapat membuat satu kesimpulan yang bermakna. Jadi data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan pengkajian dokumen dikumpulkan, diseleksi, dan dikelompokkan kemudian disimpulkan dengan tidak menghilangkan nilai data itu sendiri.
- b. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dalam pengambilan tindakan. Proses penyajian data ini mengungkapkan secara keseluruhan dari sekelompok data yang diperoleh agar mudah dibaca dan dipahami, yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.<sup>34</sup>
- c. Kesimpulan dan verifikasi.

Menurut Miles and Huberman langkah ketiga dalam analisis data kualitatif yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang

---

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm. 246

<sup>33</sup> Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (terj. Tjejep Rohendi Rohidi, (Jakarta: UI-Press, 1992), hlm. 19.

<sup>34</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008) cet. 6, hlm. 341.

dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.<sup>35</sup>



---

<sup>35</sup> Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta, 2010), Hlm. 200