

ABSTRAK

Fadlia Lulu Il Maknun : “Praktik Jual Beli *Followers* TikTok Pada Aplikasi iBooming Berdasarkan Fatwa DSN-MUI 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli *Salam*”.

Penelitian dilatarbelakangi karena maraknya kegiatan bisnis yang berbasis *online*. Para pengguna platform digital, khususnya dalam penggunaan media sosial saat ini lebih fokus pada jumlah *followers* yang dimilikinya. Hal itu membuat banyaknya aplikasi yang menjual jasa penambahan *followers*, salah satunya adalah aplikasi iBooming. Saat ini, platform tersebut tengah bekerja sama dengan aplikasi TikTok. TikTok adalah layanan jejaring sosial berbagi yang menggunakan video pendek sebagai media untuk menyajikan momen kreativitas dan pengetahuan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme praktik jual beli *followers* di media sosial TikTok pada aplikasi iBooming dan analisis praktik jual belinya berdasarkan Fatwa MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli *Salam*. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini didasarkan pada ayat Al-Qur'an dan hadis yang berhubungan dengan jual beli dan Fatwa MUI tentang jual beli *salam*.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi dan studi pustaka untuk membuktikan kesesuaian antara teori dengan praktik. Kemudian teknik analisis yang dipakai yaitu dimulai dari pengumpulan data, klasifikasi data, pengkajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: 1) Mekanisme praktik jual beli *followers* TikTok pada aplikasi iBooming dilakukan melalui beberapa tahap mulai dari membuka aplikasi iBooming, melakukan pemesanan *followers* dengan membeli koin dan menukarkannya ke dalam sejumlah *followers*, lalu setelah transaksi berhasil pembeli tinggal menunggu *followers* tersebut masuk ke dalam akunnya. 2) Berdasarkan analisis Fatwa MUI No. 05 Tahun 2000, terdapat ketidaksesuaian antara praktik jual beli *followers* dengan isi ketentuan dalam fatwa jual beli *salam*, khususnya pada ketentuan mengenai barang. Pada poin 1 dan 2 dikatakan bahwa barang harus jelas ciri-cirinya dan dapat dijelaskan spesifikasinya. Akan tetapi, dalam aplikasi iBooming penjual tidak mencantumkan secara jelas terkait jenis *followers*, kepemilikan *followers* serta pengurangan *followers*. Lalu, pada poin ke 4, pada jual beli *followers* di aplikasi iBooming tidak ada kesepakatan mengenai waktu penyerahan barang. Maka, praktik jual beli *followers* ini dianggap tidak sah karena bertentangan dengan beberapa ketentuan dalam fatwa jual beli *salam* yang merupakan syarat dalam akad *salam*, juga tidak sesuai dengan syariat Islam karena melanggar prinsip dalam bermuamalah yang mengakibatkan jual belinya rusak (*fasid*).

Kata Kunci: *Jual Beli Followers, iBooming, TikTok, Fatwa MUI.*