JUAL BELI *FOLLOWERS INSTAGRAM* MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK DAN KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persayaratan memperoleh
gelar sarjana hukum strata satu (S.H)
Fakultas Syari'ah
Program studi Hukum Ekonomi Syari'ah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:

Maqhfirotul Latifah Putri
NIM: S20182089

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH
JANUARI 2023

JUAL BELI *FOLLOWERS INSTAGRAM* MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK DAN KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persayaratan memperoleh
gelar sarjana hukum strata satu (S.H)
Fakultas Syari'ah
Program studi Hukum Ekonomi Syari'ah

Oleh:

Maqhfirotul Latifah Putri
NIM: S20182089

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing

Zainul Hakim, S.E.I., M.Pd.I
NIP: 197403232014111001

JUAL BELI *FOLLOWERS INSTAGRAM* MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK DAN KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persayaratan
Memperoleh gelar sarjana hukum strata satu (S.H)
Fakultas Syari'ah
Program studi Hukum Ekonomi Syari'ah

Hari: Senin
Tanggal: 19 Desember 2022

Tim Penguji

Ketua	Sekretaris
Dr. Busriyanti, M.Ag	Moh. Syifa'ul Hisan, S.E.I., M.Si
NIP. 19710610 199803 2 002	NIP. 201603100

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Anggota:

1. Dr. Martoyo, S.H.I., M.H ( )
2. Zainul Hakim, S.E.I., M.Pd.I ( )

Menyetujui,
Dekan Fakultas Syari'ah

Prof. Dr. Muhammad Noor Harisudin, M.Fil.I
NIP. 19780925 2005011002

MOTTO

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

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-Nisaa (4) : 29)*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

* Kholid Akbar, *Kumpulan Ayat-ayat Ekonomi dalam Al-qur'an,* (Indonesia: Guepedia, 2019), 169.

PERSEMBAHAN

Salam sejahtera bagi kita semua, semoga tetap lestari. Puji syukur kehadirat Allah SWT., karena berkat rahmat dan hidayah serta karunia-Nya karya tulis ini terselesaikan. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada sang panutan yang selalu kita tunggu syafaatnya Nabi besar Muhammad SAW., karya tulis ilmiah ini saya persembahkan untuk almamater tercinta Fakultas Syari'ah, Universita Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Tidak terkecuali kepada pihak-pihak yang senantiasa membantu hingga sampai pada tahap ini, khususnya:

1. Ibunda tercinta, Fitri Alaisih atas derasnya doa dan dukungan serta *ridho* yang tiada hentinya, sehingga penulis dapat sampai di tahap ini. Semoga segala hal baik selalu menyertai beliau *Fiddini WaddunyaWal Alkhiroh.*, Amin.
2. Ayahanda tercinta, Abdul Latif Dahlan yang telah berjuang dengan sepenuh tenaga tanpa mengenal lelah, memberikan pendidikan pada putrinya hingga jenjang Perguruan Tinggi. Semoga segala kebaikan selalu menyertai beliau *Fiddini WaddunyaWal Alkhiroh.*, Amin.
3. Adik tercinta, Muhammad Haikhal Latef yang turut serta memberikan support penulis. Semoga bahagia selalu menyertai *Fiddini WaddunyaWal Alkhiroh.*, Amin.
4. Kepada guru-guru dan dosen-dosen saya, semoga ilmu yang saya dapatkan bermanfaat dan menjadi ilmu yang barokah untuk diri sendiri khususnya dan orang banyak.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

5. Kepada teman-teman seperjuangan Hukum Ekonomi Syari'ah 2 angkatan 2018 yang telah banyak meluangkan waktu dan pemikirannya.
6. Kepada keluarga besar MAPALA PALMSTAR khususnya angkatan 26 yang sudah menjadi rumah ternyaman ketika disini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Maqhfirotul Latifah Putri, 2023: *Jual beli followers instagram menurut undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik dan kompilasi hukum ekonomi syariah.*

Kata Kunci : Jual Beli, *Followers* Instagram, Undang-undang, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin maju dan berkembang memunculkan media baru yang salah satunya yaitu internet, didalam internet terdapat yang namanya media sosial salah satunya media sosial instagram. Didalam instagram terdapat fitur yang dinamakan sebagai *followers* atau biasa disebut pengikut. Fenomena yang terjadi kebanyakan orang tertarik untuk mempopulerkan akun mereka dengan tujuan mempunyai jumlah *followers* yang banyak karena dengan memiliki jumlah *followers* yang banyak akan mudah untuk mereka menaikkan popularitas mereka sebagai selebgram dan mudah untuk mempromosikan bisnis yang dimilikinya. Hal inilah yang melatarbelakangi sebagian orang-orang untuk melakukan tranksasi jual beli *followers* instagram. Namun juga ada kekhawatiran dari proses jual beli ini, maka dari itu penulis tertarik unntuk mengkaji lebih dalam tentang jual beli *followers* instagram ini jika ditinjau dari segi undang-undang no 11 tahun 2008 tentang infomasi dan transaksi elektronik, dan dari sudut pandang kompilasi hukum ekonomi syariah.

Focus masalah dalam penelitian ini 1) Bagaimana praktek transaksi jual beli *followers* instagram yang banyak ditemukan di dalam transaksi elektronik? 2) Bagaimana hukum jual beli *followers* instagram menurut UU No.11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik dan kompilasi hukum ekonomi syariah?

Skripsi ini bertujuan 1) untuk mendeskripsikan dan mengetahui praktek transaksi jual beli *followers* instagram yang banyak ditemukan di dalam transaksi elektronik 2) untuk menjelaskan hukum jual beli *followers* instagram menurut UU No.11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik dan kompilasi hukumekonomi syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Dengan menggunakan metode pendekatan yuridis empiris. Sumber data penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder yang diperoleh saat penelitian di aplikasi instagram. Data penetlitian ini didapatkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli *followers* instagram yang banyak ditemukan di dalam transaksi elektronik tidak jauh berbeda dengan jual beli *online* yang lain yang membedakan mekanisme penambahan *followers* dilakukan menggunakan *website* atau aplikasi tertentu. Hukumnya menurut pandangan uu no. 11 tahun 2008 tentang ITE dianggap melanggar pasal 26 dan 27, dilihat dari segi kompilasi hukum ekonomi syariah secara rukun dan syaratnya tidak terpenuhi, dalam hal objek yang dipejualbelikan tidak jelas status kepemilikan objek tersebut bukan seutuhnya milik penjual.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur kita haturkan atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah berbentuk skripsi ini. Sholawat dan salam tetap tercurah kepada baginda Rasulullah SAW, karena bersama beliau kita menemukan jalan yang lurus dan benar. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak, maka dari itu penulis ucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Babun Suharto, S.E., M.M., selaku rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Prof. Dr. Muhammad Noor Harisudin, M.Fil.I., selaku Dekan Fakultas Syari'ah.
3. Bapak Dr. Ahmad Junaidi, S.Pd., M.Ag., selaku ketua program studi Hukum Ekonomi Syari'ah.
4. Ustad Zainum Hakim, S.E.I., M.Pd.I., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan kritik dan saran yang membangun dalam penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, khususnya dosen fakultas syari'ah
6. Serta kepada pihak-pihak lain yang ikut serta terlibat dan tidak bisa saya sebutkan satu persatunya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Akhir kata, Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi berkat bagi penulis dan pembaca. Penulis juga menyadari ketidaksempurnaan skripsi ini karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini untuk pembelajaran selanjutnya.

Jember, 05 Januari 2023

Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

PENGESAHAN TIM PENGUJI ..... **iii**

MOTTO ..... **iv**

PERSEMBAHAN ..... **v**

ABSTRAK ..... **vii**

KATA PENGANTAR ..... **viii**

DAFTAR ISI ..... **x**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1. Latar belakang 1
2. Fokus penelitian 6
3. Tujuan penelitian 6
4. Manfaat penelitian 7
5. Definisi istilah 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA **11**

1. Penelitian terdahulu 11
2. Kajian teori 16
   a. Undang-undang informasi dan transaksi elektronik 16
   b. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah 23

BAB III METODE PENELITIAN **35**

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 35
B. Sumber data 36

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

C. Metode pengumpulan data 37

D. Teknik analisis data 38

E. Sistematika pembahasan 39

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA 41

A. Gambara Umum Obyek Penelitian 41

B. Penyajian dan Analisis Data 45

C. Bahasan Temuan 78

BAB V PENUTUP 86

A. Kesimpulan 86

B. Saran 88

DAFTAR PUSTAKA 89

LAMPIRAN-LAMPIRAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Progres Teknologi Informasi dan Komunikasi banyak mengalami perkembangan menuju pembaharuan di lingkup masyarakat untuk mendapatkan informasi secara independent. Penyekat informasi perlahan dianggap hilang dengan adanya ide-ide kreatif perseorangan yang berkeinginan lebih lanjut mengetahui lebih jauh tentang kejadian di lingkungan sekitarnya. Sebagian masyarakat dapat melakukan akses untuk mengetahui informasi dimanapun keberadaannya. Dengan itu, masyarakat menjadi lebih responsif dan tanggap dengan sesuatu yang diketahuinya. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (*information and comunication technology* — ICT) adalah sesuatu yang memang harus diadakan yang mana masyarakat modern saat ini juga harus mengikuti perkembangannya. Perkembangannya dianggap sebagai solusi dari adanya konflik-konflik yang ada. Tidak dapat dibohongi bahwa memang sumbangsi teknologi informasi dan komunikasi terhadap kehidupan manusia banyak memberi kesejahteraan. Dapat dilihat dari kehidupan di era yang semua serba canggih ini, didalam kehidupan sehari-hari teknologi informasi tentunya memiliki pengaruh. Tidak terlepas dari kegiatan-kegiatan yang sering banyak dibantu dengan adanya teknologi informasi dan dianggap mampu dan layak mempermudah pekerjaan. Mengikuti perkembangan dijadikan sebagai jawaban atas kemajuan globalisasi yang makin bertambah mendunia.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Pekembangan yang tentunya dianggap dapat berdampak bagi masyarakat. Pesatnya teknologi dan komunikasi telah memunculkan media baru. Keberadaan media baru ini salah satunya yaitu internet. Internet sebagai salah satu produk teknologi komunikasi, meskipun telah dikembangkan beberapa dekade yang lalu, namun hingga detik ini adanya internet semakin dibutuhkan oleh orang-orang di penjuru dunia.[1]

Teknologi yang semakin maju, menjadikan jual beli tidak lagi harus menggunakan cara tradisional yaitu dengan mengumpulkan dagangan di pasar atau menawarkan kepada setiap orang yang ditemui. Akan tetapi, saat ini jual beli dapat dilakukan mudah melalui media internet. Pemanfaatan dunia online untuk menjadikan bisnis atau lebih dikenal dengan *e-commerce* sudah cukup terkenal di kalangan masyarakat terutama pengusaha-pengusaha seiring dengan meningkatnya pengguna internet. Belanja secara online telah menjadi kebiasaan dan gaya hidup. Oleh karena itu saat ini media sosial merupakan salah satu hal yang paling dinamis di dunia, tidak hanya menjadi jembatan komunikasi antar manusia di dunia maya, tetapi media sosial sudah berubah dengan berbagai fungsi. Banyak masyarakat yang memanfaatkan media sosial untuk memenuhi beragam kebutuhan, mulai dari media mengekspresikan diri, mengejar ketenaran, menggalang dukungan, hingga mencari penghasilan. Fungsi dari media sosial dalam berbisnis digunakan sebagai media promosi produk-produk. Salah satu jual beli yang menggunakan tenologi sebagai medianya dan banyak dilakukan oleh masyarakat yaitu jual beli online karena

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[1] Anita Septiani Rosana, *Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia*: vol. 05 no. 02 (April 2022) 144-145.

kemudahannya dalam melakukan transaksi yatiu tanpa harus bertemu secara langsung.[2] Media sosial paling familiar di kalangan anak-anak hingga orang dewasa diantaranya yaitu *Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp You Tobe* dan banyak lainnya.[3] Namun dalam penulisan ini penulis lebih memfokuskan ke aplikasi media sosial *instagram* karena dilihat dari kehidupan masyarakat sehari-hari terutama ketika di masa pandemic covid-19 yang mana untuk keluarpun susah dan dibatasi maka banyak penjualan-penjualan yang basisnya menggunakan elektronik atau dengan kata lain jual beli online.

Semakin berkembangnya jaman, jual beli online tidak hanya mencakup jual beli barang keperluan sehari-hari saja tetapi ada pula transaksi yang memperjual belikan penambahan *followers* di media sosial Instagram. Pada umumnya pembeli menggunakan menggunakan *followers* untuk kepentingan bisnis terutama bagi mereka yang mempunyai *online shop*, karena dengan semakin banyaknya jumlah *followers* dengan otomatis akan semakin banyak juga orang yang mengenal *online shop* tersebut. Namun tidak sedikit dari mereka yang merupakan perseorangan yang menggunakan *followers* sebagai ajangn untuk mempopulerkan dirinya sendiri agar terkenal di kalangan pengguna Instagram.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Tata cara yang dilakukan dalam jual beli *followers* tidak jauh berbeda dengan jual beli online lainnya yaitu dengan melakukan pembayaran terleih dahulu kemudian penjual baru akan memproses apa yang diingikan oleh

[2] Nindi Apridha dkk, *Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram*, EKSISBANK Vol. 4 No. 1 Juni 2022, 83.

[3] Lady Diana Warpindyastuti dan Meiva Eka Sri Sulistiyawati, *Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial sebagai Saran Penyebaran Informasi dan Promosi Pada MIN 18 Jakarta*, Vol 11 No. 1 (Maret 2018): 91.

pembeli. Proses yang dilakukan oleh penjual biasanya membutuhkan waktu kurang lebih 1x24 jam untuk menambahkan *followers* yang dipesan oleh para pembeli kemudian akan ditambahkan jumlah *followers* pada akun Instagram yang diinginkan. Dalam prosesnya yang online terdapat beberapa hargayang menjadi acuan dalam setiap penambahan *followers* yaitu untuk harga *followers* aktif dapat dikenakan biaya Rp. 15.000/100 *followers*.[4]

Peristiwa ini ditinjau dari pandangan Undang-undang, Undang-undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur tentang jual beli *followers* semcam ini didalamnya. Undang-undang ini menjelaskan apa itu arti tranksai elektronik, informasi elektronik dan perbuatan yang dilarang. Jika dikaitkan kembali dengan jual beli *followers instagram* tercantum dalam pasal 28 ayat 1 bahwa didalam transaksi dilarang bagi setiap orang yang sengaja menyebarkan berita tidak benar dan menyesatkan hingga berakibat pada kerugian, di pasal lain yaitu tercantum dalam pasal 32 ayat 2 bahwa didalam transaksi elektronik dilarang bagi setiap orang sengaja memindahkan atau mengirimkan informansi atau dokumen elektronik pada sistem elektronik yang lain. Dari adanya dua pasal ini, jika dikaitkan dengnan jual beli *followers* Instagram ini, praktiknya jika dilihat dari pandangan undang-undang maka perlu dikaji lebih dalam tentang dua pasal yang disebutkan tersebut.

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

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[4] Observasi pada akun Instagram penjual *followers* “RaPedia Store”, 22 Juli 2022

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.[5] Oleh karena itu ketika barang yang diperdagangkan berupa *followers*, 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 *followers* yang banyak. Namun menjadi kurang manfaat dan terkesan mubazir ketika yang membeli hanya bertujuan untuk bergaya demi kepuasan semata. Faktor lain menjadi ketakutan orang melakukan transaksi menggunakan internet yaitu ketika melihat dan menemukan apa yang akan dibeli yang mana belanja *online* hanya memberikan penjelasan gambaran lewat detail perincinan gambar. Selain itu munculnya jual beli *followers* instagram dalam praktiknya orang yang menjual memperjualbelikan pengikut (*followersi)* yang bukan hakatas miliknya sendiri dan tanpa izin atas setujunya pemilik akun, akan tetapi sewajarnya ketika terjadi proses jual beli barang yang akan dijual oleh penjual sudah memang benar-benar milik sendiri meskipun jika ingin menjual barang milik orang lain itu juga harus disertai izin setuju tidaknya pemiliknya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[5] Wati Susiawati, *Jual Beli Dalam Konteks Kekinian*, Jurnal Ekonomi Islam 8, no. 2 (2017): 176

Berangkat dari deskripsi di atas, ada yang menarik untuk diteliti yaitu jika dikorelasikan dengan undang-undang dan hukum Islam. 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 undang-undang dan hukum Islam atau tidak. Oleh karena itu peneliti bertujuan untuk meneliti permasalahan ini dengan judul "Jual beli *followers instagram* menurut Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah"

B. Fokus Penelitian

Melihat fenomena yang dijelaskan di penjelasan tentang hal yang melatar belangi adanya judul ini, maka penulis memfokuskan skripsi ini dengan fokus penelitian yaitu:

1. Bagaimana praktek transaksi jual beli *followers instagram* yang banyak ditemukan dalam transaksi elektronik?
2. Bagaimana hukum jual beli *followers instagram* menurut Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan kompilasi hukum ekonomi syariah?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang akan dilakukan tentunya memiliki tujuan, maka dari itu penelitian merupakan sebuah faktor yang penting didalam melakukan penelitian, sedangkan tujuan untuk memberikan gambaran terkait arah penlitian yang akan dilakukan. Maka berdasarkan pengelompokan fokus

penelitian yang disebutkan, penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan yang diperuntukkan:

1. Mendekripsikan dan mengetahui praktek transaksi jual beli *followers instagram* yang banyak ditemukan dalam transaksi elektronik.
2. Menjelaskan hukum jual beli *followers instagram* menurut Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan kompilasi hukum ekonomi syariah

D. Manfaat Penelitian

Pada dasarnya, penelitian paling bermanfaat ketika bisa dimanfaatkan bagi semua orang yang terlibat. Maka dari itu, penelitian ini harus memunculkan ide-ide untuk memperkaya ilmu dan pengetahuan. Dari beberapa manfaat lainnya, penelitian ini memiliki manfaat antara lain yaitu:

1. Manfaat Teoritis
   a. Untuk sumbangsih suatu kontribusi ideologi didalam ilmu pengetahuan pada di bidang ilmu hukum, khususnya pada transaksi jual beli *followers* menurut Undang-undang No.11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam perspektif hukum Islam.
   b. Sebagai referensi dalam mendalami ilmu hukum terkait transaksi jual beli *followers* menurut Undang-undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi danTransaksi Elektronik dalam perspektif hukum Islam.
2. Manfaat praktis
   a. Bagi peneliti

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dengan adanya penelitian ini, penulis mengaharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pengalaman dalam menulis sebuah karya tulis ilmiah yang baik dan benar sebagai syarat untuk memenuhi persyaratan meraih gelar sarjana. Selain itu, dapat meingkatkan ilmu pengetahuan mengenai transaksi jual beli *followers* menurut Undang-undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi danT ransaksi Elektronik dalam perspektif hukum Islam.

b. Bagi Universitas

Bagi Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember, menjadikan penelitian ini sebagai sumber referensi dan wawasan baru bagi mahasiswa/i UIN KH. Achmad Siddiq Jember ketika akan melakukan penelitian baru.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah yang dimaksud yaitu isi yang menyangkut definisi dari istilah-istilah yang menjadikan titik fokus dalam judul penelitian ini, tujuannya agar tidak ada penyimpangan terhadap setiap definisi dariistilah yang terkandung dalam judul penelitian tersebut. Maka dari itu, peneliti mendeskripsikan beberapa definisi istilah dibawah ini:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

1. Jual Beli

Jual beli merupakan kesepakatan sukarela oleh pihak pertama yang disebut sebagai produsen dan pihak kedua yang disebut sebagai konsumen sehingga keduanya dapat saling menguntungkan satu sama lain, dan ada

pertukaran konstan hak milik yang dibenarkan oleh Syariah untuk memenuhi rukun dan syarat penjualan.

2. *Followers*

Followers atau pengikut merupakan sebuah akun atau seseorang yang mengikuti media sosial orang lain. *Following* meruppakaan istilah yang digunakan sebagai arti dari pengikut yang mengikuti pengguna, sedangkan *followers* merupakan istilah yang digunakan untuksebutan akun yang mengikuti akun milik orang lain. Jadi didalam Instagram sistem pertemanannya menggunakan istilah *following* dan *followers.*

3. *Instagram*

Instagram merupaka sebuah aplikasi yang dapat menggungah gambar dan video yang dapat diambil oleh pengguna lainnya, bahkan dapat dijadikan sebagai media untuk dilakukannya promosi atas bisnis tertentu dengan menggunggah promosi bisnis yang dimiliki lewat unggahan gambar atau video tersebut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

4. Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-undang ini merupakan seperangkat aturan yang membahas tentang peraturan-peraturan terkait informasi dan transaksi elektronik. Informasi elektronik yng dimaksud sebagai salah satu ataupun kumpulan dari beberapa data elektronik yang tidak hanya dibatasi pada apa yang tertulis.

5. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah (KHES) merupakan penyusunan atau pengumpulan atau penghimpunan berbagai aturan, putusan atau ketetapan yang berkaitan dengan ekonomi syariah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan didalamnya dicantumkan hasil dari hasil dari peneliti yang diteliti di masa lalu agar peneliti dapat melihat sampai sejauh mana keorisinilan dan penelitian terdahulu tujuannya adalah untuk mendapatkan referensi dan bahan referensi untuk penelitian. Di lain hal itu, juga untuk dihindarinya persamaan didalam hal yang diteliti. Oleh karena itu, didalam kajian pustaka ini dicantumkan oleh peneliti beberapa hasil penelitian yang dilakukan di masa lalu, diantaranya yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Anisa dengan judul "Tinjauan Hukum Islam tentang Praktik Jual Beli *Follower, Like,* dan *Viewe*r 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.[6] Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek yang diperjualbelikan bukan hanya *Followers* 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 *followers*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[6] Nur Anisa, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli Follower, Like, dan Viewer Di Media Sosial Instagram*, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2018).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Machtum tahun 2019 mahasiswa UIN Walisaongo dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Subcribe* di Media Sosial".[7] Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa dilihat dari rukun jual beli praktiknya dianggap boleh karena didalam Islam tidak ada perilaku ynag melanggar rukun jual beli akan tetapi terjadi pelanggaran terhadap syarat jual beli yang terletak pada objek barang yang mengandung *gharar*. Dalam hal ini tentu dapat terjadi suatu ketidakrelaan baik dari pembeli *subscribe* atau pengguna jasa, ketika didapatkan *subscriber* yang habis karena kualitasnya kurang baik. Oleh karena itu, jual beli *subscriber* diangap mengandung ketidakjelasan dalam kualitas dan didalam Islam praktik semacam itu dilarang. Pada penelitian ini mengandung persamaan dengan yang penulis kaji yaitu terkait jual beli dengan menggunakan media sosial. Akan tetapi berbeda dengan yang difokuskan peneliti yaitu membahas perihal jual beli didalam aplikasi *Instagram*.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Umul Latifah dengan judul "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.[8] Perbedaannya dalam penelitian ini adalah pada jual beli *followers* tinjauan hukumnya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[7] Muhammad Machtum, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Subcribe di Media Sosial*, (Skripsi, UIN Walisongo, 2019).

[8] Umul Latifah, *Jual Beli Nickname Game Online Persepsi Tokoh Agama Kota Metro*, (Skripsi: IAIN Metro, 2017)

lebih difokuskan pada undang-undang dan hukum Islam dan pada objek yang diperjualbellikan berbeda. Sedangkan penelitian ini memiliki persamaan yaitu bentuk dari objek yang diperjualbelikan yaitu bukan benda yang berwujud tetapi berupa abstrak yaitu jual beli *account.*

4. Penelitian yang dilakukan oleh M. Choirul Huda pada tahun 2010 mahasiswa IAIN Sunan Ampel yang berjudul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli dengan Sistem Online".[9] Hasil dari penelitiannya yaitu jual beli yang dilakukan dengan sistem online termasuk kegiatan tukar menukar dan distribusi informasi penjual dan pembeli yang menggunakan internet. Jual beli semacam ini akadnya sama dengan akad salam yang mana barang hanya dijelaskan dilihat dari ciri-cirinya, dan penjual memiliki tanggungjawab atas penjualannya serta ada ketentuan pembayaran diawal muka sebelum barang diterima. Penelitian ini mengandung persamaan dengan kajian yang penulis tulis yaitu membahas tentang perdagangan menggunakan media internet. Sedangkan perbedaan dengan kajian yang peneliti kaji fokus penelitiannya terhadap pandangan undang-udang dan hukum Islam tentang media instagram di internet yang digunakan untuk jual beli.
5. Ica Nur Rufaidah yang berjudul "Jual beli *followers like viewers* di Instagram perspektif hukum ekonomi syariah"[10]. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalahmetode kualitatif yang berlandaskan kajian

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[9] M. Choirul Huda, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli dengan Sistem Online*, (Skripsi, IAIN Sunan Ampel, 2010)

[10] Ica Nur Rufaidah, *Jual Beli Followers Like Viewers Di Instagram Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, Jurnal Al-Qist, Vol. 9, No. 1.

literasi dan observasi penulis. Dalam artikel ini penulis menganalisis tentang hukum praktik jual beli *followers, like, viewers* di Instagram agar dapat digunakan oleh praktisi yang memiliki online shop agar tidak menyalahgunakannya. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan di bahas yakni jika penelitian ini yang diperjualbelikan adalah *followers, like, viewers* di instagram sedangkan penelitian yang akan di bahas yaitu yang diperjualbelikan adalah lebih difokuskan pada *followers Instagram.* Persamannya sama-sama meneliti tentang jual beli *followers* di media instagram

Tabel persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu

No.	Nama Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Nur Anisa	Tinjauan Hukum Islam tentang Praktik Jual Beli *Follower, Like,* dan *Viewer* Di Media Sosial Instagram	.Objek yang diperjual belikan yaitu bukan benda yang berwujud tetapi berupa abstrak yaitu penambahan *Followers.*	Objek yang diperjualbelikan bukan hanya *Followers* saja tetapi juga termasuk *Like, dan Viewer*. Persamaan dalam penelitian ini adalah
2.	Muhammad Machtum	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Subcribe* di Media Sosial	Terkait jual beli dengan menggunakan media sosial.	fokus peneliti yaitu membahas perihal jual beli didalam aplikasi *Instagram*
3.	Umul Latifah dengan	Jual Beli *Nickname Game Online* Persepsi Tokoh Agama Kota Metro	Bentuk dari objek yang diperjualbelikan yaitu bukan benda yang berwujud tetapi berupa abstrak yaitu jual beli *account*	Perbedaannya dalam penelitian ini adalah pada jual beli *followers* tinjauan hukumnya lebih difokuskan pada undang-undang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

				dan hukum Islam dan pada objek yang diperjualbellikan berbeda.
4.	M. Choirul Huda	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli dengan Sistem Online	Membahas tentang perdagangan menggunakan media internet.	Kajian yang peneliti kaji fokus penelitiannya terhadap pandangan undang-udang dan hukum Islam tentang media instagram di internet yang digunakan untuk jual beli.
5.	Ica Nur Rufaidah	Jual beli *followers like viewers* di Instagram perspektif hukum ekonomi syariah	sama-sama meneliti tentang jual beli *followers* di media instagram	Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan di bahas yakni jika penelitian ini yang diperjualbelikan adalah *followers, like, viewers* di instagram sedangkan penelitian yang akan di bahas yaitu yang diperjualbelikan adalah lebih difokuskan pada *followers Instagram*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

B. Kajian Teori

1. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau biasa disingkat dengan UU ITE adalah seperangkat aturan yang berlaku dan mengatur dan mempunyai akibat hukum bagi setiap orang yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia yang melakukan perbuatan hukum yang dapat merugikan kepentingan Indonesia. Didalam pasal 1 ayat 1 dijelaskan bahwa apa yang dimaksudkan dengan informasi elektronik adaa suatuatau sekumpulan data elektronik yang tidak hanya terbatas pada tulisan dan gambar atau semacamnyayang dikelola sehingga memiliki sebuah makna yang mudah dipahami oleh orang.[11]

Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah seperangkat aturan tentang Informasi dan Transaksi Elektronik , pengungkapan informasi smenggunakan media elektronik dan transaksi yang sesuai. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik memiliki wilayah hukum yang tercantum dalam pasal 2 UU No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyatakan bahwa Undang-undang ini berlaku bagi semua orang baik didalam maupun diluar hukum wilayah Indonesia yang melakukan perbuatan hukum yang diatur undang-undang, menimbulkan akibat hukum dan merugikan kepentingan Indonesia.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[11] Tim Redaksi BIP, *Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik,* (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017), 32

Didalam pasal 17 dijelaskan bahwa lingkup transaksi elektronik dapat dilakukan di lingkup publik atau lingkup privat. Sedangkan di dalam pasal 18 menyatakan bahwa adanya kontrak dalam transaksi elektronik baru akan mengikat, dan ketika terjadi sengketa kedua belah pihak diberi kewenangan untuk memilih lembaga penyelesaiannya sendiri, namun apabila keduanya tidak dapat memilik maka hukum yang diberlakukan untuk mengatasi terjadinya sengketa tersebut digunakan dasar asas hukum perdata nasional.

Pada tranksasi elektronik terkandung suatu asas yang dikenal sebagai asas konsensualisme, yang artinya sepakatnya pihak yang bersangkutan Awal terjadinya kesepakatan antara keduanya yang bersangkutan ini dimulai dengan adanya penawaran dan penerimaan. Prosesnya juga tidak beda dengan penerimaan dan penawaran yang biasanya, yang membedakan hanyalah media yang digunakan yaitu elektronik , elektronik yang dimaksud yaitu internet.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Pasal 19 dijelaskan bahwa didalam melaksanakan transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektornik yang sudah saling disepakati. Seperti halnya yang dijelaskan di Pasal 20 ayat (1) bahwa ada pengecualian terkait ketentuan terkait penawaran dan penerimaan yang telah disepakati oleh keduanya. Oleh karena itu, sebuah transaksi elektronik dapat berlangsung apabila ada tawaran yang diberikan penjual kepada pembeli dan ada persetujuan dari pembeli (penerima) atas hal yang ditawarkan oleh penjual. Serta penerimaannya dilakukan dengan jaringan

elektronik. Selanjutnya di Pasal 20 ayat (2) dijelaskan bahwa tentang persetujuan atas adanya tawaran transaksi elektronik yang dilangsungkan harus disertakan dengan penyertaan diterimanya tawaran yang dilakukan dengan media elektronik. Langkah berikutnya ketika sudah ada pkesepakatan antar kedua belah pihak yaitu pembayaran. Pembayaran dapat dilaksanakan dengan pembayaran secara langsung, dikirimkan lewat Anjungan Tunai Mandiri (ATM), atau bahkan melalui perantara melalui rekening bersama, selain itu dapat membayar dengan pembayaran apapun yang sudah disepakati. Jika proses pembayaran sudah usai maka pesanan yang di order oleh penjual akan dikirim oleh penjual.[12] Selanjutnya didalam pasal 21 dijelaskan bahwa agen elektronik harus menyediakan sebuah fitur karena tidak memungkinkan sebuah pengguna akan membuat dirubahnya semua informasi dalam proses transaksi, yang mana aturan penyelenggaraan yang akan dilakukan oleh agen elektronik tertuang dalam peraturan pemerintah.[13]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang ITE memiliki manfaat diantaranya:

a. Apabila ada pendaftaran sebuah industri dengan ranah nama yang diperuntukkan untuk mencacatkan merk/nama/produk tertentu, maka nama domain industri tersebut dapat dibatalkan.

[12] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010), 38.

[13] Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

b. Membantu keperluan para pebisnis di dunia maya dan penduduk pada umumnya untuk didapatkannya kepastian hukum, sampai sah di pengadilan dengan pengakuan bukti elektronik dan tanda tangan digital.
c. Memberikan keleluasaan kepada usaha baru dan para pengusaha di Indonesia karena diwajibkan yang berdomisili Indonesia untuk melakukan pengelolaan sistem elektronik.
d. Dapat dimungkinkan bisa mengadili perbuatan orang yang jahat dilakukan di Indonesia maupun di luar Indonesia.
e. Apabila terdapat perilaku yang menggunakan kartu kredit tanpa sepengetahuan yang punya, maka dengan jelas pemilik kartu kredit tersebut dapat menuntut si pelaku dengan jalur hukum.[14]

Sistem elektronik dijadikan sarana oleh orang yang ingin mengadakan perjanjian elektronik sesuai dengan deklarasi umum Undang-Undang Transaksi Informasi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008. Dipakai sebagai deklarasi adanya prosedur informasi yang memaparkan penjelasan sebuah aplikasi. Bidang teknologi informasi berdasar *telecommunication network* dan media elektronik yang digunakan untuk mengolah, menganalisa, merancang, memperlihatkan, mendistribusikan informasi elektronik. Bedanya kontrak elektronik dengan kontrak umum adalah kontrak elektronik dibuat dalam sistem elektronik, sedangkan kontrak umum tidak. Kontrak elektronik adalah kontrak anonim, yang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[14] Dhea Handariningtyas, *Transaksi Jual Beli Melalui Media Instagram Menurut Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik*, (Lampung: Universitas Lampung, 2017), 28.

penciptaannya diwujudkan melalui tindakan hukum yang sebenarnya dalam bentuk transaksi elektronik yang dilakukan oleh para pihak..[15]

Didalam kontrak elektronik banyak pihak yang terlibat, diantaranya yaitu :

a. Pedagang
b. Konsumen
c. Agen layanan jaringan internet
d. Bank sebagai alat pembayaran [16]

Selain para pihak yang terlibat, di dalam kontrak elektronik juga memiliki komponen kontrak elektronik, yaitu sebagai berikut:

a. Adanya perikatan yang bersifat perpaduan yang berkaitan pembeli, menjual, menawarkan, atau mengalihkan hak atas barang atau jasa.
b. Media elektronik merupakan sesuatu yang digunakan dalam membuat dan dilaksanakannya sebuah perjanjian.
c. Dibuat dan dilaksanakannya kontraknya tidak dibutuhkan datangnya para pihak secara fisik.
d. Kontrak terjadi secara elektronik didalam media elektronik
e. Sistem atau jaringan umum dijadikan area untuk membeli dengan kontrak yang sifatnya tidak tertutup.
f. Perjanjian tersebut terlepas dari batas wilayah atau hukum nasional dan persyaratan lokal.[17]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[15] Muhammad Syaifudi, *Hukum Kontrak*, (Bandung: Mandar Jaya, 2016), 39.
[16] Smith, 243.
[17] Smith, 240

Undang-undang Republik Indonesia nomor 11 tahun 2008 ini mengalami perubahan tetapi masih berlaku aktif. Undang-undang republik Indonesia nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas undang-undang nomor 11tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Penjelasan umum dari perubahan undang-undang nomor 19 tahun 2016 ini yaitu:

Ada beberapa persoalan yang mengalami penyimpangan yang pertama yaitu didalam putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 50/PUU-VI/2008, nomor 2/PUU-VII/2009, nomor 5/PUU-VIII/2010, dan nomor 20/PUU-XIV/2016. Kedua tentang ketentuan investigasi, penyitaan, penangkapan, dan penahanan yang yang dilakukan dengan media elektronik, memudahkan pelaku menyembunyikan barang bukti kejahatan atau kejahatannya, sehingga mempersulit penyidikan sehingga menimbulkan masalah bagi penyidik. Ketiga, karateristik gambar sistem computer memungkinkan mengandung konten illegal seperti data atau dokumen yang mengandung muatan pelanggaran atas aturan-aturan. Keempat, terkait penggunaan setiap informasi yang dilakukan dengan media elektronik dan menyangktu privasi perseorangan maka harus atas persetujuan yang bersangkutan. Dalam rangka perlindungan atas kepentingan public dari semua macam gangguan dari dampak disalahgunakannya infromasi dan transaksi elektronik, maka perlu ditegaskan peran pemerintah dalam mencegah disebarluaskannya unggahan illegal yaitu dengan mengambil tindakan diputuskannya akses

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

informasi atau dokumen elektronik yang mengandung perbuatan yang melanggar hukum supaya tidak dapat dapat diakses dari hukum Indonesia serta membutuhkan kewenangan bagi penyidik untuk meminta informasi yang terdapat dalam penyelenggara sistem elektronik untuk kebutuhan penegakan hukum tindak pidana di bidang teknologi informasi dan transaksi elektronik. Keempat, penggunaan setiap informasi melalui media atau sistem elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan.

Berdasarkan beberapa pertimbangan yang dijelaskan maka dianggap perlu adanya perubahan atas undang-undang nomor11 tahun 2008. Dengan dipertegas dalam Pasal 5, ditambah tentang wajibnya dihapus informasi dan dokumen elektronik yang tidak benar. Pada Pasal 26, mengubah ketentuan Pasal 31 ayat (4) mengenai pelimpahan wewenang pembentukan tata cara intersepsi ke undang-undang, Menambah peran pemerintah dalam melakukan pencegahan penyebaran dan penggunaan informasi atau dokumen elektronik yang mengandung hal yang di larang. Didalam Pasal 40 merubah beberapa ketentuan penyidikan yang baerkaitan dengan dugaan tindak pidana di bidang teknologi informasi dan transaksi elektronik. Pasal 43 menambah penjelasan Pasal 27 ayat (1), ayat (3), dan ayat (4) agar lebih selaras dengan sistem hukum pidana materiil yang diatur di Indonesia.[18]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[18] Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

2. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

a. Pengertian Jual Beli

Tercantum dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Buku II tentang akad dalam bab I tentang Ketentuan Umum pasal 20 ayat 2, bahwa pengertian jual beli atau *ba'i* adalah jual beli antara benda dengan benda, atau pertukaran benda dengan uang[19]. Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al-ba'i* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal al-*ba'i* dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata asy-syira (beli). Dengan demikian, kata *al-ba'i* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.[20] Sedangkan dalam syariat Islam, jual beli adalah pertukaran harta tertentu dengan harta lain berdasarkan keridhaan antara keduanya. Atau dengan pengertian lain, memindahkan hak milik dengan hak milik lain berdasarkan persetujuan dan hitungan materi.[21]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dari beberapa definisi di atas dapat diketahui bahwa jual beli adalah proses tukar menukar barang seseorang (penjual) dengan seseorang yang lain (pembeli), yang dilakukan dengan cara-cara tertentu yang menyatakan kepemilikan untuk selamanya dan didasari saling merelakan. Dengan demikian, maka dalam jual beli itu akan melibatkan dua pihak, dimana satu pihak menyerahkan uang sebagai

[19] Tim Redaksi, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, 15.
[20] Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), 111.
[21] Al-Faifi, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, (Jakarta: Beirut Publishing, 2010), 120.

pembeli, dan pihak lain menyerahkan barang sebagai ganti atas uang yang diterimanya (penjual). Dalam melakukan jual beli harus sesuai dengan ketetapan hukum, diantaranya memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun dan hal-hal lainnya yang ada kaitannya dengan jual beli, maka bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak syara', yang dimaksud dengan benda dapat mencakup pada pengertian barang dan uang, sedangkan sifat benda tersebut harus dapat dinilai, yakni bendabenda yang berharga dan dapat dibenarkan penggunaannya menurut syara', benda itu adakalanya bergerak (bisa dipindahkan) dan adakalanya tetap (tidak dapat dipindahkan), ada benda yang dapat dibagi-bagi, adakalanya tidak dapat dibagi-bagi, harta yang ada perumpamaannya (mitsli) dan tak ada yang menyerupainya (qimi) dan yang lain-lainnya, penggunaan harta tersebut dibolehkan sepanjang tidak dilarang syara[22]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

a. Dasar hukum jual beli

1) Al-Qur’an

Al-Qur'an, surat Al-Baqarah ayat 275:

ٱلَّذِينَ يَأْكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِى يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيْطَٰنُ
مِنَ ٱلْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلْبَيْعُ مِثْلُ ٱلرِّبَوٰاْ ۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ
ٱلرِّبَوٰاْ ۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِ ۖ
وَمَنْ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصْحَٰبُ ٱلنَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَٰلِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

[22] Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 69

Artinya : "Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan Riba".[23]

Dari ayat tersebut di atas, jelas bahwa Allah telah menghalalkan jual beli kepada hamba-Nya dengan jalan yang baik. Dan melarang keras jual beli yang mengandung riba dan mengarah pada bentuk yang merugikan orang lain.

2) Hadis

سُئِلَ النَّبِيُّ صَلّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ :أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ فَقَالَ :عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُوْرٍ

Artinya: *...Rasulullah saw. ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah saw. menjawab: usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati"*[24]

Maksud hadits ini, jual beli yang baik merupakan jual beli yang diberkati oleh Allah, yakni jual beli yang jujur tanpa diiringi kecurangan dalam jual beli tersebut.

3) Ijma'

Ulama telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.[25]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[23] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an dan Terjemahan*, (Semarang: Toha Putra, 1989), QS. Al-Baqarah (2): 275.

[24] Wahbah az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islam wa Adillatuhu, Juz 5,* (Jakarta: Gema Insani Darul Fikir, 2011), 24.

[25] Sulaiman Al-Faifi, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, (Jakarta: Beirut Publishing, 2010), 147.

b. Syarat dan rukun

Adapun yang menjadi rukun dalam jual beli atau bai‟ menurut Pasal 56 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) itu ada tiga, yaitu: pihak-pihak, objek; dan kesepakatan.[26] Mengenai syarat dalam jual beli tersebut, adalah sebagai berikut:

1) Pihak-pihak Adapun dalam Pasal 57 KHES, pihak-pihak yang terikat dalam perjanjian jual beli terdiri atas penjual, pembeli, dan pihak lain yang terlibat dalam perjanjian tersebut[27]. Yang dimaksud pihak-pihak disini adalah orang yang melakukan akad, baik penjual maupun pembeli. Termasuk syarat jual beli adalah adanya aqid, dengan kata lain bahwa jual beli tidak akan terlaksana jika tidak ada keduanya. Bahwa kedua belah pihak yang melakukan jual beli tersebut haruslah memenuhi beberapa persyaratan, antara lain:[28]

a) Orang yang melakukan transaksi tersebut sudah mumayyiz, yaitu dapat membedakan antara mana yang boleh dan mana yang tidak boleh, membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Dengan demikian tidak sah jual beli yang dilakukan oleh anak yang belum mumayyiz.

b) Jual beli dilakukan orang yang berakal/tidak hilang kesadarannya karena hanya orang yang sadar dan berakal yang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[26] Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 30

[27] Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 31.

[28] Chairuman Pasaribu, et.all.,*Hukum Perjanjian dalam Islam*, (Cet. II ; Jakarta : Sinar Grafika, 1996), 35-36.

sanggup melangsungkan transaksi jual beli secara sempurna dan mampu berfikir secara logis.

c) Transaksi ini didasarkan pada prinsip-prinsip taradli, yang di dalamnya tersirat makna mukhtar, bebas melakukan transaksi jual beli dan bebas dan paksaan dan tekanan.

d) Keduanya tidak mubazir, maksudnya para pihak yang mengikatkan din dalam perjanjian jual beli tersebut bukanlah manusia yang bodoh di dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak cakap bertindak, maksudnya dia tidak dapat melakukan sendiri perbuatan hukum walaupun kepentingan hukum itu menyangkut kepentingan sendiri.

2) Obyek

Obyek yang dimaksud dengan obyek jual beli disini adalah benda yang menjadi sebab terjadinya perjanjian jual beli. Disebutkan dalam KHES Pasal 58, bahwa objek jual beli terdiri atas benda yang berwujud maupun yang tidak berwujud, yang bergerak maupun tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun yang tidak terdaftar[29]. Benda yang dijadikan sebagai obyek jual beli ini haruslah memenuhi beberapa persyaratan pada saat jual beli itu berlangsung.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[29] Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 31.

Mengenai syarat objek yang diperjualbelikan disebutkan pula dalam KHES Pasal 76 sebagai berikut: [30]

a) Barang yang diperjual belikan harus ada
b) Barang yang diperjual belikanharus dapat diserahkan
c) Barang yang diperjual belikan harus berupa barang yang memiliki nilai/ harga tertentu
d) Barang yang diperjual belikan harus halal
e) Barang yang diperjual belikan harus diketahui oleh pembeli
f) Kekhususan barang yang dijualbelikan harus diketahui
g) Penunjukkan 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.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Tentang syarat-syarat yang boleh dan sah diperjualbelikan barang yang dijadikan sebagai obyek akad atau *ma'qud alaihnya* adalah sebagai berikut:

a) Barang yang halal dipergunakan segala barang yang halal dipergunakan menurut syara' pada prinsipnya boleh diperjualbelikan. Sesuatu barang tidak boleh diperdagangkan apabila ada *nash* syara' yang melarang dipergunakan atau

[30] Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 33.

memang dengan tegas dilarang diperjualbelikan. Adapun benda yang dipandang kotor atau berlumuran najis selama dapat dimanfaatkan, misalkan sebagai pupuk tanam-tanaman maka, menurut sebagian fuqaha hal itu tidaklah terlarang diperdagangkan[31]

b) Barang yang bermanfaat pada asalnya segala sesuatu yang ada dimuka bumi ini mengandung manfaat. Dengan prinsip ini, maka barulah sesuatu benda dipandang tidak berguna, jika ditegaskan oleh *nash* atau menurut kenyataan atau hasil penelitian ilmiah menunjukkan bahwa barang itu berbahaya seperti racun, ganja, candu, dan sebagainya.

c) Barang yang dimiliki barang yang boleh dijualbelikan ialah milik sendiri atau mendapatkan kuasa dan si pemilik untuk menjualnya. Prinsip ini didasarkan pada kaidah, "Tidak boleh memakan harta dengan cara yang bathil" Dengan kata lain bahwa tidak boleh menjual harta kepunyaan orang lain tanpa seizinnya, karena hal itu merupakan perbuatan yang bathil dan dapat dituntut oleh si pemilik.

d) Barang yang dapat diserahterimakan sesungguhnya dengan prinsip ini, maka tidaklah dapat diperjualbelikan barang yang tidak berada dalam kekuasaan sekalipun pemilik sendiri. Misalnya barang yang terlepas dari sangkarya, ikan dalam air

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[31] Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang menurut Islam*, (Cet Ke-I: Bandung: Diponegoro, 1984), 88.

yang sukar ditangkap, harta yang jatuh ke tangan perampok. Prinsip ini logis dan sejalan dengan garis ketentuan tidak bolehnya gharar (kesamaran dan ketidakpastian) yang bisa menimbulkan kerumitan dan mengandung persengketaan dikemudian hari.[32]

e) Barang dan harga yang jelas salah satu syarat dalam jual beli adalah kejelasan barang dan harganya. Kejelasan yang dimaksud di sini adalah meliputi ukuran, takaran, dan timbangan, jenis dan kualitas barang. Barang-barang tidak dapat dihadirkan dalam majlis transaksi, diisyaratkan agar penjual menerangkan segala sesuatu yang menyangkut barang tersebut sampai jelas bentuk dan ukuran, sifat dan kualitasnya. Segala sesuatu harus diketahui secara jelas; atau transparan. Seperti yang disebutkan dalam KHES Pasal 21, bahwa transparansi yaitu setiap akad dilakukan dengan pertanggungjawaban para pihak secara terbuka.[33] Ini bertujuan agar tidak mengalami kerugian setelah melakukan transaksi jual beli tersebut. Demikian pula harganya harus diketahui, baik itu sifat (jenis pembayaran), jumlah maupun masanya. Jika barang dan harga tidak diketahui atau salah satu keduanya tidak diketahui, maka jual beli batal, karena mengandung unsur penipuan. Adapun syarat mengetahui barang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[32] Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang menurut Islam*, (Cet Ke-I; Bandung: Diponegoro, 1984), 90 – 91.

[33] Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 21.

yang dijual, cukup dengan penyaksian barang sekalipun tidak dia ketahui jumlahnya, seperti pada jual beli barang yang kadarnya tidak dapat diketahui (jazaf). Untuk barang zimmah (barang yang dapat dihitung, ditakar dan ditimbang), maka kadar kualitas dan sifat-sifatnya harus diketahui oleh kedua belah pihak yang melakukan akad[34]

f) Barang yang dipegang selain syarat-syarat tersebut di atas, maka barang yang boleh dijual adalah yang dipegang atau dikuasai. Hikmah larangan syara' menjual barang yang belum ditangan ialah untuk kemaslahatan semua pihak yang melakukan transaksi agar terhindar dari kesamaran, resiko kerugian dan pertentangan yang tidak diinginkan[35]

3) Kesepakatan

Kesepakatan dalam jual beli adalah segala sesuatu yang menunjukkan adanya kerelaan dari kedua belah pihak (penjual dan pembeli). Dalam Pasal 60 KHES, kesepakatan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan masing-masing pihak, baik kebutuhan hidup maupun pengembangan usaha.

Rukun yang pokok dalam akad (perjanjian) jual-beli itu adalah ijab-kabul yaitu ucapan penyerahan hak milik di satu pihak dan ucapan penerimaan di pihak lain. Ijab adalah pernyataan pihak pertama

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[34] Sulaiman Al-Faifi, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, (Jakarta: Beirut Publishing, 2010), 65.

[35] Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang menurut Islam*, (Cet Ke-I; Bandung: Diponegoro, 1984),, 96.

mengenai isi perikatan yang diinginkan, sedang qabul adalah pernyataan pihak kedua untuk menerimanya. Ijab qabul itu diadakan dengan maksud untuk menunjukkan adanya sukarela timbal balik terhadap perikatan yang dilakukan oleh dua pihak yang bersangkutan. Unsur utama dan jual beli adalah kerelaan kedua belah pihak. Kerelaan ini bisa dilihat dan ijab qabul yang dilangsungkan. Ijab qabul perlu diungkapkan secara jelas dalam transaksi bersifat mengikat kedua belah pihak. Apabila ijab dan qabul telah diucapkan dalam akad jual beli, maka pemilikan barang atau uang telah berpindah tangan. Barang yang berpindah tangan itu menjadi milik pembeli dan nilai tukar atau yang berpindah tangan menjadi milik penjual. Dalam hubungannya dengan ijab kabul, bahwa syaratsyarat sah akad dalam KHES Pasal 29, yaitu:

a) Akad yang disepakati dalam perjanjian, tidak mengandung unsur ghalath atau khilaf, dilakukan di bawah ikrah atau paksaan, taghriratau tipuan, dan *ghubn* atau penyamaran.

b) Akad yang disepakati harus memuat ketentuan kesepakatan mengikatkan diri, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, terhadap sesuatu hal tertentu, dan sebab yang halal menurut Syariat Islam.

Penjelasan mengenai khilaf tersebut dijelaskan dalam Pasal 30 KHES, bahwa Kekhilafan tidak mengakibatkan batalnya suatu akad kecuali kekhilafan itu terjadi mengenai hakikat yang menjadi pokok

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

perjanjian.51 Dan yang dimaksud paksaan dalam KHES Pasal 29 di atas adalah mendorong seseorang melakukan sesuatu yang tidak diridhainya dan tidak merupakan pilihan bebasnya.[36]

Penipuan yang dimaksud dalam KHES Pasal 29 adalah memengaruhi pihak lain dengan tipu daya untuk membentuk akad, berdasarkan bahwa akad tersebut untuk ke-maslahatan-nya, tetapi dalam kenyataannya sebaliknya. Dalam Pasal 34 KHES, Penipuan merupakan alasan pembatalan suatu akad, apabila tipu muslihat yang dipakai oleh salah satu pihak, adalah sedemikian rupa hingga terang dan nyata bahwa pihak yang lain tidak membuat akad itu apabila tidak dilakukan tipu muslihat.55 Sedangkan yang dimaksud dengan penyamaran, telah dijelaskan dalam Pasal 35 KHES, yaitu keadaan dimana tidak ada kesetaraan antara prestasi dengan imbalan prestasi dalam suatu akad.[37]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dan disebutkan juga dalam Pasal 70 KHES, bahwa ijab menjadi batal apabila salah satu pihak menunjukkan ketidak sungguhan dalam mengungkapkan ijab dan Kabul, baik dalam perkataan maupun perbuatan, sehingga tidak ada alasan untuk melanjutkan jual beli. Alasan lain yang menyebabkan ijab batal apabila penjual menarik

[36] Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 24

[37] Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 25

kembali pernyataan ijab sebelum pembeli mengucapkan pernyataan kabul. [38]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[38] Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 33

BAB III
METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan sebuah aktivitas direncanakan menggunakan metode ilmiah yang memiliki tujuan didapatkannya data yang baru sehingga dapat membuktikan benar atau tidaknya suatu gejala atau hipotesa yang ada[39]. Sedangkan metode penelitian termasuk cara dan langkah terstruktur dan tersusun sebagai bentuk penyelidikan suatu masalah, yang dimaksud untuk diperolehnya informasi yang dijadikan sebagai solusi atas permasalahan yang diselidiki. Pada dasarnya cara ilmiah yang digunakan untuk didapatkannya data dengan tujuan dan guna tertentu yaitu dengan menggunakan metode penelitian ini.[40] Adapun metode yang digunakan oleh peneliti diantaranya yaitu:

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini yang digunakan oleh penulis merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk dikumpulkannya data secara kualitatif. Jenis penelitian lapangan seperti ini yakni penelitian yang mana peneliti turun langsung ke lapangan untuk meninjau proses penemuan yang terjadi secara alami, menulis, menganalisis, menafsirkan dan mengungkapkan serta mengambil garis kesimpulan dari proses yang terjadi.[41]

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis empiris. Pendekatan yuridis empiris merupakan penelitian hukum yang berkaitan dengan diberlakukannya penegakan ketentuan hukum yang terjadi di

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[39] Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, Jakarta: Sinar Graika, 2008), 2.
[40] Sugiono, *Metode penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 63.
[41] Moh. Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Grafindo Indonesia, 1999), 63.

masyarakatt.[42] Penelitian hukum empiris merupakan penelitian lapangan (*primary data research*), yaitu penelitian yang mengkaji peraturan hukum, yang kemudian dipadukan dengan data dan perilaku masyarakat. Informasi atau bahan terpenting untuk penelitian ini diperoleh melalui penelitian lapangan langsung dari responden, yaitu. penjual dan pembeli pengikut *Instagram.*

B. Sumber Data

Sumber untuk mendapatkan data disini peneliti menggunakan 2 (dua) sumber, yaitu :

Pertama, sumber data primer adalah sumber data didapatkan sumbernya langsung, dari pihak yang bersangkutan langsung tanpa perantara pihak ketiga.[43] Jika dikaitkan kembali kajian yang dilakukan oleh peneliti, makaa yang disebutkan sumber data primer adalah dapat diperoleh dari pihak agen penyedia penjualan tambahan *followers* dan pembeli *followers* langsung, yang mana sumberdata primer yang diperoleh dapat dilakukan dengan melakukan wawancara maupun observasi para pihak yang bersangkutan tersebut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Kedua, Sumber data sekunder adalah data yang bersumber dengan cara tidak langsung yaitu ada pihak yang menjadi perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).[44] Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini tidak lain adalah buku-buku referensi, *website*, jurnal dan skripsi yang

[42] Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), 134

[43] Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE,1999), 147.

[44] Smith, 147.

dijadikan sebagai pelengkap hasil observasi dan wawancara. Dengan demikian, beberapa sumber yang berkaitan dengan judul penelitian yang dilakukan peneliti yaitu tentang jual beli *followers* instagram.

C. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan bagian penting dari dalam metode ilmiah, karena merupakan prosedur yang tersusun dan standar untuk diperolehnya data yang dibutuhkan.[45] Agar didapatkannya data yang dibuthkan dalam penelitian yang dilakukan terdapat beberapa metode yang digunakan oleh penulis, yaitu:

1. Observasi

   Observasi merupakan yang pengamatan yang dilaksanakan secara langsung atau tidak langsung dalam mengamati dan mencatat hal yang dianggap penting dalam penelitian.[46] Cara kerja observasi dalam metode observasi ini yaitu dengan mengikuti alur proses jual beli *followers* instagram.

2. Wawancara

   Wawancara adalah proses pengumpulan informasi secara langsung antara pihak yang memberikan pertanyaan (pewawancara) dan orang yang ditanya atau dijawab (yang diwawancarai).[47] Metode wawancara ini dapat membantu peneliti melakukan penetapan keabsahan data yang dipeoleh

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[45] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta, 2014) 62.

[46] Wina Sanjaya, *Penelitian Pendidikan Jenis, Metode dan Prosedur*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 270.

[47] Sudjana. S dan H. Djudju, *Manajemen Program Pendidikan Untuk Pendidikan Noformal Dan Pengembangan SDM*, (Bandung: Falah Produktion, 2004) Edisi Revisi, 297

dari sumber lain.[48] Selain itu, tujuannya juga untuk memperoleh informasi melalui komunikasi peneliti yang menjadi pewaancara dengan sumber data atau responden (narasumber).

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau dokumen-dokumen yang dilakukan di masa yang sudah dilalui. Dokumen yang dimaksud dapat berupa tulisan, gambar atau laporan untuk dikumpulknnya informasidari suatu keadaan tertentu.[49] Dokumentasi termasuk salah satu metode yang dilakukan untuk mendapatkan data yang berupa catatan, transkip, buku agenda yang pernah dicatat di masa yang sudah lalu.[50]

D. Teknik Analisis Data

Analisis merupakan proses penggabungan, pengelompokan dan pemisahan atas fakta satu dengan fakta lain untuk tercapainya kesimpulan pada pembahsan di akhir.[51] Cara pengambilan kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti yaitu menggunakan metode deduktif, yang mana metode deuktif merupakan metode yang dimulai dari pengetahuan teori yang sifatnya umum lalu difokuskan pada pada pengetahuan umum yang hendak dinilai yang sifatnya khusus.[52] Didalam penelitian ini ynag dimaksukan yaitu tentang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[48] Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 51

[49] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2009), 226-240.

[50] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Tindakan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 206

[51] Abdullah Saed, *Bank Islam dan Bunga* (*Studi Interprestasi Kontemporer tentang Riba dan Bunga*), (Jakarta: Senayan Abadi, 2011), 137.

[52] Saifuddin Azhar, *Metode Penelitian*, cet. ke-1., (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), 40

praktek jual beli yang difokuskan pada transaksi jual beli *followers* pada aplikasi *isntagram*.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika dalam penulisan yang digunakan sebagai aturan yang saling berkaitan dan saling melengkapi, adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Didalam bab awal ini pembahasannya mengenai latar belakang permasalahan, focus penelitian, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, manfaat adanya penelitian, dan definisi istilah-istilah dari judul terkait. Bab ini berfungsi untuk memberikan penjelasan bahwa pentingnya penelitian dni dilangsungkan sekaligus menjadi pengantar menuju bab selanjutnya.

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN. Didalam bab kepustakaan ini pembahasannya tentang kajian terdahulu yang mana didalam kajian terdahulu terdapat penelitian-penelitian yang dilakukan oleh orang terdahulu dan memiliki keterkaitan dengan tema judul yang peneliti kaji. Selain itu didalam kajian terdahulu pembahasannya juga membahas tentang kajian teori yang isinya terkait teori yang menjadi landasan peneliti dalam melakukan penelitian. Bab ini berfungsi untuk memberikan gambaran untuk menunjukkan penelitian sebelumnya terkait posisinya.

BAB III METODE PENELITIAN. Didalam bab metode penelitian pembahasannya tentang jenis dan pendekatan penelitian ynag dilakukan untuk Menyusun karya tulis ilmiah ini. Selain itu juga membahasa tentang sumber

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

data untuk memperoleh iformasi, Teknik pengumpulan datanya dan bagaimana Teknik analisisdata yang direncanakan dalam melaksanakan penelitian ini. Bab ini berfungsiuntuk menjelaskan bagaimana strategi yang dipakai untuk didapatkannya data-data penelitian yang nyata dan relevan sehingga dapat dihasilkan sebuah kajian yang obyektif.

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA. Pembahasan didalam bab ini yaitu berisikan dari jawaban focus penelitian yang dibuat di awal.bab in berfungsi untuk mendeskripsikan data dan temuan yang diperoleh selama melakukan penelitian.

BAB V PENUTUP. Bab ini merupakan akhir dari baby nag menjelaskan tentang kesimpulan dari isi karya tulis ilmiah ini, saran yang ditulis penulis kepada beberapa pihak, dan daftar referensi penulisan yang diperoleh peneliti (Daftar Pustaka).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV
PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Instagram merupakan salah satu media sosial yang terbilang popular untuk saat ini, yang layanannya terfokus pada media berbagi foto dan video. Tidak hanya foto dan video, kini instagram memiliki aplikasi yang memudahkan penggunanya melakukan siaran langsung (*live)*, seperti laporan ditelevisi atau video singkat yang bernama Snapgram. Instagram juga memudahkan penggunanya untuk saling mengirim pesan, memberikan like, maupun berinteraksi melalui kolom komentar yang telah tersedia. Menurut data MAU *(Monthly Active User*) yang dilansir dalam *Daily Social*, pengguna instagram di Indonesia telah mencapai 22 juta. Sementara itu, berdasarkan riset emarketer, instagram menduduki peringkat ke-2 sebagai pengguna media sosial terbanyak setelah *facebook*. Dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan, tidak heran jika pengguna instagram telah mengalami peningkatan yang cukup pesat.[53]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Instagram merupakan aplikasi gratis untuk berbagi foto yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto dan selanjutnya berbagi pada layanan jejaring sosial. Media sosial ini hadir sebagai situs komunitas sosial terbesar di dunia, dimana pengguna dapat berinteraksi dengan teman lainnya di daerah atau negara lain dengan dapat melihat foto yang di posting oleh pengguna. Berbagai macam peluang bisnis, informasi bisnis, strategi

[53] Muhamad Fadhol Tamimy, *Sharing-mu Personal Branding-mu*, (Jakarta: Visimedia, 2017), 172.

marketing suatu produk bisa dijumpai dalam setiap update instagram para penggunanya. Instagram telah menjadi suatu fenomena sendiri dikalangan pengguna media sosial khususnya remaja. Walaupun banyak media sosial yang lain sering digunakan oleh kalangan remaja tetapi instagram sendiri tidak kalah populernya. Karena instagram ini sendiri merupakan media sosial pertama bergerak khususnya dalam bidang foto. Dibandingkan dengan media sosial lainnya, instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau foto. Ketika bahasa visual mendominasi dunia internet, dari situlah para pelaku bisnis bisa memanfaatkan peluang yang terhampar di depan mata.

Fenomena lainnya yang sangat menarik dari instagram adalah bagaimana kebanyakan orang tertarik untuk mempopulerkan akun mereka. Tujuannya adalah memperoleh jumlah *followers* sebanyak-banyaknya. Metode ini sebenarnya sama persis dengan twitter yang menghasilkan banyak selebtwit di Indonesia. Begitu pula dengan dunia instagram yang melahirkan sejumlah seleb dengan ribuan bahkan jutaan *followers*. Ketika seseorang sudah punya banyak *followers*, secara otomatis ia punya reputasi sehingga menarik minat dari sejumlah vendor untuk memasang iklan di akun instagram mereka. Itulah yang disebut sebagai *buzzer* yang mampu mendulang banyak keuntungan yang berawal dari hobi postingan di instagram atau media sosial lainnya.[54]

Seorang *entrepreneur* atau pengusaha *online* sangat bisa menggunakan instagram sebagai media pemasaran produk yang dijual. Alasannya, instagram

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[54] Ariestya Ayu Pratama, "*Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram*" (Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Airlangga, Surabaya).

adalah salah satu aplikasi yang menjanjikan untuk dijadikan senjata dalam *content strategy*. Selain itu, foto atau gambar termasuk dalam kategori konten yang paling appealing buat pelanggan, baik itu yang menjual produk, maupun yang menawarkan jasa. Kesenangan yang didapat pengguna instagram adalah di saat pengguna lain melihat fotonya dan berinteraksi, atau pengguna melihat pengguna lain melihat fotonya dan memberi komentar atau sekedar memberi "hati". Interaksi-interaksi yang disediakan oleh instagram itu membuat para pengguna mampu membangun lingkaran sosial dengan mengikuti posting pengguna tertentu yang disukai, berinteraksi, dan lebih jauh lagi, berkolaborasi untuk menghasilkan foto yang bagus.[55]

Hingga saat ini, instagram telah memiliki sejumlah fitur yang dapat digunakan penggunanya, yaitu sebagai berikut.

a. *Live* (siaran langsung), yaitu fitur baru unggulan instagram yang dapat digunakan penggunanya untuk melakukan siaran secara langsung serta berbagi mengenai aktivitas atau kegiatan apa saja yang sedang di lakukan.
b. *Instagram Story*, fitur yang digunakan untuk mengunggah foto atau video singkat mengenai kegiatan sehari-hari yang sifatnya sementara, pembaruan foto atau video tersebut akan hilang dengan sendirinya ketika waktu pengunggahannya sudah melampaui batas waktu 24 jam.
c. *Like*, yaitu sebuah fitur yang dapat digunakan pengguna instagram untuk memberi apresiasi sebagai bentuk rasa suka terhadap postingan pengguna

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[55] Dian Innes Anjaskara, *Pengaruh Sikap pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram",* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2016), 10.

instagram lainnya. Like di instagram disimbolkan dengan ikon berbentuk "hati".

d. *Comment*, yaitu sebuah fitur yang dapat digunakan untuk mengomentari postingan pengguna instagram lainnya.

e. *Face filter*, yaitu fitur instagram yang dapat memberikan efek "lucu" saat kamera menghadap ke wajah seseorang.

f. *Rewind,* yaitu fitur yang berfungsi untuk memutar balik video yang yang di buat melalui instagram story. Fitur tersebut akan memutar rekaman dari bagian paling akhir ke bagian awal.

g. *Boomerang*, adalah fitur yang digunakan untuk mengulang-ulang gerakan saat membuat video di instagram story.

h. Simpan atau *Bookmark*, yaitu fitur yang digunakan untuk meyimpan foto atau video di instagram untuk dapat di lihat kembali di lain waktu.Direct Message, yaitu fitur yang dapat digunakan untuk mengirim pesan antar sesama pengguna instagram.

i. *Super Zoom*, yaitu fitur terbaru instagram yang digunakan untuk memperbesar objek video yang disertai dengan suara. Serta masih banyak fitur-fitur lain yang sangat bermanfaat dan menghibur bagi pengguna instagram.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

B. Penyajian dan Analisis Data

1. Praktik Jual Beli *Followers* yang Banyak ditemukan di dalam Transaksi Elektronik

Setiap pengguna media sosial 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 *influencer* atau orang yang dapat memberikan pengaruh kepada orang lain. Dengan pemanfaatan yang tepat, pengguna media sosial memiliki posisi atau derajat tinggi di mata pengguna lain. Segala informasi yang diunggah dan dibagikan, seperti status dan foto, akan dapat menarik perhatian dan memberi banyak *feedback* berupa ikon *like*, emotikon, komentar, atau *share* yang berpotensi menjadi viral.[56]

Saat ini, media sosial menjadi sebuah wadah baru yang digunakan oleh banyak orang dari berbagai kalangan. Dari anak kecil, remaja, hingga usia dewasa dengan beragam profesi menggunakannya. Akibatnya, tidak jarang media sosial menjadi tempat untuk menampilkan personal *branding* maupun ajang sosialisasi. Media sosial tidak ubahnya sebagai tempat beradu gengsi bagi generasi masa kini. Salah satu yang menjadi gengsi dalam menggunakan media sosial adalah jumlah *followers*.

Bagi generasi masa kini, keseimbangan impian antara *following* (teman atau akun yang diikuti) dan *followers* (teman atau akun yang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[56] Muhamad Fadhol Tamimy, *Sharing-mu Personal Branding-mu*, (Jakarta: Visimedia, 2017), 37-38.

mengikuti) adalah saat jumlah *followers* lebih banyak dibanding dengan following. Oleh karena itu, banyak pengguna media sosial yang mencari cara agar mendapatkan jumlah *followers* lebih besar dengan cara yang instan.[57] Salah satu cara instan yang banyak digunakan adalah dengan membeli *followers.*

Kegiatan membeli *followers* memang bukanlah suatu kegiatan yang dilarang, tetapi hal ini bisa menjadi suatu perbuatan yang tidak baik apabila tujuan membeli adalah untuk mengubah pemikiran seseorang konsumen. Sebagai contoh bila seseorang mempunyai toko *online shop* kemudian pemiliknya membeli *followers* untuk akun tersebut, secara otomatis *online shop* tersebut terkesan memiliki banyak pelanggan serta peminat padahal pada kenyataannya tidak seperti itu.

Keberadaan penjual *followers* saat ini sangat mudah di temukan di instagram, ini dikarenakan begitu banyaknya peminat serta orang yang membutuhkannya, baik untuk sarana promosi toko *online* atau *offlinenya* ataupun hanya sekedar untuk mempopulerkan dirinya sendiri di kalangan pengguna instagram lainnya. Transaksi yang dilakukan dalam jual beli *followers* ini sebenarnya sama dengan transaksi pada umumnya yaitu adanya penjual, pembeli, objek yang diperjual belikan. Dalam hal jual beli *followers*, ada dua macam yang di tawarkan yaitu *followers* aktif dan *followers* pasif. *Followers* aktif adalah akun yang masih aktif digunakan untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang ada di dalam instagram, seperti

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[57] Muhamad Fadhol Tamimy, *Sharing-mu Personal Branding-mu*, (Jakarta: Visimedia, 2017), 37-38.

mem-*follow*, meng-*unfollow*, *comment*, *like*, atau yang lainnya. Sedangkan *followers* pasif adalah akun yang sudah atau tidak di gunakan lagi oleh pemiliknya. Biasanya *followers* pasif tersebut adalah akun milik orang-orang luar negeri.

Dari hasil observasi pada salah satu akun penjual *followers* instagram yaitu @RaPediaStore salah satu tawaran tarif harga dan jumlah *followers* yang didapatkan yaitu:[58]

No.	Objek	Harga
1.	100 *followers* Indo/ *followers* aktif	Rp. 10.000
2.	500 *followers* pasif	Rp. 15.000

untuk pembayarannya dilakukan dengan mentransfer uang tunai langsung ke nomor rekening yang telah ditentukan oleh penjual ataupun dibayar dengan menggunakan pulsa operator.

Didalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan beberapa pengguna Instagram yang mana sebagai pembeli f*ollowers* Instagram yaitu Tisa menjelaskan beberapa faktor yang membuat dirinya sebagai pebisnis memilih jalan untuk membeli *followers*

> "Ya banyak, salah satunya menambah kepercayaan konsumen yang kebetulan dulu saya juga pernah promosi barang-barang jualan saya, popularitas juga, kalau *followers*nya banyak juga jadi tambah eksis di dunia maya."[59]

Berdasarkan dari wawancara diatas salah satu jual beli followers Instagram yang banyak ditemukan didalam transaksi elektronik

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[58] Di akses dari akun instagram yang menjual follower yaitu pada akun @RaPediaStore pada tanggal 25 Desember 2022.

[59] Tisa Putri, diwawancarai oleh penulis, via whatsapp, 20 Agustus 2022.

dikarenakan kebutuhan untuk meningkatkan kepercayaan setiap konsumen lain dan menambah keeksistensian pemilikin akun yang membeli.

Selain dari informan diatas, peneliti juga melakukan wawancara dengan pembeli *followers* yang lain, yaitu Ida Lailatul Hikmah

> "Kalau buat pebisnis gitu enak bisa dapat aktifasi fitur *swipe up*, jadi kan barang yang kita promosikan gitu juga dapat menambahh kepercayaan dan promosi-promosi ke berbagai konsumen, ya kalau buat selbgram gitu untuk tampil lebih eksis juga menarik *followers* lain buat ikutan nge*follow*."[60]

Berdasarkan hasil wawancara diatas dengan memiliki aktifasi fitur *swipe up* pemilik akun dapatmenyisipkanlink promosi bisnis yang mereka miliki di iklan *story* mereka, dan diketahui lebih banyak oleh pengguna lain yang melihat bisnis yang dipromosikan.

Selain melakukan wawancara dengan pembeli followers, peneliti juga melakukan wawancara dengan penjual followers, yaitu Nanda Clara

> *"*Ada beberapa jenis *followers* yaitu, *followers* Indonesia aktif dan *followers highquality* bule pasif. *Followers highquality* (kualitasnya terbaik, minim drop, super awet, cocok untuk *online shop* atau selebgram). Perbedaanya akun *followers*nya kak, yang Indonesia kalau yang bule itu full bule akunnya, untuk harganya juga beda kak, lebih mahal yang Indo. Selain itu akun yang mengikuti pembeli dalam kata lain yang menjadi *followers* yang dijual kepada pembeli itu juga tidak mengetahui bahwa akunnya mengikuti akun pembeli tersbut ketika mereka tidak benar-benar sadar bahwa *followers* yang dijual tersebut mengikuti akun si pembeli.[61]

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat ditarik pemahaman bahwa didalam jual beli *followers* terdapat beberapa jenis *followers* yaitu *followers* aktif dan *followers* pasif, yang mana *followers* aktif memiliki

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

[60] Ida Lailatul Hikmah, diwawancarai oleh penulis, via whatsapp, 25 September 2022.
[61] Nanda Clara, diwawancarai oleh penulis, via DM instagram, 22 Juli 2022.

kelebihan dalam memberikan komentar menyukai postingan sedangkan untuk f*ollowers* pasif hanya menambah dalam jumlah angka *followers* saja tetapi tidak dapat melakukan interaksi dengan akun yang lain

Menurut Silvia Putri salah satu pembeli *followers* instagram

> "Lebih menghemat waktu dan tingkat keuntungan lebih besar, sebab ketika memiliki bisnis dengan jumlah *followers* yang banyak akan semakin memberikan peluang kepada lakunya barang juga semakin besar. Lebih dekat dengan target pasar, karena ketika sosial media kususnya instagram ini dijadikan ladang usaha. Komunikasi lebih lancar karena bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja, berbeda dengan jual beli secara langsung seperti di pasar."[62]

Dari hasil wawancara dengan Silvia Putri, dengan membeli *followers* Instagram dapatlebih menghemat waktu dan tingkat keuntungannya lebih besar, karena ketika memilikibisnis dengan jumlah *followers* yang banyak semakin memberikan peluang kepada lakunya barang. Selain itu lebih dekat dengan target pasar, kaerna ketika sosial media khususnya instagram ini dijadikan ladang usaha, dengan demikian hubungan antara penjual dan pembeli semain erat, komunikasi menjadi lebih lancar karena bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Kerugian membeli *followers* instagramm menurut ayu nabilah selaku pembeli *followers*

> Kaya lebih boros gitu soalnya kan harus bayar, wkwk. Terus ditengah jalan juga kadang banyak yang *unfollow*.[63]

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan diatas, membeli *followers* terhitung boros, karena ketika orang memiliki keinginan

[62] Silvia Permata Sari, diwawancarai oleh penulis, via whatsapp,11 Oktober 2022.
[63] Ayu Nabila Putri, diwawancarai oleh penulis, via whatsapp, 04 September 2022.

menaikkan jumlah *followers* dalam jumlah tinggi harus membeli *followers* dengan harga yang relative maha. Selain itu terdapat akunyang sewaktu-waktu berhenti mengikuti *(unfollow)* dikarenakan akun yang menjadi pengiku tataupun *followers* yang mengikuti akun si pembeli tidak mengetahui bahwa ia mengikuti akun si pembeli dan mereka menyadari.

Menurut Andika selaku pembeli *followers* instagram memiliki kerugian, menurtnya

> *Ordere akun pasif malah didaleme ono seng aktif dadi iso unfollow kapan ae, lak ketauan nyunu iso dadi perkara, maksute iso muduono reputasine neng dunia maya lak ketauan followers kwi hasile tuku* (ordernya akun pasif malah didalamnya ada yang aktif jadi bisa *unfollow* kapan aja, kalau ketahuan gitu bisa jadi perkara, maksudnya bisa nurunin reputasinya di dunia maya kalau ketahuan *followers*nya itu hasil beli).[64]

Berdasarkan hasil wawancara diatas, ada ketidaksesuain antara keinginan pembeli dengan apa yang dikirimkan penjua, sebab disaat pembeli memesan akun yang pasif nyatanya didalam pengiriman terdapat akun yang aktif sehingga ditengah perjalanan terdapat beberapaakun yang melakukan *unfollow* dan menyebabkan menurunnya kembali jumlah *followers.* Selain itu juga dapat menurunkan reputasi di dunia maya, popularitas pembeli *followers* akan menurun di dunia maya apabila ketahuan bahwa *followers* dengan jumlah banyak itu hasil membeli.

Transaksi jual beli *followers instagram* juga memiliki dampak negatif diantaranya:

1. Performa *campaign* sulit untuk diukur

[64] Andika, diwawancarai oleh penulis, via whatsapp, 12 September 2022.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R

Instagram yang jumlah *followers*nya Sebagian besar hasil dari membeli apalagi jenis *followers* yang dibeli *followers* pasif, kinerjanya sangat sulit untuk diukur jika didasarkan data, karena dari sekian banyak *followers* yang dimilikinya pemilik akun hanya mendapatkan sedikit interaksi.

2. Rawan *banned* instagram

Dalam beberapa tahun terahir, instagram sering melakukan penghapusan akun bot atau yang sudah tidak lagi digunakan oleh pemiliknya. Dengan demikian memiliki dampak yang lumayan terhadap pengguna jasa jual beli *followers* ini, karena ketika sudah terjadi pembersihan akun bot tersebut akan terjadi penurunan jumlah *followers* yang cukup berarti bagi pemilik akun yang sangat membutuhkan *followers* dengan jumlah tinggi.

3. Merupakan kredibilitas (apabila diketahui)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Zama sekarang kredibilitas dijadikan sebagai patokan yang dirasa harus dilindungi apalagi di dunia maya. Karena apabila dilakukan sebuah kesalahan meskipun hanya sekali oleh suatu merk atau brand dan netizen melihat hal tersebut, maka pandangan netizen terhadap reputasi brand tersebut sangat sulit untuk percaya seperti kepercayaannya di awal.

4. Interaksi rendah

Rendahnya interaksi memang sebuah dampak yang termasuk dampak negative ketika seseorang mengambil keputusan untuk

membeli *followers*. Dalam hal ini tidak dapat meyalahkan pihak manapun karena jual beli yang dilakukan ini pada dasarnya terjadi karena atas sukam sama suka, selain itu rendahnya interaksi ini disebabkan karena *followers* yang termasuk akun bot jadi mau sebanyak apapun jumlah *followers* ynag dibeli kalua jenis akun *followers*nya pasif unteraksi yang terjadi juga akan tetap relative rendah dan tidak menutup kemungkinan juga terjadi pada pembelian *followers* yang jenisnya aktif.[65]

Dalam jual beli *followers* instagram ini penjual memiliki tiga layanan. Menurut Yanti selaku salah satu penjual *followers* yaitu

> Pertama, *followers* Indonesia tidak bisa permanent karena mereka benar-benar akun real seperti kita jadi bisa *like*, *coment*, liat *story* bahkan bisa unfollow jadi jangan heran ketika berkurang. Tapi tenang saja disediakan garansi 30 hari jika ada pengurangan sampai 20% akan diisikan ulang kembali pengurangannya. Kedua, *Followers* HQ garansi, *followers* akun bule-bule tidak aktif, tetapi super awet dropnya sangat lambat 2-10% saja sisanya permanen, cocok untuk olshop agar keliatan banyak *followers*nya. Ketiga *Followers* HQ no garansi, *followers* akun bule tidak aktif, awet juga tapi untuk rasio dropnya 10-20% sisanya permanen, jika drop tidak bias di refill lagi karena tidak bergaransi.[66]

Berdasarkan hasil wawancara dengan penjual *followes* diatas, didalam proses jual beli followers ynag banyak ditemukan didalam transaksi elektronik terdapat tiga layanan yaitu *followers* Indonesia yang dapat melakukan interaksi seperti biasanya namun tidak dapat permanen tetapi penjual meberikan garansi. Kedua *followers* HQ garansi yaitu

[65] Andy Nugroho, *Beli Followers Instagram? Ini Dampak Positif dan Negatifnya, Qwords*, diakses tanggal 15 September 2022, https://qwords.com/blog/beli-*followers*-instagram/,
[66] Yanti Susila, diwawancarai oleh penulis, via whatsapp, 23 Agustus 2022.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

followers akun para bule yang sifatmya pasif,layanan ini lebih cocok pada akun *online shop* karena agar terlihat jumlah *followers*nya banyak jika layanan ini mengalami drop maka penjual masih dapat melakukan pengisian ulang karena layanan ini bergaransi. Ketiga HQ *no* garansi, tidak beda jauh dengan HQ garansi bedanya hanya ketika memakai layanan ini mengalami drop maka penjual tidak berkewajiban mengisi ulang *followers* kembali karena layanan ini tidak memiliki garansi.

Pada saat ini banyak pengguna sosial media terkhusus *Instagram* yang terkenal karena akunnya memiliki *followers* dengan jumlah yang banyak yang telah mengikutinya, bahkan hal yang terjadi baru-baru ini adalah pengelola *instagram* di Indonesia memberikan sebuah penghargaan kepada *publick figure* dengan kategorikategori tertentu, salah satunya yaitu kategori *followers* terbanyak. *Followers* bisa kita dapatkan sendiri secara manual dan tidak membutuhkan biaya, namun dalam prosesnya relatif lama. Kita harus mem*follow* dari acount yang kita inginkan, dan respon dari account sasaran kita, bisa memberikan respon untuk *follback* (mengikuti kembali) ataupun *unfollow* (tidak respon). Perkembangan era globalisasi menciptakan adanya ide maupun kreatifitas dalam bersosial media, hal ini memberikan dampak signifikan dalam perkembangan *Followers*. Ada 2 macam yang dimiliki *followers instagram*, yaitu *followers real* dan *followers unreal. Real followers* adalah *followers* yang dimiliki oleh *account* ataupun pengguna *Instagram* yang melakukan aktivitas dalam bersosial media. Sedagkan *unreal followers* adalah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

followers yang bersifat pasif, dalam hal ini tidak bisa melakukan aktivitas sosial media. Praktiknya *followers* ini bisa kita ketahui dengan cara diantaranya:

1. *Followers* dengan *unreal human* adalah *account* luar negeri.
2. *Account followers unreal* lebih banyak *following* (mengikuti) dibandingkan *followers* (diikuti).
3. Jika dibuka profile *followers*-nya, akan ada info tanggal pembuatan akun tersebut, dan semua akun di atas dibuat pada tanggal yang sama.

Pelaku bisnis ini melakukan metode sendiri dalam transaksi *account* tersebut dengan memberikan alamat *email* dan *password*, walaupun dalam transaksinya relatif sama, yaitu terdapat penjual, pembeli, dan barang yang diperjualbelikan adalah media ataupun wadahnya. *Followers* mendominasi dari aktivitas pengguna Instagram di era sekarang. Dalam kemajuan IPTEK sekarang ini banyak ide maupun kreatifitas dalam pemanfaatan peluang berwujud materi. Dampak tersebut menimbulkan beberapa kasus pada pelaku bisnis untuk melakukan kecurangan dengan mencampur antara *real followers* dan *unreal followers*. Dalam akad awal pembeli menyepakati adanya *real account followers.*

Untuk proses penyerahan barang dalam jual beli ada 2 metode yaitu *face to face* ataupun *Cash On Delivery (COD)* yaitu dengan menghubungi nomor telepon dari penjual yang ada di iklan Instagram penjual, dalam transaksinya meggunakan uang cash (uang tunai).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Sedangkan metode yang terakhir adalah via online, dengan memanfaatkan media online sebagai media penyerahan *account followers*, dalam transaksinyapun via transfer ataupun ebanking. Transaksi ini ada kecacatan terkait kesepakatan yang dilakuakan tidak sesuai terhadap objek yang dibeli, karena adanya penguragan kualitas, hal ini sering terjadi tapi kebanyakan pembeli mengetahuinya setelah adanya transaksi dilakukan. Transaksi tersebut riskan adanya penipuan dan merugikan salah satu pihak. Sebisa mungkin untuk menghindari transaksi yang bersifat tidak langsung karena kita tidak mengetahui secara sistem unuk pemindahan kepemilikan terhadap objek tersebut.

2. Jual Beli *Followers Instagram* Menurut Pandangan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Tranksaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

a. Jual Beli *Followers Instagram* Menurut Pandangan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Tranksaksi Elektronik

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Transaksi elektronik diatur dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) No. 11 Tahun 2008, Pasal 1 (1) yang menjelaskan informasi elektronik sebagai satu kesatuan atau kumpulan informasiatau dokumen elektronik yang tidak hanya sebatas bentuk tulisan, suara, ilustrasi dan semacamnya. Selain itu, Pasal 1 (2) dijelaskan bahwa transaksi elektronik merupakan perilaku normative

yang dilakukan menggunakan media elektronik atau media jaringan computer yang lain.[67]

Suatu situs jejaring sosial internet semakin mengalami perkembangan yang semakin maju inilah yang menjadi unsur yang menunjang berkembangnya transaksi menggunakan jaringan (*electronic commerce)* di Indonesia. Berkembangnya e-commerce memiliki aturan yang dituangkan di sebuah undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik yang biasa dikenal menjadi UU ITE. Selaku pemakai, harus memperhatikan dengan teliti ketika hendak beli sesuatu. Hal yang sering terjadi didalam transaksi jual beli menggunakan elektronik biasanya terdapat sebuah kontrak antara penjual dan pembeli. Transaksi semacam ini termasuk salah satu jenis kontrak yang aturannya ada dalam KUHPerdata, terkait *e-commerce* pada dasarnya merupakan bentuk transaksi penjuala yang milenial dengan pengimplementasian terobosan baru dari teknologi internet sebagai sebagai media transaksi[68].

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) seperanngkat norma aturan hukum yang aturannya difokuskan tentang informasi dan transaksi menggunakan media elektronik serta cara pengiriman dan transmisi dan transaksi dalam bentuk elektronik. Pasal

[67] Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

[68] Setia Putra, *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui e-commerce,* jurnal ilmu hukum, vol.4 no. 2, 2014, 290-291.

2 (1) disebutkan bahwa aturan didalam undang-undang ini diberlakukan bagi setia perbuatan yang hukum yang dilakukan di wilayah Indonesia ataupun diluar wilayah Indonesia dan menyebabkan kerugian bagi kepentingan Inonesia.[69]

Adanya *e-commerce* dianggaap memberi kemudahan pada pemakai, dikarenakan tidak memerlukan untuk keluar rumah jika hendak belanja. Selainhal ini berbagai macam pilihan barang atau jasanya juga bermacam-macam dimulai daritarif harga yang relative rendah. Adanyan kemudahan ini tentunya menjadi sebuah rintangan yang sifatnya positif dan juga ada sisi negatifnya. Sisipositifnya jika dilihat dari kondisi semacam itu pembeli dengan bebas miliih barang atau jasa dalam jangka waktu yang ditentukan sesuai kebutuhan dan keinginan mereka, namun juga ada sisi negative dari hal semacam itu dikarenakan jika dilihat posisi pembeli menjadi lemah daripada posisi produsen yang bisa mengakibatkan kerugian terhadap konsumen.[70].

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Ketentuan untuk melakukan tranksaksi elektronik diatur dalam BAB V pasal 17 sampai pasal 22 yaitu:[71]

[69] Tim Redaksi BIP, *Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017), 10.

[70] Setia Putra, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi jual-beli melalui e-commerce*, jurnal ilmu hukum, vol.4 no, 2, 2014, 299.

[71] Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang nomor11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

a. Pasal 17

Didalam pasal 17 aturannya lebih difokuskan terhadap batasan proses terjadinya elektronik yang dapat dilakukan secara umum atau secara khusus.

b. Pasal 18

Proses jual beli yang dilakukan secara elektronik maka perjanjiannya harus dituang dalam bentuk kontrak elektronik yang sifatnya mengikat. Jika ditengah perjalanan ada sengketa maka kedua belah pihak diberikan wewenang kebebasan untuk memilih hukum yang berlaku, namun apabila kedua belahpihak tidak dapat memilih hukum maka hukum yang berlaku yaitu mengikuti dasar asas hukum perdata internasional.

c. Pasal 19

Transaksi elektronik yang dilangsungkan harus menggunakan media elektronik yang sebelumnya sudah disepakati bersama.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

d. Pasal 20

Didalam pasal ini ditegaskan bahwa didalam transaksi elektronik terdapat pengecualian terkait penentuan oleh kedua belah pihak terkait mengenai subjek atau pelaku transaksi mengenai kesepakatan tentang penyelenggaraaan transaksi. Oleh karena itu, baru akan terjadi transaksi elektronik apabila

pembeli sudah menyetujui dan menerima tawaran yang dikirim oleh penjual.

e. Pasal 21

Dijelaskan dalam pasal ini tentang pihak yang berkaitan dalam transaksi elektronik. Ketika terjadi kerugian transaksi elektronik yang disebabkan oleh kegagalan operasinya agen elektronuk yag diakibatkan oleh pihak ketiga yang secara langsung terhadap sistem elektronik, maka penyelenggara agen elektronik bertanggungjawab atas akibat hukum tersebut. Namun, ketika terjadi kerugian transaksi elektonik yang disebabkan oleh kegagalan beroperasinya distributor elektronik dikarenakan oleh pengguna jasa layanan, maka semua tanggungjawab akibat hukum menjadi tanggungjawab pengguna jasa tersebut.

f. Pasal 22

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Distributor elektronik harus menyediakan sebuah komponen atau fitur yang ketika beroperasi lalu ada perubahan yang mungkin akan dilakukan oleh pengguna untuk melakukan sebuah informasi disaat proses tranksaksimasih berjalan.[72]

Hal-hal yang dilarang ketika dilaksanakannya bisnis secara online diatur dalam undang-undang Republik Indonesia nomor 11 tahun 2008, yang penjelasannya tertuang dalam Pasal 27 sampai Pasal 33 bahwa:

[72] Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

a. Menyalurkan, memindahkan, memasukkan, mengumumkan informasi atau dokumen elektronik yang sifatnya melanggar asusila, judi, penghinaan, pencemaran nama baik, eksploitasi, dan mengintimadasi.
b. Menciptakan informasi yang tidak benar dan menyimpang sehingga konsumen dirugikan.
c. Mengumumkan berita yang dapat menyebabkan ketidaksukaan atau pertengkaran antar individu atau sekumpulan orang yang sifatnya dapat menyinggung SARA (suku, agama, ras dan antar golongan).[73]

Didalam melakukan penjualan secara online, para pihak menjalankan perjanjian diformalkan dengan menggunakan media elektronik atau hubungan hukum kontraktual, dan menurut 1 (17) ITE, perjanjian elektronik adalah kontrak yang muatannya ada didalam dokumen elektronik. Sutan Remy Sjahdeini menyatakan bahwa *e-commerce* adalah usaha yang melibatkan pemakai (*consumers),* produsen, yang menyediakan jasa yang menggunakan internet sebagai perantara .[74]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Penjualan menggunakan media elektronik juga mencakup kontrak penjualan yang sama dengan jual beli normal seperti biasanya. Belanja online juga melibatkan prinsip persetujuan, yang berarti antara kedua belah pihak sudah mencapai kesepakatan. Tawaran dan penerimaan antara penjuala dan pembeli merupakan langkah awal dari dibuatnya perjanjian. Prosesnya, tawaran dan penerimaan yang dilakukan secara online tidak

[73] Prasetyo Dwi Widodo, *Tinjauan Hukum Islam dan Undan-undang Nomor 11 tahun 2008 (ITE) tentang transaksi jual beli akun game online (mobile legend),* (Skripsi: IAIN Tulungagung, 2018), 28.

[74] Mariam Darus Badrulzaman, *Kompilasi Hukum Perikatan*, (Bandung; Citra Aditya bakti, 2001), 283

memiliki banyak perbedaan ini dengan proses tawar menawar yang biasa dilakukan secara tatap muka, yang membedakan hanyalah penggunaan sarana yang digunakan yaitu berupa internet.

Didalam melangsungkan transaksi elektronik pihak yang bersangkutan harus menggunakan sistem elektronik yang disetujui oleh kedua belah pihak tersebut. Jadi, sebelum melakukan transaksi menggunakan media elektronik, orang yang bersangkutan harus mencapai kesepakatan bersama tentang sistem elektronik yang akan digunakan. Transaksi elektronik baru akan terjadi ketika tawaran dari penjual sudah diterima dan disepakati oleh pembeli seperti yang diatur pasal 20 ayat (1) UU ITE. Oleh karena itu, transaksi elektronik akan berlangsung ketika pembeli menerima dan memberi kesepakatan atas tawaran yang penjual kirim dan memberikan pernyataan penerimaan secara elekrotnik seperti yang diatur dalam 20 ayat (2). Langkah berikutnya ketika sudah adanya kesepakatan antara kedua belah pihak yaitu dilanjutkan dengan pembayaran. Bayarnya dapat melalui beberapa cara diantaranya yaitu dengan membayar cashmengirimkan lewat ATM, *kredit card* atau melalui pihak ketiga (rekening bersama). Ketik sudah dilakukan pembayaran, maka selanjutnya barang atau akun akan segera dikirimkan oleh penjual kepada konsumen[75]. Jadi ketika pembeli sudah menyelesaikan tahap pembayaran dengan sistem yang sudah disebutkan tadi maka penjual dapat

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[75] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010), 38

langsung memproses akun *followers* untuk ditambhakan kepada *username* akun yang diberikan oleh pembeli.

Followers menjadi salah satu faktor penting, karena ketika memakai bisnis penjualan menggunakan media elektronikentah itu barang ataupun jasa, dilihat dari pengikut akun tersebdiri yang dijadikan sebagai tolok ukur dapat dipercaya atau tidaknya akun tersebut ketika memiliki jumlah *followers* dengan jumlah ynag tinggi. Dengan demikian, banyak memanfaatkan aplikasi *Instagram* sebagai meida untuk mempromosikan bisnis yang dimiliki.

Beberapa faktor yang perlu diperhatikan saat memesan *followers* diantaranya:[76]

a. Memperhatikan penyedia layanan yang digunakan benar-benar terpercaya, caranya bisa melihat dari beberapa testimony dari konsumen yang sudah melakukan transaksi jual belinya.
b. Mengutamakan unsur kehati-hatian ketika memakai penyedia layanan penambahan *followers*, selidiki dan kenali betul akun penjualnya.
c. Ketika sudah selesai menggunakan jasa *followers*, silahkan untuk mengganti atau mengatur ulangkata sandi baru untuk waspada disaat penjual sudah berhasil mengirimkan *followers* yang sudah dibeli.

Analisis jual beli *followers* instagram menurut pandangan undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik, dapat dianggap memenuhi ketentuan untuk melakukan transaksi elektronik

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[76] Karindra Pitaloka, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli akun Followers Sosial Media Instagram dalam Transaksi Online*, (Skripsi: IAIN Surakarta, 2018), 57-58.

yang mana sudah dijelaskan didalam pasal 17 sampai pasal 21. Ketika ditarik kesimpulan praktik jual beli *followers* melihat dari sisi ketentuan umum untuk melakukan transaksi karena praktiknya jualbeli *followers* ini dilakukan secara privat ataupun dipublikasikan, ada para pihak yang mana para pihak ini yaitu penjual dan pembeli, perjanjian yang sifatnya mengikat artinya ada kesepakatan antara keduanya (penjual dan pembeli), ada media elektronik yaitu menggunakan media instagram karena pelaksanaan transaksi yang menggunakan media elektronik harus dilangsungkan melalui sistem elektronik yang mencapai kesepakatan bersama.[77]

Akan tetapi, dilihat dari pasal 26 (1) jual beli *followers* dapat dianggap melanggar peraturan yang dijelaskan dalam pasal tersebut, yang mana dijelaskan bahwatiap informasi yang digunakan melalui media elektronik yang sifatnya mengandung unsur data privasi perseorangan harus atas sepengetahuan orangnya. Dari penjelasan pasal 26 ayat 1 jual beli *followers* ini dapat dikatakan melanggar karena dari informasi yang diapatkan penulis dari wawancara kepada penjual *followers* instagramditemukan fakta bahwa akun yang menjaadi *followers* yang ditambahkan pada akun yang membeli jasa penambahan jumlah *followers* ini tidak mengetahui bahwa akuunnya ditambahkan kepada akun yang membeli jasa penamabahan *followers* ini. Di dalam pasal 27 juga dijelaskan bahwa siapapun yang sengaja dan tidak berhak menyalurkan,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[77] Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

memindahkan sehingga membuat dapat teraksesnya informasi atau dokumen elektrnoik yang mengandung yang memiliki muatan dapat melanggar asusila, mengintimidasi, pencemaran nama baik, dan perjudian.[78]

Dilihat dari sisi ini ketika penjual yang sengaja dan tidak ada menyalurkan informasi atau dokumen elektronik dalam bentuk *followers* ini tidak menutup kemungkinan akun yang memakai jasa penambah jual beli *followers* ini memiliki muatan untuk pelanggaran asusila, perjudian, pencemaran nama baik, pemerasan bahkan pengancaman setelah memiliki jumlah *followers* dengan jumlah tinggi karena tidak ada ynag tau isi hati manusia dalam menebak hal apapun yang akan dia lakukan dengan kepemilikan *followers* tinggi yang dimilikinya.

b. Hukum Jual Beli *Followers Instagram* menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Sebagaimana mekanisme jual beli *followers* instagram yang dibahas pada pembahasan sebelumnya maka dapat dianalisis menurut kompilasi hukum ekonomi syariah. Dalam hal ini terdapat beberapa hal yang berkaitan dengan syarat pada kompilasi hukum ekonomi syariah dalam Pasal 57 KHES bahwa para pihak yang membuat perjanjian harus terdiri atas penjual, pembeli, dan pihak lain yang terlibat dalam perjanjian tersebut[79], yang dimaksud pihak-pihak disini adalah orang yang

[78] Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

[79] Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 31.

melakukan akad, baik penjual maupun pembeli. Termasuk syarat jual beli adalah adanya aqid, dengan kata lain bahwa jual beli tidak akan terlaksana jika tidak ada keduanya.

Didalam praktik jual beli *followers* instagram telah memenuhi ketentuan untuk membuat sebuah perjanjian atau sebuah kontrak jual beli yang mana di dalam praktiknya jual beli *followers* instagram ini sudah ada penjual dan pembeli serta pihak lain yang turut serta dalam sebuah perjanjian yang dibuat, pihak lain yang dimaksud seperti orang lain yang ikut membantu untuk menyebarluaskan tentang bisnis yang dimiliki oleh penjual dengan arti lain ikut serta mempromosikan bisnis jual beli *followers* si penjual.

Selanjutnya tentang persyaratan dari kedua belah pihak (penjual dan pembeli) yakni:

a. Orang yang melakukan transaksi tersebut sudah mumayyiz, yaitu dapat membedakan antara mana yang boleh dan mana yang tidak boleh, membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Dengan demikian tidak sah jual beli yang dilakukan oleh anak yang belum mumayyiz.

   Dalam praktik jual beli *followers* instagram untuk syarat mumayyiz ini tidak dapat dipastikan dengan jelas karena penjual yang menjual *followers* tidak memberi batasan usia untuk membeli *followers*, jadi semua kalangan dapat membeli *followers* dimulai dari anak-anak yang membeli *followers* dengan tujuan untuk menjadi selebgram hingga

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

kalangan dewasa yang diperuntukkan untuk melakukan bisnis dengan jumlah *followers*nya ynag tinggi.

b. Jual beli dilakukan orang yang berakal/tidak hilang kesadarannya karena hanya orang yang sadar dan berakal yang sanggup melangsungkan transaksi jual beli secara sempurna dan mampu berfikir secara logis.

Didalam praktiknya sebagian besar pembeli *followers* dapat dikatakan termasuk orang yang berakal dan sadar bahwa dia membeli *followers* untuk akun instagram ynag dimiliki.

c. Transaksi ini didasarkan pada prinsip-prinsip taradli, yang di dalamnya tersirat makna mukhtar, bebas melakukan transaksi jual beli dan bebas dan paksaan dan tekanan.[80]

Didalam praktik jual beli *followers* instagram dapat dikatakan tidak ada unsur tekanan karena pembeli dengan sadar membeli dan melakukan pembayaran kepada penjual ketika sudah mencapai kesepakatan bersama.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

d. Keduanya tidak mubazir, maksudnya para pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli tersebut bukanlah manusia yang bodoh di dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak cakap bertindak, maksudnya dia tidak dapat melakukan sendiri perbuatan hukum walaupun kepentingan hukum itu menyangkut kepentingan sendiri.[81]

[80] Smith, 31.
[81] Smith, 31.

Didalam praktik jual beli *followers* instagram kedua belah pihak terletak pada pembeli tidak dapat dikatakan tidak mubazir karena ada pembelian *followers* yang sudah dilakukan dengan pembayaran dan penambahan *followers* pada akun pembeli namun kemudian hari *followers* ynag dibeli jumlahnya menurun dengan itu dapat dikatakan mubazir biaya yang dibayarkan oleh pembeli.

Selanjutnya bila dilihat dari segi kemanfaatannya jual beli ini tidak mengandung manfaat, yaitu sebaliknya lebih banyak mengandung kemudhratan di dalamnya. Jual beli *followers* ketika orang memanfaatkan banyaknya *followers* untuk mengiklankan barang, *brand awareness*, bahkan untuk mempopulerkan diri adalah sebuah kebolehan kalau ada kemanfaatannya dan tidak melanggar syarat Islam, sesuai dengan syarat-syarat objek yang diperjualbelikan yaitu barang yang dapat diambil manfaatnya. Begitu juga ketika tujuan dari membeli *followers* adalah untuk bertujuan promosi yang sifatnya memperkenalkan produknya terhadap calon konsumen, karena pada dasarnya konsumenlah yang menentukan untuk membeli atau tidak, dan biasanya konsumen memilih akun jual beli yang banyak *followers*-nya karena dapat dipercaya. Selain melihat dari manfaat jual beli *followers* di atas maka ada beberapa hal yang dapat kita perhatikan dalam jual beli *followers* adalah ketika seseorang pembeli membeli *followers* pasif untuk kepentingan promosi dan juga personal branding, bahkan untuk mempopulerkan diri, maka tujuan tersebut tidak akan tercapai kerena *followers* pasif yang dibelinya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

tidak dapat melakukan aktivitas apapun karena *followers* pasif adalah *followers* bot, karena itu maka *followers* tersebut tidak akan bisa melakukan aktivitas layaknya *followers* aktif yaitu menyukai postingan, mengomentari postingan berupa foto dan video.

Maka ketika para konsumen mengetahui bahwa online shop yang membeli *followers* pasif dengan tujuan menarik minat beli konsumen, maka bisa berdampak hilangnya reputasi *online shop* tersebut dan dampak lainnya adalah akun *online shop* tersebut bisa dijadikan untuk menipu masyarakat yang kurang teliti dan mudah tertipu dengan banyaknya jumlah *followers* pada akun instagram *online shop* tersebut. Kerugian lainnya adalah apabila seseorang pembeli membeli *followers* aktif, maka konsukuensi yang harus ditanggung adalah *followers* yang dibeli bisa saja meng-*unfollow*. Pada dasarnya *followers* aktif yang dibeli biasanya menyadari bahwa akunnya secara otomatis mem-follow akun yang tidak diinginkan. Kerugian lainnya adalah apabila penjual melakukan penipuan dengan cara mencampur *followers* aktif dengan *followers* pasif, maka konsumen mengalami kerugian. Maka apabila melihat fenomena di atas maka jual beli *followers* media sosial Instagram pada dasarnya lebih banyak mendatangkan kemudhratan dari pada manfaatnya. Di dalam masalah ini yang yang merasakan kerugian bukan hanya pembeli tetapi juga masyarakat umum yang kurang teliti karena bisa saja masyrakat yang kurang teliti tertipu oleh online shopdengan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

banyaknya jumlah *followers*, padahal bukanlah *followers* asli dari akun *online shop* tersebut.

Didasarkan al-qur'an, as-sunnah dan ijma' jual beli termasuk akad yang diperbolehkan. Hal ini dijelaskan dalam Al-qur'an Surah Al-baqarah ayat 275 yang berbunyi:

وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ

Artinya : Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.[82]

Didalam transaksi jual beli terdapat rukun dan syarat yang harus dipenuhi agar suatu jual beli tersebut dianggap sah. Di dalam karya Abu al-Rahman menyatakan bahwa rukun jual beli ada enam, yaitu :

a. *Sighot*, perkataan ynag diucapkan oleh penjual dan pembeli
b. *Aqid*, kedua belah pihak yang melakukan akad
c. *Ma'qud'alaih*, sesuatu yang diperjualbelikan

Jumlah enam yang dijelaskan oleh Abu-al-Rahman maksudnya yaitu setiap satu rukum itu paa dasarnya dua. Misalnya *sighot*, didalam *sighot* terdapat dua hal yaitu perkataan yang diucapkan oleh penjual dan jawaban perkataan yang dijawab oleh pembeli.. Demikian juga dengan *aqid*, adalah orang yang melakukan akad antara ijab dan kabul yang biasanya terdiri dari penjual dan pembeli. *Ma'qud'alaih* merupakan seuatu yang penjual jual kepada pembeli yang membutuhkan. Abu al-Rahman menyatakan salah satu rukun jual beli harus ada bahasa *(sighot*). *Sighot*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[82] Ahmad Sarwat, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2012), 31

yang dimaksud abu al-Rahman dapat dilakukan dengan perkataan atau perilaku (tindakan)[83].

Sahnya jual beli ketika sudah memenuhi syarat-syarat yang disebutkan. Adapun syarat-syaratnya yaitu:

a. Pelaku akad

1) Memiliki akal, supaya tidak ada oknum lain yang menipunya. Manusia ynag akalnya tidak sehat atau tidak waras tidak diperbolehkan untuk membeli dan menjual
2) Atas kemauan sendiri tanpa ada paksaaan dari pihak manapun sesuai penjelasan yang tertuang dalam surah an-nisa ayat 29
3) Tidak terbuang sia-sia, karena harta yang dianggap mubazir seharusnya berada ditangan wali
4) Cukup umur, jual beli anak kecil dianggap tidak sah karena beberapa peneliti mengizinkan bahkan untuk anak-anak yang belum tua tetapi sudah bisa mengerti.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

b. Objek akad

1) Suci dari najis, karena barang yang najis tidak sah untuk dijadikan obejk jual beli.
2) Barang tersebut memiliki manfaat, karena barang yang tidak memiliki manfaat tidak diperbolehkan untuk diperjualbelikan
3) Dapat diserahterimakannya barang hukum jual beli dapat dianggap tidak sah apabila barang yang dijual tidak dapat diserahterimakan.

[83] Apipudin, *Konsep Jual Beli dalam Islam*, Jurnal Islaminomic, Vol V No. 1, 2016, 83

4) Kepemilikan hak atas dirinya sendiri.

5) Baik antara penjual dan pembeli mengetahui terkait barang yang diperjualbelikan.

c. *Sighot*

Sighot merupakan perkataan ynag diucapkan oleh penjual dan pembeli, yang mana perkataan dari seorang penjual disebut sebagai ijab sedangkan perkataan jawaban diterimanya pembelian yang diucapkan oleh pembeli disebut Kabul. Menurut Islam lafadz yang diucapkan oleh kedua belah pihak ada syaratnya , yaitu:

1) Antara perkataan penjual dan pembeli dalam keadaan saling berkaitan. Maksudnya dari pernyataan penjual jawaban pembeli tidak menyimpang dari pernyataan penjual.

2) Setuju dimaknai menjadi manfaat keduanya.

3) Orang lain tidak ada sangkut pautnya dengan ini

4) Tanpa terwaktu, maksudnya tanpa penyekat yang memisahkan diantara keduanya[84]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Sighot merupakan hal yang didasarkan dari penjual dan pembeli melangsungkan akad yang menunjukkan tergantung keinginan hati masing-masing. Dapat dilihat dari perkataan, perilaku, Bahasa isyarat dan catatan tulis. Perkataan penjual dan jawaban pembeli merupakan ijab dan Kabul yang dapat disebut sebagai *sighot.* Pihak yang melakukan jual beli *followers* instagram keduanya sudah mencapai

[84] Masjupri, *Fiqh Muamalah 1*, (Surakarta: FSEI Publishing, 2013), 107-108

kesepakatan untuk dilanjutkan transaksi jual beli dalam keadaan saling merelakan. Jika hendak membeli *followers* instagram ada dua cara yang dapat dilakukan.

Pertama, dengan membuka aplikasi instagram ke fitur pencarian tulis jual beli *followers*, nanti akan ditampilkan bermacam-macam akun agen penyedia yang menjual *followers* kemudian pilih salah satu akun yang hendak diketahui *followers* dari akun yang menjual *followers* kemudian tinggal mengirim pesan kepda si penjual dan melakukan prosedur yang sudah ditentukan sampai mencapai kesepakatan diantara keduanya kemudian tinggal melakukan pembayaran.

Kedua, dengan perantara aplikasi whatsapp, car aini digunakan ketika penjual sudah lumayan mengetahui penjual yang dengan mudah langsung menghubungi lewat *whatsapp* untuk pembelian *followers* instagram jadi tidak perlu susah payah untuk mencari akun-akun yang menjual *followers* di aplikasi instagram, caranya tidak jauh beda dengan pemesanan lewat instagram, yaitu melaluipesan yang dikirim secara langsung kepada penjual, kemudian penjual akan mengirimkan *list* daftar harga dan jumlah *followers* yang didapatkan dengan harga-harga yang ditawarkan hingga mencapai kesepakatan antara keduanya.

Didalam penerapannya *followers* instagram yang diperjualbelikan ini terjadi melalui perantara yang dalam artian tidak secara langsung yaitu lewat aplikasi instagram sendiri atau melalui perantara aplikasi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

whatsapp dalam bentuk perkataan antara produesen dan pembeli hingga terciptanya akad jual beli.

Orang yang melakukan akad didalam Islam disebut *Aqid*. Didalam praktiknya ada produsen dan konsumen yang melangsungkan akad *sighot* pada objek yang diakadkan setelah produsen dan konsumen tersebut menyepakati ynag dilakukan dengan media elektronik yaitu secara online.

Didalam al-qur'an dijelaskan :

> "Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka dinatara kamu. Dan janganlah kamu memenuhi dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu"[85]

Ditegaskan dalam ayat di atas bahwa didalam semua transaksi penjualan, jual beli tidak dilarang selama didasarkan pada kesenangan antara penjual dan pembeli selama tidak ada larangan oleh Allah SWT[86]. jika dikaitkan kembali dengan jual beli *followers* yang mana dengan objek transkasi yang sifatnya maya dan sekarang menjadi objek yang wajar diperjualbelikan.

Akun *followers* yang menjadi objek transaksi dianggap belum sesuai dengan deskripsi penjelasan awal yang dipaparkan oleh produsen. Diketahui dan disadari oleh produesen bahwa apa yang mereka jual tidak bersih, yang dimaksud tidak bersih yaitu merupakan kombinasi barang berkualitas tinggi. Penjual hanya memberikan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[85] Ahmad Wandi Muslich, *Al-qur'an dan terjemah*, (Jakarta: AMZAH, 2010) 178
[86] Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Prtama, 2000), 237

penjelasan jumlah transaksi tidak didasarkan kualitas dan standar yang dipakai. Itu ditunjukkan ada akun *followers* tidak aktif atau akun *fake*, beda halnya dengan akun *followers* yang nyata (*real)*. Konsumen hanya akan mendapatkan keuntungan penjelasan penjualyang dapat dilihat pada detail pertama.

Ma'qud'alaih merupakan sesuatu yang diperjualbelikan, sesuatu yang dimaksud yaitu sifatnya suci danmemiliki manfaat harus dimiliki sendiri. Dalam hal ini yang dimaksud *ma'qud'alaih* yatu berupa *followers.* Didalam penerapan jual beli *followers* instagram kepemilikan objek yang diperjualbelikan dianggap belum jelasdan dari penjual memberikan penjelasan. Praktik yang dilakukan dalam transaksi jual beli *followers* ini seharusnya penjual mempunyai patokan ketika akan melangsungkan akad, namun didalam praktiknya dianggap sangat mubazir karena *followers* yang dibeli oleh konsumen yang menggunakan jasa penambah *followers* sewaktu-waktu dapat menurun secara tiba-tiba.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Kesepakatan yang terjadi didalam jual beli *followers* instagram penjual dan pembeli memiliki hal yang wajib dipenuhi yaitu ketika pembeli sudah melakukan transaksi pembayaran maka penjual juga berkewajiban mengirimkan atau menambah *followers* akun yang membeli dengan jumlah yang sudah disepakati sebelumnya. Ketika antara penjual atau pembeli tidak melakukan kewajibannya, maka dapat dianggap melanggar kewajiban dan berhak untuk membatalkan

transaksi jual beli ahli waris. Para pihak yang bersangkutan wajib melaksanakan kwajibannya dengan baik agar haknya juga dapat dilaksanakan. Diantara hak dengan kewajiban dapat muncul ketika ada keseimbangan dan hubungan antara keduanya. Selain itu, dijelaskan pula bahwa di balik jual beli *followers* di aplikasi Instagram terdapat tujuan komersial dan publikasi (popularitas sebagai selebriti) yang kemudian menjadi minat dunia.

Segala macam jual beli yang tidak ada ditempat hukumnya dilarang oleh Imam Syafi'i. Namun jika meliha pada hakikatnya jual beli didasari dengan kegiatan yang hukumnya halal. Dianggap halal sebuah jual beli apabila memenuhi segala bentuk persayaratan yang sudah diatur. Para ahli ijma (ulama' mujtahidin) menyepakati hukum jual beli halal dan tidak ada khilaf dialamnya. Hal ini ditegaskan dalam al-qur'an yang menjelaskan bahwa hukumnya menjual itu hala sedangkan hukum riba diharamkan.[87].

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jual beli dilarang dalam hukum Islam yang didalamnya terdapat hal-hal yang tidak jelas (*gharar).* Kepemilikan harta dimiliki sebelumnya dimiliki oleh pihak yang bersangkutan. Oleh karena itu, tidak boleh diperjualbelikannya sesuatu yang kepemelikannya bukan milik sendiri tanpa sepengetahuan dan izin pemilik. Didasarkan pada hadist Rasulullah SAW riwayat Abu Daud dan Tirmidzi, sebagai berikut:

[87] T.M Hasbi ash-Shiddiqi, *Hukum-hukum Fiqih Islam (Tinjauan Antara Madzhab),* (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2009), 328

"janganlah engkau menjual barang yang bukan milikmu"[88]

Di mata hukum ada empat syarah sah terjadiya perjanjian yang tertuang dalam Kitab Undang-undang Hukum Pertada (KUHPer) pasa 1320 yang mana ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata menerangkan bahwa supaya terjadi persetujuan yang sah, perlu dipenuhi diantaranya yaitu:[89]

1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya

   Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya disederhanakan menjadi kesepakatan para pihak. Jika diartikan, kesepakatan berarti adanya penyesuaian kehendak yang bebas antara para pihak mengenai hal-hal pokok yang diinginkan dalam perjanjian. Dalam hal ini, setiap pihak harus memiliki kemauan yang bebas (sukarela) untuk mengikatkan diri, di mana kesepakatan tersebut dapat dinyatakan secara tegas maupun diam-diam. Adapun makna dari bebas adalah lepas dari kekhilafan, paksaan, dan penipuan. Apabila adanya unsur kekhilafan, paksaan, atau penipuan hal ini berarti melanggar syarat sah perjanjian. Ketentuan tersebut sebagaimana diatur dalam Pasal 1321 KUH Perdata yang menerangkan bahwa tiada suatu persetujuan pun mempunyai kekuatan jika diberikan karena kekhilafan atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[88] Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012), 104

[89] Tim Publikasi Hukum Online, *4 Syarat Sah Perjanjian di Mata Hukum*, diakses pada tanggal 25 Desember 2022, pukul 15.03 WIB, https://www.hukumonline.com/berita/a/4-syarat-sah-perjanjian-di-mata-hukum-lt6273669575348/?page=1

2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

Dalam konteks kecakapan untuk membuat suatu perikatan, yang menjadi subjek adalah pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian tersebut. Pasal 1329 KUH Perdata menerangkan bahwa tiap orang berwenang untuk membuat perikatan, kecuali ia dinyatakan tidak cakap untuk hal itu. Terkait siapa yang dinyatakan tidak cakap, Pasal 1330 KUH Perdata menerangkan bahwa yang tidak cakap untuk membuat persetujuan adalah anak yang belum dewasa; orang yang ditaruh di bawah pengampuan; dan perempuan yang telah kawin dalam hal yang ditentukan undang-undang dan pada umumnya semua orang yang oleh undang-undang dilarang untuk membuat persetujuan tertentu.

3. Suatu pokok persoalan tertentu[90]

Terkait suatu pokok persoalan atau hal tertentu bermakna apa yang menjadi perjanjian atau diperjanjikan oleh kedua belah pihak. Pada intinya, barang yang dimaksud dalam perjanjian ditentukan jenisnya, yakni barang yang dapat diperdagangkan. Hal ini sesuai ketentuan Pasal 1332 KUH Perdata yang menerangkan bahwa hanya barang yang dapat diperdagangkan saja yang dapat menjadi pokok persetujuan. Kemudian, Pasal 1333 KUH Perdata menerangkan bahwa suatu persetujuan harus mempunyai pokok berupa suatu barang yang sekurang-kurangnya ditentukan jenisnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[90] Smith.

Jumlah barang itu tidak perlu pasti, asal saja jumlah itu kemudian dapat ditentukan atau dihitung

4. Suatu sebab yang tidak terlarang.

Makna suatu sebab yang tidak terlarang atau halal dalam konteks perjanjian berkaitan dengan isi perjanjiannya atau tujuan yang hendak dicapai oleh para pihak yang terlibat. Isi dari suatu perjanjian tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, maupun dengan ketertiban umum. Hal tersebut sebagaimana ketentuan Pasal 1337 KUH Perdata yang menerangkan bahwa suatu sebab adalah terlarang, jika sebab itu dilarang oleh undang-undang atau bila sebab itu bertentangan dengan kesusilaan atau dengan ketertiban umum.[91]

C. Bahasan Temuan

Dalam bagian ini butuh kita diskusikan yang menjadi temuan masalah didalam suatu penelitian dengan teori yang telah dirumuskan di dalambab sebelumnya dan di interpretasikan sebagai jawaban dan tanggapan terhadap apa yang di paparkan sebelumnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[91] Smith.

1. Praktek Transaksi Jual Beli *Followers* Instagram yang Banyak ditemukan di dalam Transaksi Elektronik

Kegiatan jual beli *followers* di aplikasi instagram mekanismenya tidak berebda dengan jual beli yang sewajarnya, yaitu dilakukan oleh produsen dan konsumen yang awalnya melakukan tawar menawar atau negiosiasi hingga tercapainya kesepakatan yang oleh masing-masing pihak, dengan catatan kesepakatan ini terjadi karena dasar suka sama suka dan saling merelakan serta tanpa ada paksaaan dari pihak manapun. penjual dan pembeli berasal dari kalangan remaja yang ingin menaikkan popularitasnya di dunia maya atau dengan kata lain hendak menjadi selebgram, juga kalangan yang mempunyai bisnis di dunia maya yang keduanya dapat dikatakan sebagai orang yang cukup dewasa, jadi dianggap berakal dan sudah cukup umur. Perebedaannya yaitu terletak pada sisi jual beli *followers* instagram objek jual belinya tidak berupa barang yang nyata tetapi berbentuk angka atau jumlah *followers* dengan cara menambahkan *followers* pada akun sosial media instagram yang diberikan oleh pembeli (yang menggunakan jasa penambahan *followers.*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jadi dilihat dari praktik jual beli *followers instagram* yang banyak di ditemukan di dalam transaksi elektronik tidak berebda dengan jual beli yang sewajarnya, yaitu dilakukan oleh produsen dan konsumen yang awalnya melakukan tawar menawar atau negiosiasi hingga tercapainya kesepakatan yang oleh masing-masing pihak, dengan catatan kesepakatan ini terjadi karena dasar suka sama suka dan saling merelakan serta tanpa

ada paksaaan dari pihak manapun. penjual dan pembeli berasal dari kalangan remaja yang ingin menaikkan popularitasnya di dunia maya atau dengan kata lain hendak menjadi selebgram, juga kalangan yang mempunyai bisnis di dunia maya.

Sedangkan metode yang terakhir adalah via online, dengan memanfaatkan media online sebagai media penyerahan *account followers*, dalam transaksinyapun via transfer ataupun *ebanking.* Untuk proses penyerahan barang dalam jual beli ada 2 metode yaitu *face to face* ataupun *Cash On Delivery (COD)* yaitu dengan menghubungi nomor telepon dari penjual yang ada di iklan Instagram penjual, dalam transaksinya meggunakan uang cash (uang tunai).

2. Jual Beli *Followers Instagram* Menurut Pandangan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Tranksaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dari ketentuan melakukan transaksi elektronik yang tertuang di dalam pasal 17 sampai 21 praktik jual beli *followers* instagram dianggap dapat dilanjutkan untuk melakukan transaksi elektronik yang mana jual beli *followers* ini dilakukan di lingkup privat bahkan di publikasikan,ada pembeli dan penjual, selain itu sebelum melakukan transaksi ini ada kesepakatan terkait jumlah *followers* yang ingin pembeli tambahkan kepada akun miliknya dengan tarif harga yang suda disepakati oleh keduanya. praktik jual beli *followers* melihat dari sisi ketentuan umum untuk melakukan transaksi karena praktiknya jualbeli *followers* ini

dilakukan secara privat ataupun dipublikasikan, ada para pihak yang mana para pihak ini yaitu penjual dan pembeli, perjanjian yang sifatnya mengikat artinya ada kesepakatan antara keduanya (penjual dan pembeli), ada media elektronik yaitu menggunakan media instagram karena pelaksanaan transaksi yang menggunakan media elektronik harus dilangsungkan melalui sistem elektronik yang mencapai kesepakatan bersama.

Akan tetapi, dilihat dari pasal 26 (1) jual beli *followers* dapat dianggap melanggar peraturan yang dijelaskan dalam pasal tersebut, yang mana dijelaskan bahwatiap informasi yang digunakan melalui media elektronik yang sifatnya mengandung unsur data privasi perseorangan harus atas sepengetahuan orangnya. Dari penjelasan pasal 26 ayat 1 jual beli *followers* ini dapat dikatakan melanggar karena dari informasi yang diapatkan penulis dari wawancara kepada penjual *followers* instagramditemukan fakta bahwa akun yang menjaadi *followers* yang ditambahkan pada akun yang membeli jasa penambahan jumlah *followers* ini tidak mengetahui bahwa akuunnya ditambahkan kepada akun yang membeli jasa penamabahan *followers* ini. Di dalam pasal 27 juga dijelaskan bahwa siapapun yang sengaja dan tidak berhak menyalurkan, memindahkan sehingga membuat dapat teraksesnya informasi atau dokumen elektrnoik yang mengandung yang memiliki muatan dapat melanggar asusila, mengintimidasi, pencemaran nama baik, dan perjudian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Dilihat dari sisi ini ketika penjual yang sengaja dan tidak ada menyalurkan informasi atau dokumen elektronik dalam bentuk *followers* ini tidak menutup kemungkinan akun yang memakai jasa penambah jual beli *followers* ini memiliki muatan untuk pelanggaran asusila, perjudian, pencemaran nama baik, pemerasan bahkan pengancaman setelah memiliki jumlah *followers* dengan jumlah tinggi karena tidak ada ynag tau isi hati manusia dalam menebak hal apapun yang akan dia lakukan dengan kepemilikan *followers* tinggi yang dimilikinya.

Jadi, dilihat dari pasal lain yaitu pasal 26 (1) disebutkan tiap apapun yang menyangktut informasi yang mengadnung data pribadi dan dilakukan secara elektronik harus atas persetujuan pihak yang terkait. Di dalam pasal 27 juga dijelaskan yang dengan sengaja mendistribusikan atau mentrransmisikan sehingga dapat diaksesnya data infromasi atau dokumen dapat dilakukannya pelanggaran keasusilaan, judi, pengintimidasian, penghinaan. Dilihat dari dua pasal ini praktik jual beli *followers* dianggap melanggar dua pasal yang disebutkan ini karena didalam praktiknya, menyatakan bahwa akun yang ditambahkan terhadap akun yang membeli jasa penambah *followers* ini tidak sadar bahkan tidak mengetahui bahwa akun milik dirinya dijual sebagai *followers* yang ditambahkan pada akun yang menggunakan layanan penambahan *followers* (pembeli *followers)*. Kitab Undang-undang Hukum Pertada (KUHPer) pasa 1320 yang mana ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata menerangkan bahwa supaya terjadi persetujuan yang sah, yatiu kesepakatan mereka yang mengikatkan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu pokok persoalan tertentu dan suatu sebab yang tidak terlarang.[92]

Jual beli *followers* instagram merupakan kegiatan jual beli yang dialkukan oleh produsen dan konsumen baik secara langsung (lisan) maupun lewat perantara tulisan atau semacamnya. Proses jual beli ini bisa dilangsungkan menggunakan dua acara. Pertama dengan langsung menggunakan *isntagram,* kedua dengan menggunakan *whatsapp.* Pengambaran mekanisme yang terdapat didalam jual beli *followers* yaitu disaat seorang penjual memesan penambahan jumlah *followers*, kemudian penjual segera menabahkan *followers* pada *username* instagram yang diberikan pembeli untuk ditambahkan *followers*nya ketika sudah melakukan prosedur-prosedur yang dilakukan kedua belah pihak hingga mencapai kesepakatan lalu akhirnya konsumen melakukakn pembayaran.

Jika pembeli sudah selesai membayar pembeli menyertakan *username* yang ingin ditambahkan *followers*, kurun waktu yang perlukan yaitu hanya satu hari satu malam, jika dalam waktu itu belum masuk biasanya diinputkan kembali, apabila sampai dua kali dua puluh empat jam belum masuk juga maka langsung pengembalian dana.

Dilihat kompilasi hukum ekonomi syariah terdapat celah yang dapat membuat hukum jual beli ini menjadi cacat bahkan menjadi rusak (*fasid).* Didalam praktiknya syarat sah dalam mlakukan transaksi tidak

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[92] Tim Publikasi Hukum Online, *4 Syarat Sah Perjanjian di Mata Hukum,* diakses pada tanggal 25 Desember 2022, pukul 15.03 WIB, https://www.hukumonline.com/berita/a/4-syarat-sah-perjanjian-di-mata-hukum-lt6273669575348/?page=1

sepenuhnya sudah terpenuhi, seperti halnya para pihak yang dikategorikan cukup umur dan memiliki akal sehat serta buka pemboros, dilihat dari beberapa aspek tersebut malah ada kesan melakukan pemborosan. Syarat pada kompilasi hukum ekonomi syariah dalam Pasal 57 KHES bahwa para pihak yang membuat perjanjian harus terdiri atas penjual, pembeli, dan pihak lain yang terlibat dalam perjanjian tersebut[93], yang dimaksud pihak-pihak disini adalah orang yang melakukan akad, baik penjual maupun pembeli.

Sedangkan dilihat dari segi objek tranksasi, *followers* mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar)*, beresiko dan bersifat spekulasi yang berdampak membahayakan terhadap akun pengguna apabila tidak bisa memilih jenis *followers* yang akan ditambahkan bahkan dapat terjadi penipuan. Selain itu, *followers* juga dianggap tidak sesuai dengan kaidah fiqih muamalah, yang dasarnya segala bentuk transaksi dalam muamalah didasarkan atas dasar datangnya kemanfaatn, tetapi dalam jual beli *followers* justru dianggap lebih banyak mendatangkan kemudaratan dan rawan terjadinya peninupan serta unsur mengambil keuntungan dalam kesempitan yang dapat mengakibatkan kerugian yang akan dirasakan oleh salah satu pihak.

Dapat dilihat dari semakin banyaknya penawaran yang melkaukan tawaran tentang jasa tambah *followers* dengan ketatnya persaingan tarif harga yang dilakukan hingga tidak lagi memperhatikan kualitas akun yang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

[93] Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 31.

memperjualbelikan. Ketika antara penjual atau pembeli tidak melakukan kewajibannya, maka dapat dianggap melanggar kewajiban dan berhak untuk membatalkan transaksi jual beli ahli waris. Para pihak yang bersangkutan wajib melaksanakan kwajibannya dengan baik agar haknya juga dapat dilaksanakan. Diantara hak dengan kewajiban dapat muncul ketika ada keseimbangan dan hubungan antara keduanyaSelain itu untuk kepemilikan praktiknya penjual memperjualbelikan *followers* yang bukan kepemilikannya dan tidak ada izin atauupun persetujuan dari pemilik akun, sedangkan seharusnya dalam jual beli harus ada kepemilikan penuh dari pihak penjual ataupun ketika ingin menjual milik orang lain itu harus ada izin terlebih dahulu kepada pemilik akun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Jual beli followers instagram yang banyak ditemukan di dalam transaksi elektronik tidak jauh beda yang mana jual beli followers instagram merupakan bentuk perniagaan di media sosial khususnya Instagram. Mekanisme yang dilakukan dalam praktik jual beli followers ini dilakukan seperti jual beli *online* pada umumnya dengan cara memesan barang atau jenis *followers* yang diinginkan, followers yang diperjualbelikan terdapat 2 jenis yaitu *followers* aktif dan *followers* pasif. Kemudian proses transaksi dilakukan dengan 2 cara yaitu transfer melalui bank ataupun melalui top up pulsa. Setelah pembeli memberikan bukti transaksi maka proses penambahan *followers* akan dilakukan dengan waktu yang sesuai dengan jumlah pesanan. Penambahan followers dilakukan menggunakan website atau aplikasi tertentu.
2. Ditinjau dari Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dilihat dari ketentuan melakukan transaksi elektronik yang tertuang di dalam pasal 17 sampai 21 praktik jual beli ini dapat dilakukan secara elektronik, karena dianggap memenuhi untuk dilakukannya transaksi elektronik sesuai ketentuan yang diatur, jual beli *followers* dilakukan di lingkup privat bahkan di publikasikan, ada kedua belah pihak yaitu yang menjual dn yang membeli selain itu juga ada kesepakatan diantara keduanya dilakukannyapun dengan menggunakan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

sistem elektronik yaitu media instagram. Namun dilihat dari pasal 26 dan 27 praktik jual beli ini dianggap melanggar undang-undang ITE, karena didalam praktiknya akun menjadi *followers* tambahan *followers* yang ditambahkan kepada akun pembeli *followers* ini tidak mengetahui bahwa akun dirinya ditambahkan kepada akun yang membeli. praktik jual beli followers di atas secara rukun dan syaratnya tidak terpenuhi, dalam hal objek yang dipejualbelikan tidak jelas wujud maupun dalam hal status kepemilikan objek tersebut bukan seutuhnya milik penjual atau tidak adanya ijin dari si pemilik. Maka syarat dan rukun dari jual beli tersebut tidak terpenuhi. Kemudian kedua, dilihat dari sisi manfaat dalam jual beli followers ini cenderung banyak mendatangkan kemudharatan serta rawan terjadinya penipuan dan dalam transaksi ini mengandung unsur mengambil keuntungan dalam kesempitan yang mengandung tipu daya sehingga mengakibatkan salah satu pihak merugi. Hal tersebut dapat dilihat dari obyek yang diperjualbelikan tidak sesuai dengan kesepakatan di awal sehingga terdapat kerugian dari pihak pembeli mengenai berkurangnya jumlah followersyang dibelinya secara cepat tanpa diketahui pihak pembeli di awal waktu dan tidak adanya jaminan atau garansi dari pihak penjual untuk followers aktif. Jual beli ini tetap ada manfaatnya namun bersifat fiktif, bahkan dapat menimbulkan penipuan yang dapat dirugikan masyarakat dan konsumen.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

B. Saran

1. Bagi penjual, jika berniat jual beli *followers instagram* mohon menjadi *bookable seller* yang jujur dan tidak merugikan konsumen, dan terlebih dahulu membaca dan memahami aturan yang telah ditetapkan oleh instagram agar tidak menimbulkan pelanggaran yang dapat merugikan konsumen.
2. Bagi pemerintah, lebih diperkuat lagi terkait aturan yang mengatur setiap transaksi yang dilakukan di dunia maya, meskipun sejak tahun 2008 sudah ada undang-undang nomor 11 tentang informasi dan transaksi elektronik, akan tetapi dengan bertambah perkembangannya teknologi dan kebutuhan ekonomi di tengah masyarakat yang semakin meningkat, tidak menutup kemungkinan akan terjadi perilaku abnormal.
3. Bagi akademik, hasil penelitian skripsi ini diharapkan dapat dijadikan bahan dan sumbangsih bagi para pemikir sebagai metode ijtihad terhadap peristiwa-peristiwa permukaan yang belum diketahui status hukumnya.
4. Bagi penyusun penelitian berikutnya, dapat menjadikan skripsi ini sebaga referensi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Akbar, Kholid. *Kumpulan Ayat-ayat Ekonomi dalam Al-qur'an.* Indonesia: Guepedia, 2019.

Al-Faifi, Sulaiman. *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*. Jakarta: Beirut Publishing, 2010.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Tindakan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Ash-Shiddiqi, T.M Hasbi. *Hukum-hukum Fiqih Islam (Tinjauan Antara Madzhab).* Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2009.

Azhar, Saifuddin. *Metode Penelitian*, cet. ke-1. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.

Az-Zuhaili, Wahbah. *al-Fiqh al-Islam wa Adillatuhu, Juz 5.* Jakarta: Gema Insani Darul Fikir, 2011.

Badrulzaman, Darus Mariam. *Kompilasi Hukum Perikatan*. Bandung; Citra Aditya bakti, 2001.

Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-qur'an dan Terjemahan*. Semarang: Toha Putra, 1989.

Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Handariningtyas, Dhea. *Transaksi Jual Beli Melalui Media Instagram Menurut Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik*. Lampung: Universitas Lampung, 2017.

Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.

Indriantoro, Nur. dan Supomo, Bambang. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen.* Yogyakarta: BPFE,1999.

Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana, 2012.

Masjupri. *Fiqh Muamalah 1*. Surakarta: FSEI Publishing, 2013.

Miru, Ahmadi dan Yodo, Sutarman. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Muhammad, Abdulkadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.

Muslich, Wandi Ahmad. *Al-qur'an dan terjemah*. Jakarta: AMZAH, 2010.

Nasir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Grafindo Indonesia, 1999.

Pasaribu, Chairuman et.all. *Hukum Perjanjian dalam Islam*. Cet. II ; Jakarta : Sinar Grafika, 1996.

Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2009.

S, Sudjana dan Djudju, H. *Manajemen Program Pendidikan Untuk Pendidikan Noformal Dan Pengembangan SDM*. Bandung: Falah Produktion, 2004. Edisi Revisi.

Saed, Abdullah. *Bank Islam dan Bunga* (*Studi Interprestasi Kontemporer tentang Riba dan Bunga*). Jakarta: Senayan Abadi, 2011.

Sanjaya, Wina. *Penelitian Pendidikan Jenis, Metode dan Prosedur*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

Sarwat, Ahmad. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2012.

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung, Alfabeta, 2014.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, 2009.

Suhendi, Suhendi, *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.

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

Syaifudi, Muhammad. *Hukum Kontrak*. Bandung: Mandar Jaya, 2016.

Tamimy, Fadhol Muhamad. *Sharing-mu Personal Branding-mu.* Jakarta: Visimedia, 2017.

Tim Redaksi BIP, *Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017.

Tim Redaksi. *Kompilasi Hukum Ekonomi*.

Waluyo, Bambang. *Penelitian Hukum dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Graika, 2008.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH. ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Ya'qub, Hamzah. *Kode Etik Dagang menurut Islam*. Cet Ke-I: Bandung: Diponegoro, 1984.

Skripsi

Anisa, Nur. *Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli Follower, Like, dan Viewer Di Media Sosial Instagram*. Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2018.

Anjaskara, Innes Dian. *Pengaruh Sikap pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram",* Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2016.

Huda, Choirul M. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli dengan Sistem Online.* Skripsi, IAIN Sunan Ampel, 2010.

Latifah, Umul. *Jual Beli Nickname Game Online Persepsi Tokoh Agama Kota Metro.* Skripsi: IAIN Metro, 2017.

Machtum, Muhammad. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Subcribe di Media Sosial*. Skripsi, UIN Walisongo, 2019.

Pitaloka, Karindra. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli akun Followers Sosial Media Instagram dalam Transaksi Online*. Skripsi: IAIN Surakarta, 2018.

Widodo, Dwi Prasetyo. *Tinjauan Hukum Islam dan Undan-undang Nomor 11 tahun 2008 (ITE) tentang transaksi jual beli akun game online (mobile legend).* Skripsi: IAIN Tulungagung, 2018.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jurnal

Apipudin, *Konsep Jual Beli dalam Islam*. Jurnal Islaminomic, Vol V No. 1, 2016, 83

Apridha, Nindi dkk. *Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram*, EKSISBANK Vol. 4 No. 1 Juni 2022, 83.

Pratama, Ayu Ariesta. *Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram*. Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Airlangga, Surabaya.

Putra, Setia. *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui e-commerce,* jurnal ilmu hukum, vol.4 no. 2, 2014, 290-291.

Rifaidah, Nur Ica. *Jual Beli Followers Like Viewers Di Instagram Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, Jurnal Al-Qist, Vol. 9, No. 1.

Rosana, Septiana Anita. *Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia*: vol. 05 no. 02 (April 2022) 144-145.

Warpindyastuti, Diana Lady dan Sulistiyawati, Eka Sri Meiya. *Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial sebagai Saran Penyebaran Informasi dan Promosi Pada MIN 18 Jakarta*, Vol 11 No. 1 (Maret 2018).

Perundang-undangan

Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Wawancara

Andika, diwawancarai oleh penulis, 12 September 2022
Ayu Nabila Putri, diwawancarai oleh penulis, 04 September 2022
Ida Lailatul Hikmah, diwawancarai oleh penulis, 25 September 2022
Nanda Clara, diwawancarai oleh penulis, 22 Juli 2022
Silvia Permata Sari, diwawancarai oleh penulis, 11 Oktober 2022
Tisa Putri, diwawancarai oleh penulis, 20 Agustus 2022
Yanti Susila, Penjual *followers* instagram, wawancara pribadi via whatsapp, 23 Agustus 2022.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Website

Nugroho, Andy. *Beli Followers Instagram? Ini Dampak Positif dan Negatifnya, Qwords*, https://qwords.com/blog/beli-*followers*-instagram/.

Observasi

Observasi akun instagram yang menjual *followers* yaitu pada akun @RaPediaStore pada tanggal 25 Desember 2022

Observasi pada akun Instagram penjual *followers* “RaPedia Store”, 22 Juli 2022

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Maqhfirotul Latifah Putri

NIM : S20182089

Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Syari'ah

Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Judul Skripsi : Jual Beli *Followers* Instagram Menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Infomasi dan Transaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya besedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 21 November 2022

Maqhfirotul Latifah Putri
S20182089

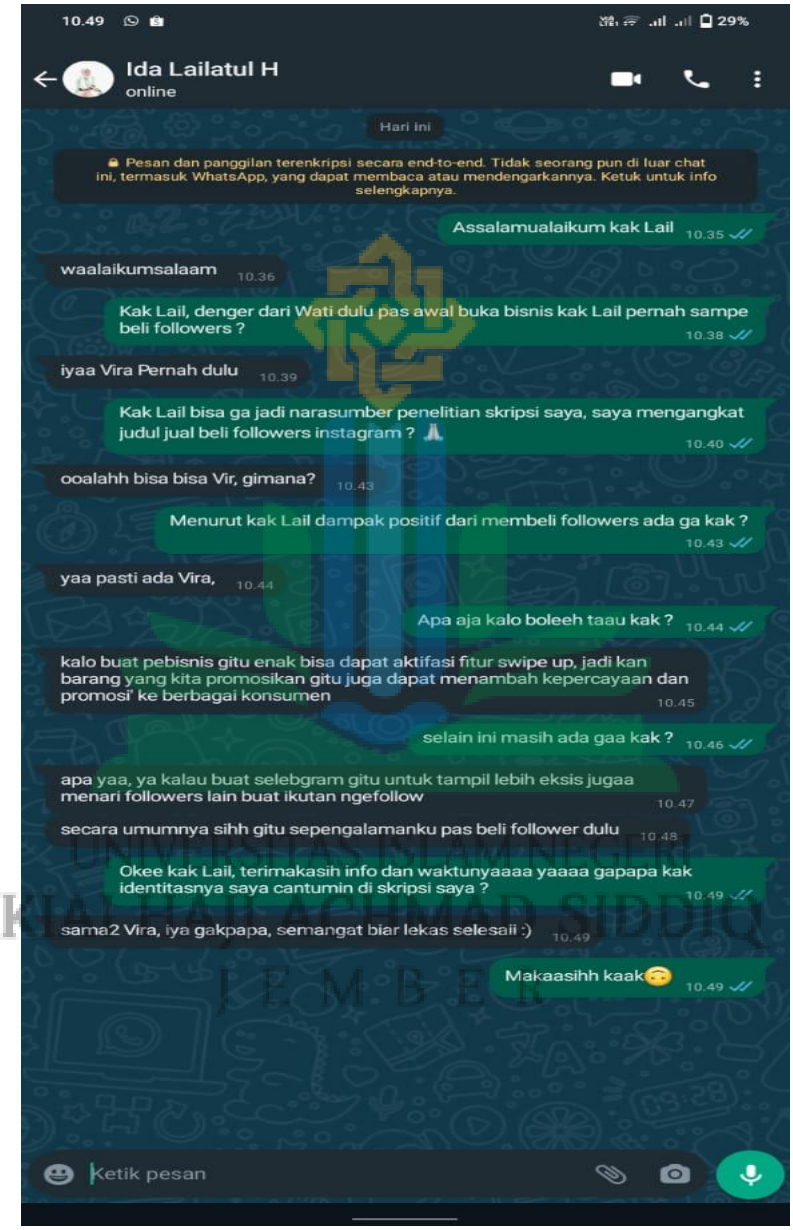
MATRIK PENELITIAN

Judul	Variable	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Jual Beli Followers Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2003 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	Jual Beli Followers Instagram Menurut Undang-Undang Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	1. Jual Beli Followers Instagram yang banyak ditemukan di dalam transaksi elektronik. 2. Jual Beli Followers Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2003 Tentang Infromasi dan Transaksi Elektronik Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	1. Jual Beli Followers Instagram yang banyak ditemukan di dalam transaksi elektronik. 2. Jual Beli Followers Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2003 Tentang Infromasi dan Transaksi Elektronik Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	1. Informan (Penjual dan Pembeli Followers Instagram) 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan	1. Jenis Penelitian Lapangan (*Field Research)* 2. Pendekatan Yuridis Empiris, 3. Teknik Pengumpulan Data a. wawancara b. observasi c. dokumentasi	1. Bagaimana Jual Beli Followers Instagram yang banyak ditemukan di dalam transaksi elektronik. 2. Bagaimana Jual Beli Followers Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2003 Tentang Infromasi dan Transaksi Elektronik Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Dokumentasi Wawancara



(wawancara dengan Ida Lailatul H selaku pembeli followers instagram menggunakan via whatsapp)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

(wawancara dengan Andika selaku pembeli followers instagram menggunakan via whatsapp)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

9wawancara dengan Ayu Nabila selaku pembeli followers instagram menggunakan via whatsapp)

(wawancara dengan Tisa selaku pembeli followers instagram menggynakan via whatsapp)

08.57 38%

GUST PEDIA Jual Followers

Hari ini

Pesan dan panggilan terenkripsi secara end-to-end. Tidak seorang pun di luar chat ini, termasuk WhatsApp, yang dapat membaca atau mendengarkannya. Ketuk untuk info selengkapnya.

Selamat siang ka, ini saya tadi yang menghubungi di instagram 08.23

Halo ka selamat datang di **GUST PEDIA**

Tersedia semua kebutuhan Instagram, Tiktok, Youtube, Twitter dan Shopee.

❗ Semua layanan instagram, tiktok, twitter, youtube dan shopee permanent dan bergaransi ❗

❗ Kak aman? Aman banget proses tanpa password akun, tidak pernah ada kasus akun hilang atau akun di hack jadi 100% aman ❗

Open Member/Reseller
- Alat Penambah Follower ,Like ,View ,Dll.
- Semua alat media sosial Instagram, Tiktok, Twitter, Youtube dan Shopee.
-Bisa di pake sendiri dan sepuasnya. 08.23

Iya siang juga ka 08.24

Sebelumnyaa mohon maaf, bisakah saya mintaa bantuan dan waktunya kak 🙏 08.24

Anda
Sebelumnyaa mohon maaf, bisakah saya mintaa bantuan dan waktunya kak🙏

Ya ka ? 08.25

Saya Maahfirotul Latifah Putri mahasiswa UIN KHAS semester akhir kak, sedang melakukan penelitian skripsi yang kebetulan saya mengangkat judul jual beli followers instagram, dengan ini bersediakah njenengan menjadi narasumber saya kak ? 🙏 08.27

Boleh ka 08.30

Alhamdulillaahh, sebelumnya dengan kaka siapa nggih ? 08.31

Yanti Susila 08.33

Baik kak Yanti untuk wawancaranya bisanya kapan nggih ? 08.33

Sekarang bisa ka, mumpung kerjaan lagi santai 08.34

Lewat via chat seperti ini apa bisa langsung telfon nggih kak? 08.38

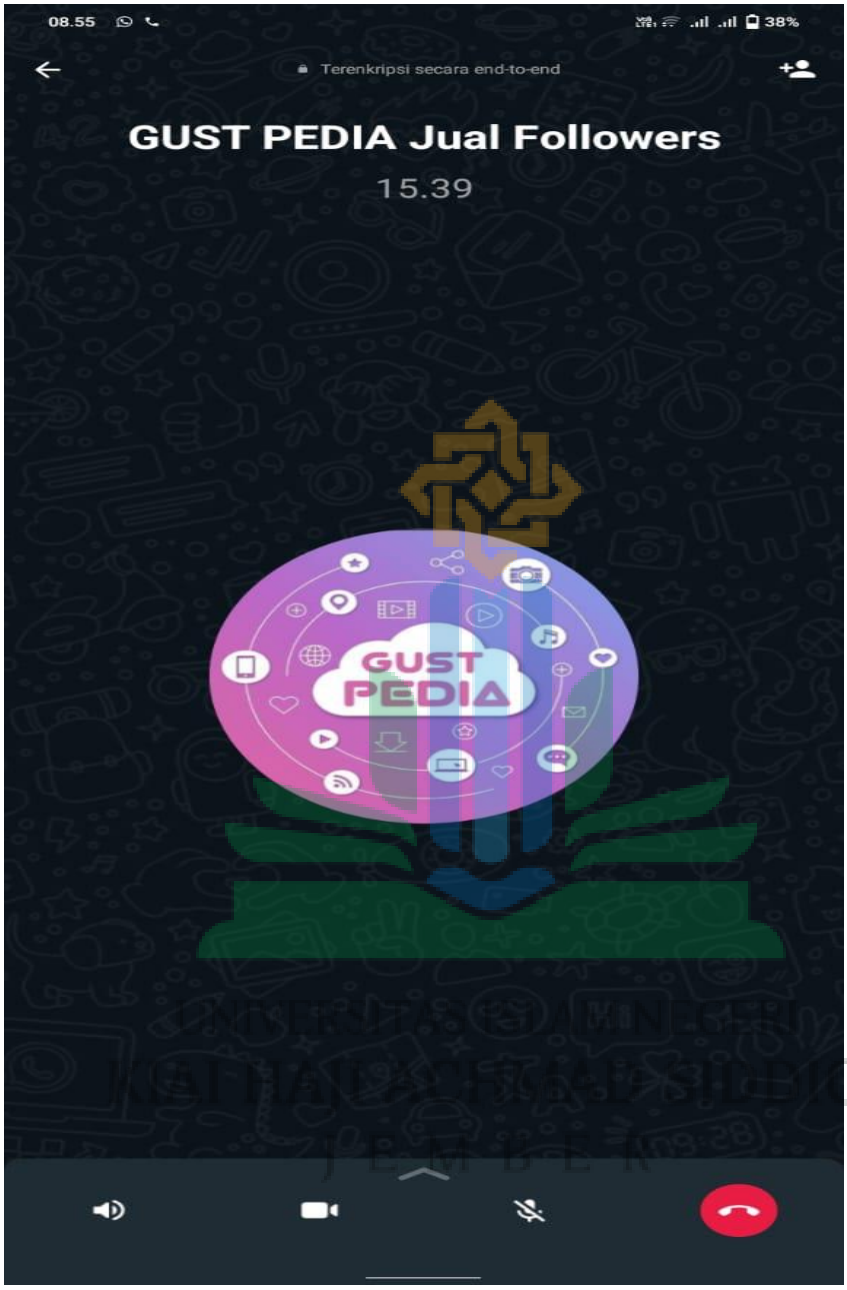
Telfon tidak papa ka, monggo 08.39

Terimakasih banyak untuk waktu dan informasinya ka 🙏 08.56

Sama2 08.57

Ketik pesan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



(wawancara dengan Yanti susila selaku penyedia jasa layanan atau penjual followers instagram menggunakakn via whatsapp)

10.31 65%

JUAL FOLLOWERS TIKTOK TERPERCAYA
Sedang aktif

Sekarang bisa mumpung lagi selo

Baik kak terimakasih sekaali🙏

Sebelumnya ini dengan kaka siapaa nggih ?

Nanda Clara

Untuk domisili selama jual beli followers dimana kak ?

Domisili sekarang di jogja

Sejak kapan kak mulai melakukan bisnis jual beli followers ?

Sebelum nya melakukan bisnis ini sudah sejak 2016

Apa alasan yang mendasari jenengan melakukan bisnis ini nggih kak ?

Karna dulu hobi aja main instagram.
Lalu coba coba bisnis jualan followers.
Untuk tambah tambah uang jajan dulu waktu sma

Terkait mekanisme penjualannya bagaimanan nggih kak kalau boleh tau? 🙏

Jika ada konsumen yang ingin order.
Wajib pembayaran terlebih dahulu baru kita proses.
Proses nya kita menggunakan website khusus

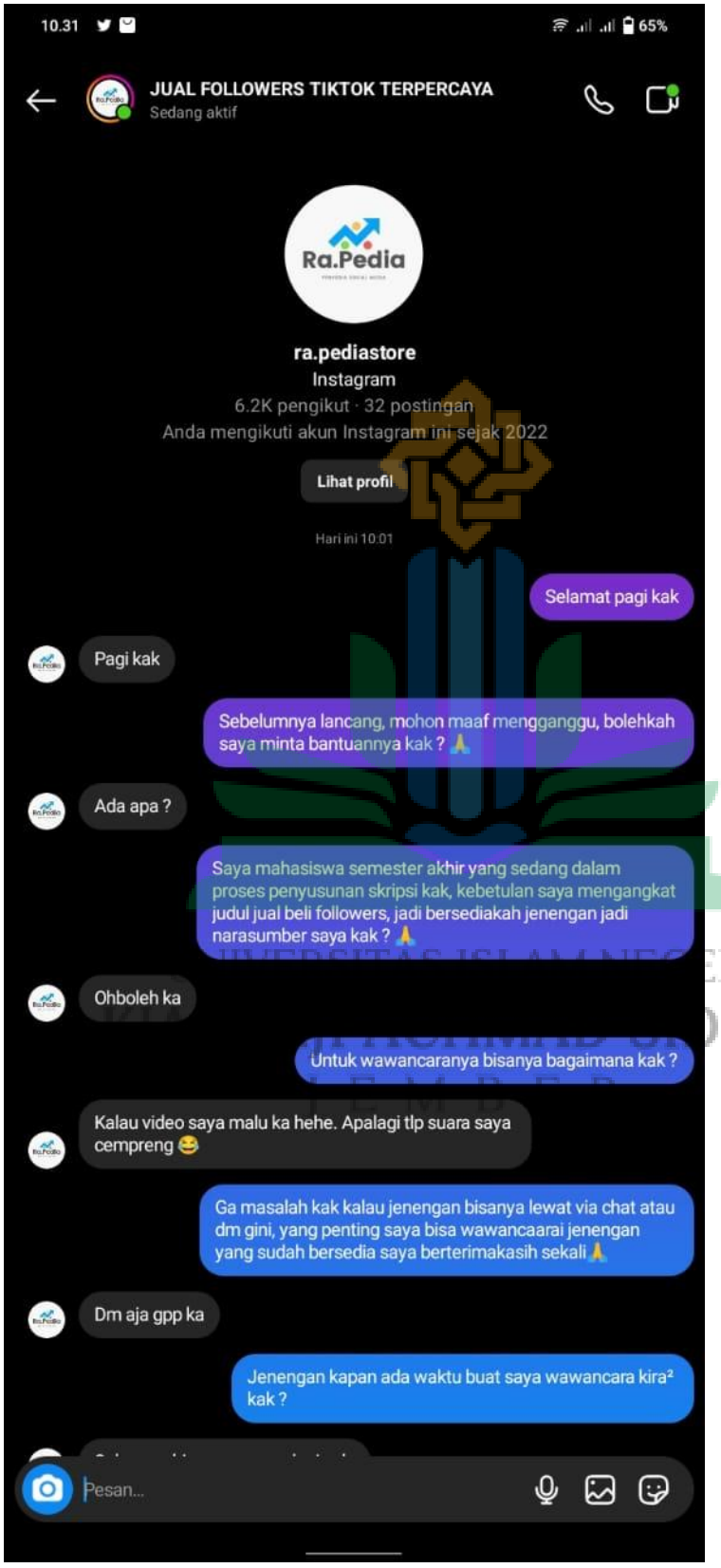
Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengisi followers pada sebuah akun yang order kak ?

Untuk proses nya paling cepat 5-10menit .
Ada yang 1-3 jam
Dan paling maximal 2x24 jam jika lagi delay

Jika ada proses jual beli yang pembayarannya di awal dan ada jangka waktu yang berbeda² seperti ini apa jenengan memberikan jaminan terhadap pembeli kak ?

Jika masih 1x24 jam belum masuk biasanya kita inputkan kembali.
Bila sampai 2x24 jam belum masuk juga kita langsung pengembalian dana.
Karna kita tidak mau konsumen menunggu lama.

Pesan...


10.31
65%
JUAL FOLLOWERS TIKTOK TERPERCAYA
Sedang aktif
Ra.Pedia
ra.pediastore
Instagram
6.2K pengikut · 32 postingan
Anda mengikuti akun Instagram ini sejak 2022
Lihat profil
Hari ini 10.01
Selamat pagi kak
Pagi kak
Sebelumnya lancang, mohon maaf mengganggu, bolehkah saya minta bantuannya kak ? 🙏
Ada apa ?
Saya mahasiswa semester akhir yang sedang dalam proses penyusunan skripsi kak, kebetulan saya mengangkat judul jual beli followers, jadi bersediakah jenengan jadi narasumber saya kak ? 🙏
Ohboleh ka
Untuk wawancaranya bisanya bagaimana kak ?
Kalau video saya malu ka hehe. Apalagi tlp suara saya cempreng 😂
Ga masalah kak kalau jenengan bisanya lewat via chat atau dm gini, yang penting saya bisa wawancaarai jenengan yang sudah bersedia saya berterimakasih sekali 🙏
Dm aja gpp ka
Jenengan kapan ada waktu buat saya wawancara kira² kak ?
Pesan...

10.31 65%

JUAL FOLLOWERS TIKTOK TERPERCAYA
Sedang aktif

Karna dulu hobi aja main instagram.
Lalu coba coba bisnis jualan followers.
Untuk tambah tambah uang jajan dulu waktu sma

Terkait mekanisme penjualannya bagaimanan nggih kak kalau boleh tau? 🙏

Jika ada konsumen yang ingin order.
Wajib pembayaran terlebih dahulu baru kita proses.
Proses nya kita menggunakan website khusus

Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengisi followers pada sebuah akun yang order kak ?

Untuk proses nya paling cepat 5-10menit .
Ada yang 1-3 jam
Dan paling maximal 2x24 jam jika lagi delay

Jika ada proses jual beli yang pembayarannya di awal dan ada jangka waktu yang berbeda² seperti ini apa jenengan memberikan jaminan terhadap pembeli kak ?

Jika masih 1x24 jam belum masuk biasanya kita inputkan kembali.
Bila sampai 2x24 jam belum masuk juga kita langsung pengembalian dana.
Karna kita tidak mau konsumen menunggu lama.

Ketuk dua kali untuk ❤️

Ketika akun yang order followersnya itu sudah bertambah, itu bertahan seberapa lama nggih kak ?

Tergantung layanan yg diorder kita ada 3 layanan.

BISA DIPAHAMI DULU YA

* Followers Indonesia Tidak bisa permanent karena Meroka Boner boner akun real seperti kita jadi bisa Like , Coment , liat story bahkan bisa unfollow jadi jangan heran kalau berkurang. Tapi tenang aja kita memberikan Garansi 30 Hari Jika ada pengurangan sampai 20% akan kita isikan kembali pengurangannya

* Followers HQ Garansi , Followers akun Bule bule tidak aktif , Tetapi super awet
Drop nya sangat lambat 2-10% aja sisanya permanent , cocok banget untuk Olshop agar kelatan banyak followers nya.

* Followers HQ No Garansi , Followers Akun bule Tidak aktif , Awet juga tapi untuk rasio dropnya 10 -20% sisanya permanent.
Jika drop tidak bisa kita refill lagi karna tidak bergaransi

Untuk akun yang real sebagai followers yang ditambahkan ke akun yang membeli followers itu apakah pemilik akun real yang memfollow itu mengetahui nggih kak ?

Pesan...

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN AMPEL

(wawancara dengan Nanda Clara selaku penyedia jasa layanan atau penjual followers instagram menggunakakn via instagram)

(wawancara dengan Silvia permata Sari selaku pembeli followers instagram menggunakakn via whatsapp)

PEDOMAN WAWANCARA

Kepada Penjual

1. Sejak kapan anda melakukan jual beli *followers instagram* ?

2. Apa alasan anda menjalankan bisnis jual beli *followers instagram*?

3. Bagaimana mekanisme jual beli *followers instagram* yang anda lakukan?

4. Apa saja jenis *followers instagram* yang diperjualbelikan?

5. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk melakukan pengisian *follwoers instagram* terhadap sebuah akun?

6. Berapa banyak konsumen yang sudah menggunakan jasa anda?

7. Apakah anda memberikan jaminan terhadap konsumen?

Kepada pembeli

1. Apa alasan anda membeli followers?

2. Apa saja jenis *followers* yang anda beli?

3. Bagaimana cara anda membeli followers?

4. Apakah ada kendala dalam proses pembelian followers yang anda lakukan?

5. Apakah ada garansi yang diberikan oleh penjual?

6. Apakah keuntungan yang didapat dari *followers* yang anda beli dibandingkan dengan followers yang anda miliki sendiri sebelum melakukan jual beli ?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BIODATA PENULIS

Nama	: Maqhfirotul Latifah Putri
Tempat, Tanggal Lahir	: Jember, 28 Mei 2000
NIM	: S20182089
Prodi/ Fakultas	: Hukum EkonomiSyari'ah/ Syari'ah
Alamat	: RT 003 RW 011 Dusun Jalinan Desa Harjomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember
Email	: vieralatifah28@gmail.com
No. HP	: 082264079974

Riwayat Pendidikan

1. TK Hevea	: 2005 - 2006
2. SDN Harjomulyo 01	: 2006 - 2012
3. SMP Al-Falah Silo	: 2012 - 2015
4. SMA Al-Falah Silo	: 2015 – 2018

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R