

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



Novita Devi Safitri
NIM : 205102020039

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

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH**

JUNI 2024

**JUAL BELI AKUN 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 persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah



Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Novita Devi Safitri
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
NIM : 205102020039
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH**

JUNI 2024

**JUAL BELI AKUN 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 persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Oleh:

Novita Devi Safitri

NIM : 205102020039

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Disetujui Pembimbing

J E M B E R

FATHOR RAHMAN, S.H.I, M.Sy.

NIP. 19840605 201801 1 001

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

SKRIPSI

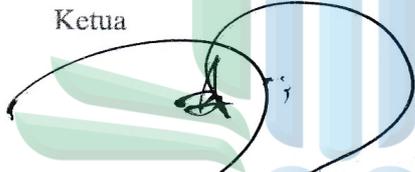
Telah diuji dan diterima untuk memenuhi
salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Hari: Jum'at
Tanggal: 14 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Freddy Hidayat, M.H.
NIP.19880826 201903 1 003


Mohamad Ikrom, S.H.I., M.Si.
NIP.198506132023211018

Anggota:

1. **Dr. Muhammad Faisol, S.S., M.Ag.**

2. **Fathor Rahman, S.H.I., M.Sy.**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Menyetujui,

Dekan Fakultas Syari'ah


Dr. Wildani Hefni, M.A.
NIP.19911107 201801 1 004



MOTTO

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

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang bathil (tidak benar) kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah SWT adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa (4):29).¹



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

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, (CV. Penerbit Diponegoro, Bandung, 2005), h.47.

PERSEMBAHAN

Pertama-tama saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya kepada Allah SWT. atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang tak terhingga, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada suri tauladan dan pemberi syafaat bagi kita semua, Nabi besar Muhammad SAW, yang keteladanan dan ajarannya tetap menjadi mercusuar penerang bagi semua.

Karya tulis ilmiah ini dengan kerendahan hati penulis persembahkan untuk almamater tercinta, Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Institusi ini telah menjadi tempat saya menimba ilmu dan berkembang, dan merupakan suatu kehormatan bagi saya untuk memberikan sumbangsih karya ini kepada civitas akademika di dalamnya. Dalam perjalanan menyelesaikan tesis ini, saya telah menerima dukungan dan dorongan dari banyak pihak. Perkenankan saya untuk mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Ucapan terima kasih yang pertama dan terutama saya tujukan kepada ayahanda tercinta, Solihin (almarhum), dan ibunda tersayang, Dwi Indah Wijayanti. Kepada ayah saya, yang kenangannya terus menginspirasi saya, dan kepada ibu saya, yang kasih sayang, dukungan, dan doanya yang tak tergoyahkan telah menjadi pilar kekuatan saya. Karya ini saya persembahkan untuk kalian berdua, atas dorongan, nasihat, cinta, dan pengorbanan yang tak tergantikan. Dukungan moral dan finansial kalian

telah menjadi fondasi yang saya gunakan untuk membangun usaha akademis saya.

2. Fathor Rahman, S.H.I., M.Sy. selaku dosen pembimbing tesis. Kemurahan hati beliau dalam meluangkan waktu, kesabaran, dan bimbingannya yang penuh wawasan telah berperan penting dalam keberhasilan penyelesaian tesis ini. Motivasi moral dan nasihatnya sangat berharga, memberikan saya kekuatan dan kejelasan yang dibutuhkan untuk bertahan.
3. Seluruh dosen di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, khususnya di Fakultas Syari'ah. Kebijaksanaan, kesabaran, dan dedikasi tulus mereka dalam mendidik dan membimbing kami, para mahasiswa, telah memberikan dampak yang sangat besar. Saya sangat berterima kasih atas ilmu yang telah mereka berikan, yang saya harapkan dapat saya manfaatkan dan saya sebarkan dengan cara yang membawa manfaat dan keberkahan bagi diri saya sendiri dan orang lain.
4. Teman-teman seperjuangan di program studi Hukum Ekonomi Syari'ah, khususnya HES 4. Pengalaman, perjuangan, dan kemenangan kita bersama sejak semester awal hingga penyelesaian tugas akhir telah menjalin ikatan persahabatan dan persaudaraan yang sangat saya hargai. Dukungan dan persahabatan kalian sangat berharga.
5. Almamater Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Institusi ini telah menyediakan lingkungan yang mengayomi dan merangsang secara intelektual yang sangat penting bagi pertumbuhan

pribadi dan akademis saya. Saya bangga menjadi bagian dari komunitas yang terhormat ini.

6. Para individu, khususnya para penjual dan pembeli akun Instagram, yang dengan murah hati berpartisipasi dalam penelitian saya. Kesediaan Anda untuk menyumbangkan waktu Anda dan memberikan izin yang diperlukan sangat penting untuk keberhasilan penyelesaian penelitian ini.
7. Terakhir, saya ingin mengakui dan mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri, Novita Devi Safitri. Terima kasih atas ketangguhan dan keteguhan hati selama perjalanan ini. Kamu telah menanggung tantangan dan saat-saat putus asa, namun kamu terus berjuang dan terus maju. Tesis ini menjadi bukti kerja keras dan ketekunanmu. Rayakan pencapaian Anda dan berbanggalah atas kemajuan yang telah Anda capai. Teruslah menghargai dan merayakan dirimu sendiri, Devi, dengan menerima kelebihan dan kekuranganmu.

Karya ini adalah bukti dari upaya kolektif dan dukungan dari semua pihak yang telah disebutkan. Saya berharap tesis ini tidak hanya menjadi tonggak sejarah pribadi, tetapi juga menjadi sumber inspirasi dan kontribusi yang berharga bagi komunitas akademik. Semoga karya ini dapat membuka jalan bagi upaya-upaya ilmiah lebih lanjut dan kesuksesan yang berkelanjutan.

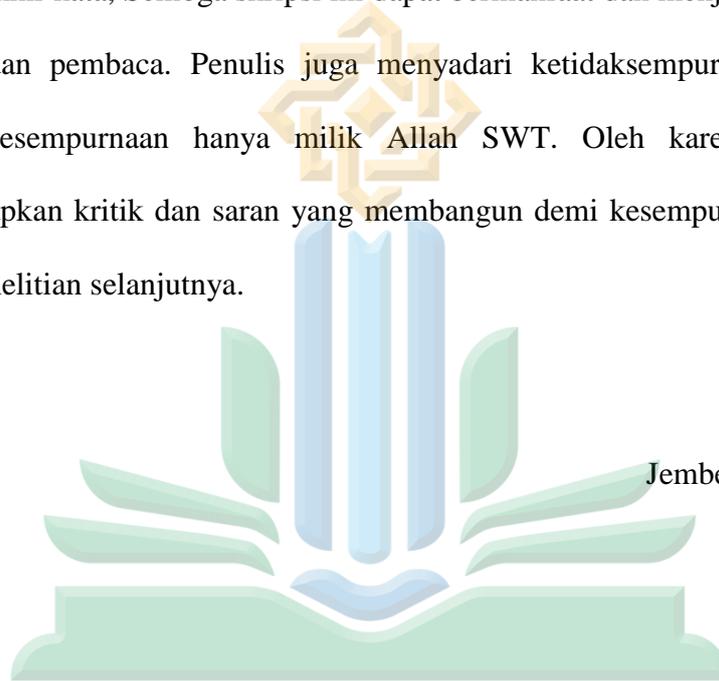
KATA PENGANTAR

Segenap puji hanya bagi Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang telah melimpahkan segala rahmat, inayah, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat dari kegelapan menuju terangnya Islam. Skripsi ini, yang berjudul "Jual Beli Akun Instagram Menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah", disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH) dari Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Selama perjalanan penulisan skripsi ini, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan motivasi, maka dari itu melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. Wildani Hefni, M.A., selaku Dekan Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Freddy Hidayat, S.H.I., M.H., selaku Ketua Program Hukum Ekonomi Syari'ah.
4. Fathor Rahman, S.H.I., M.Sy., 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.

Akhir kata, Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi barokah 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 penelitian selanjutnya.



Jember, 13 Mei 2024

Penulis,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
Novita Devi Safitri
205102020039

ABSTRAK

Novita Devi Safitri, 2023: *Jual Beli Akun Instagram Menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.*

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

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan elemen penting yang menuntut perhatian penuh dari masyarakat kontemporer. Dalam lingkungan digital ini, fenomena jual beli tidak hanya mencakup barang berwujud, tetapi juga komoditas virtual, salah satu jual beli yang menggunakan teknologi sebagai mediana adalah jual beli akun Instagram. Sehingga menimbulkan pertanyaan apakah jual beli akun ini mengandung unsur tipuan (gharar) atau tidak ? Dan apakah sudah sesuai dengan Undang-undang dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah ?.

Fokus masalah dalam penelitian ini 1) Bagaimana praktek transaksi jual beli akun Instagram yang banyak ditemukan di dalam transaksi elektronik? 2) Bagaimana hukum jual beli akun Instagram menurut Undang-undang Nomor 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 akun Instagram yang banyak ditemukan di dalam transaksi elektronik? 2) untuk menjelaskan hukum jual beli akun Instagram menurut Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah?

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

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli akun Instagram yang banyak ditemukan di dalam transaksi elektronik tidak jauh berbeda dengan jual beli online yang lain, yang membedakan yaitu terletak pada objek jual beli akun Instagram, yang mana objek jual belinya tidak berupa barang yang nyata tetapi berbentuk akun yang sifatnya maya. Sedangkan di tinjau dari Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik praktik jual beli akun Instagram mengungkapkan perspektif dari sudut pandang pasal 17 hingga 21, jual beli akun Instagram tampaknya selaras dengan peraturan yang mengatur transaksi elektronik. Ditinjau dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syaria'ah dalam hal objek yang dipejualbelikan tidak jelas wujud, maka syarat dan rukun dari jual beli tersebut tidak terpenuhi. Kemudian kedua, dilihat dari sisi manfaat dalam jual beli akun Instagram ini cenderung banyak mendatangkan kemudharatan serta rawan terjadinya penipuan, sehingga salah satu pihak merasa dirugikan.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah	11
F. Sitematika Pembahasan.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Penelitian Terdahulu	16
B. Kajian Teori.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	63
A. Pendekatan Penelitian	63
B. Sumber Data	64
C. Teknik Pengumpulan Data.....	66

D. Teknik Analisis Data.....	68
E. Keabsahan Data.....	68
F. Tahap-tahap Penelitian.....	70
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	72
A. Gambaran Obyek Penelitian	72
1. Pengertian Instagram.....	72
2. Sejarah Instagram.....	73
3. Fitur-fitur Instagram	75
B. Penyajian dan Analisis Data	77
C. Pembahasan Temuan.....	101
BAB V PENUTUP.....	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Saran.....	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

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

DAFTAR TABEL

No. Uraian	Hal
2.1 Persamaan dan perbedaan antara peneliti dengan peneliti lain (Perbandingan Penelitian Terdahulu).....	30
4.1 Daftar Harga Akun Instagram	79



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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan elemen penting yang menuntut perhatian penuh dari masyarakat kontemporer. Perkembangannya berfungsi sebagai resolusi yang menjanjikan untuk konflik yang ada, tidak dapat disangkal memberikan banyak manfaat bagi umat manusia. Di era kecanggihan teknologi ini, pengaruh teknologi informasi yang meluas tidak dapat disangkal lagi, terjalin dengan mulus dengan aktivitas sehari-hari. Kehadirannya yang ada di mana-mana, sering kali dianggap mampu untuk mempermudah pekerjaan, menjelaskan perannya yang tak tergantikan dalam kehidupan modern.² Beradaptasi dengan kemajuan ini menjadi sangat penting dalam menghadapi globalisasi yang terus berkembang. Perkembangan tersebut memberikan dampak yang besar pada masyarakat, mendorong munculnya media komunikasi yang baru, salah satunya yaitu Internet.

Sementara itu, Islam sebagai doktrin universal yang ditetapkan oleh Allah SWT, memberikan panduan untuk mengatur semua aspek kehidupan manusia. Menyadari sifat dasar manusia yang bersifat sosial dalam memenuhi kebutuhannya hidupnya, baik secara materil maupun secara spiritual selalu berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Salah satu yang diatur dalam

² Anita Septiani Rosana, *Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia*: vol. 05 no. 02 (April 2022) 144-145.

agama Islam adalah muamalah. Muamalah adalah semua hukum syariat yang berhubungan dengan urusan duniawi, dengan memandang kelangsungan hidup seseorang, seperti jual beli, tukar menukar, pinjam meminjam, beri memberi dan lain sebagainya. Saat ini, peranan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi telah berada pada posisi yang sangat penting karena menciptakan dunia tanpa batas, jarak, ruang dan waktu.³

Dalam prinsip-prinsip ekonomi Islam yang kompleks, konsep kehalalan dalam perdagangan muncul sebagai landasan, yang dibedakan dengan tidak adanya dua elemen yang merusak gharar dan tadrīs. Gharar, sebuah istilah Arab yang merangkum pengertian ambiguitas, menggambarkan transaksi yang penuh dengan ketidakpastian, sehingga membuka jalan bagi potensi penipuan dan eksploitasi. Tadrīs, sebaliknya, melambangkan praktik berbahaya dari pencampuran komoditas premium dengan komoditas yang lebih rendah, sehingga merongrong prinsip-prinsip dasar perdagangan yang adil dan memperparah asimetri informasi antara pembeli dan penjual.⁴

Sejauh menyangkut muamalah, khususnya transaksi jual beli, semua ini tidak terlepas dari aturan hukum muamalah itu sendiri, namun tidak semua orang melakukan transaksi jual beli sesuai aturan hukum muamalah, dan masih banyak dari kita yang mengikuti aturan tersebut, yaitu aturan perdagangan. Didorong oleh kecanggihan, kesadaran masyarakat akan meningkatkan keruntuhan mata rantai ekonomi guna memaksimalkan

³ Abudin Nata, *Ilmu Pendidikan Islam Dengan Pendekatan Multidisipliner*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h. 13

⁴ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 9.

keuntungan melalui berbagai cara. Contoh dijalankan untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi dalam berbagai cara, termasuk downscaling, kuantitas, ukuran, dan pengembangan kualitas produk. Hal inilah yang menyebabkan runtuhnya perekonomian masyarakat, selain hanya nafsu materil juga tidak dibenarkan dalam hukum muamalah.⁵

Hukum Transaksi jual beli tercantum dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ

Artinya: “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

Dalam ketentuan yang ringkas ini, terdapat penegasan yang mendalam tentang kesucian yang melekat pada perdagangan, yang bergantung pada ketaatan yang cermat terhadap ketentuan yang ditentukan, disandingkan dengan penolakan yang tegas terhadap praktik-praktik riba dalam segala bentuknya. Dengan demikian, ayat ini berfungsi sebagai dasar, menerangi kontur moral yang seharusnya mengatur transaksi komersial dan menegaskan kembali prinsip-prinsip keadilan dan integritas yang tidak dapat diubah.

Kemunculan internet menandai pergeseran besar dalam perilaku konsumen, mengantarkan pada era di mana transaksi dilakukan dengan mudah melalui saluran virtual. Pergeseran paradigma ini telah mendemokratisasi perdagangan, membuatnya dapat diakses oleh masyarakat

⁵ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 68-69.

global. Dengan demikian, ranah digital menjadi sangat penting sebagai pusat aktivitas ekonomi, dengan platform media sosial yang muncul sebagai arena dinamis untuk pertukaran komersial.

Dalam lingkungan digital ini, fenomena jual beli tidak hanya mencakup barang berwujud, tetapi juga komoditas virtual, salah satu jual beli yang menggunakan teknologi sebagai medianya adalah jual beli akun Instagram. Bentuk perdagangan baru ini menggarisbawahi kekuatan transformatif teknologi, di mana aset tidak berwujud memiliki nilai yang berwujud di pasar digital.

Instagram adalah salah satu dari sekian banyaknya sosial media yang ada pada masa kini. Yakni sebagai aplikasi untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital agar foto yang akan diposting dapat terlihat semakin menarik sehingga *followers* yang terdapat dalam akun tersebut dapat memberikan komentar, like. Semakin banyaknya *followers* akan menaikkan percaya diri dari pemilik akun.⁶

Seiring dengan meningkatnya daya tarik untuk mengumpulkan pengikut, para pengusaha dengan cermat melihat potensi keuntungan yang melekat dalam jaringan Instagram yang luas. Oleh karena itu, praktik jual beli akun Instagram sebuah fenomena yang penuh dengan kerumitan etika dan hukum-telah menjamur di lanskap digital. Namun, dalam lingkup yurisprudensi Islam,

⁶ Nurudin, *Media Sosial Baru Dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*, (Yogyakarta: DPPM DIKTI, 2012), hal. 55.

komodifikasi akun Instagram dianggap bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga transaksi semacam itu menjadi fasid, atau tidak sah, karena sifat tidak berwujud dari objek penjualan.

Objek yang diperjual belikan dalam transaksi ini bukan berupa benda bergerak namun dalam bentuk *followers* atau pengikut atas akun Instagram itu sendiri. Melihat persoalan ini mungkin bagi orang yang awam dunia sosial media akan menanyakan, barang seperti apa yang diperjualbelikan?.

Pada dasarnya hukum Islam secara khusus mensyaratkan objek yang dapat diperjualbelikan di antaranya adalah, barang tersebut harus berwujud, kemudian barang tersebut harus memiliki manfaat.⁷ Oleh karena itu ketika barang yang diperdagangkan berupa akun Instagram, terdapat dua kemungkinan, pertama sangat bermanfaat ketika seseorang itu sangat membutuhkan. Misalnya dalam menarik pelanggan agar tertarik untuk mengunjungi akunnya, karena dipercaya dengan melihat jumlah *followers* yang banyak. Namun menjadi kurang manfaat dan terkesan mubazir ketika yang membeli hanya bertujuan untuk popularitas demi kepuasan semata.

Dalam suatu transaksi jual beli ini, penjual tidak memberikan adanya keterbukaan atau kejujuran terhadap pembeli sehingga dapat menimbulkan unsur spekulasi. Karena, jika pihak dari Instagram mengetahui adanya bot *followers* (akun pasif) tersebut, pihak Instagram sewaktu-waktu dapat melakukan pembersihan untuk akun pasif tersebut, dan pembersihan tersebut tidak dapat diprediksi waktunya. Hal tersebut disebabkan karena pihak

⁷ Wati Susiawati, *Jual Beli Dalam Konteks Kekinian*, Jurnal Ekonomi Islam 8, no. 2 (2017): 176

Instagram tidak menghendaki adanya “*bot followers*” tersebut, kemudian pada *followers* jenis *real human* (akun aktif) dapat “*unfollow*” jika akun yang tiba-tiba diikutinya tersebut tidak menarik atau tidak disukainya. Selain itu, terdapat pula penjual yang melakukan kecurangan terhadap pembeli, salah satunya yaitu ketika seorang membeli akun Instagram dan hanya menginginkan *followers* aktif saja, tetapi setelah dilakukan transaksi ternyata penjual mencampurkan antara “*bot followers*” dan yang “*real human followers*”, sehingga pihak pembeli merasa dirugikan.

Mekanisme jual beli akun Instagram memiliki kemiripan yang kuat dengan bentuk perdagangan online lainnya. Penjual biasanya mengiklankan akun yang tersedia melalui berbagai saluran, termasuk postingan media sosial, pesan WhatsApp, iklan Facebook, dan bahkan nomor telepon langsung. Pembeli yang tertarik dapat menghubungi penjual melalui media-media ini untuk menyatakan minat mereka dan menegosiasikan persyaratan. Yang penting, transaksi ini sering kali terjadi sepenuhnya secara online, tanpa perlu tatap muka. Penjual memberikan deskripsi rinci tentang atribut akun, dan setelah pembeli puas, mereka melanjutkan untuk menyelesaikan transaksi. Proses pembayaran diawali dengan transfer kredensial akun, di mana pembeli pertama-tama mengirimkan jumlah yang telah disepakati. Selanjutnya, penjual melakukan langkah-langkah yang diperlukan untuk mengirimkan detail akun, termasuk nama pengguna dan kata sandi, biasanya dalam jangka waktu 24 jam.

Namun, pasar yang sedang berkembang ini penuh dengan risiko, terutama karena potensi aktivitas penipuan. Bahaya yang signifikan terletak pada manipulasi data akun, yang dapat mengakibatkan kerugian besar bagi pembeli. Penjual yang tidak bermoral mungkin terlibat dalam praktik penipuan, seperti salah mengartikan atribut akun atau menjual akun yang rentan diretas setelah pembelian. Setelah transaksi selesai dan pembayaran diterima, beberapa penjual mungkin mengelak dari tanggung jawab, meninggalkan pembeli tanpa bantuan. Penipuan dalam penjualan akun Instagram muncul dalam beberapa cara. Pertama, akun yang dikirimkan mungkin tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan dalam kontrak, berbeda secara signifikan dalam jumlah pengikut, metrik keterlibatan, atau kualitas konten. Kedua, akun tersebut mungkin rentan terhadap peretasan, yang memungkinkan penjual atau pihak ketiga untuk mendapatkan kembali kendali setelah penjualan.⁸ Untuk mengurangi risiko ini, calon pembeli harus berhati-hati dan skeptis. Memeriksa penjual secara menyeluruh dan memverifikasi keabsahan akun adalah langkah penting. Calon pembeli harus mencari ulasan, meminta bukti kinerja akun, dan jika memungkinkan, gunakan metode pembayaran aman yang menawarkan beberapa bentuk perlindungan pembeli.

Berdasarkan latar belakang di atas, ada hal yang menarik untuk diteliti yaitu jika dikaitkan dengan Undang-undang dan hukum Islam. Permasalahan yang kemudian muncul terdapat pada objek yang di perjual belikan berupa akun yang berfollowers, maka akan timbul suatu pertanyaan. Apakah jual beli

⁸ Hakim Lukman, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 10.

ini mengandung unsur tipuan (gharar) atau tidak? dan apakah sudah sesuai dengan undang-undang dan hukum Islam atau tidak?. Dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan ini dengan judul “Jual Beli Akun Instagram Menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah”.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini akan berfokus pada dua rumusan masalah utama, yang diturunkan dari latar belakang sebelumnya:

1. Bagaimana praktek transaksi jual beli akun Instagram yang banyak ditemukan dalam transaksi elektronik ?
2. Bagaimana hukum jual beli akun Instagram menurut Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian bertujuan untuk memberikan arah yang jelas dan terstruktur agar penelitian tetap terfokus pada permasalahan yang telah dirumuskan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan dan mengetahui praktek transaksi jual beli akun Instagram yang banyak ditemukan dalam transaksi elektronik.

2. Menjelaskan hukum jual beli akun Instagram menurut Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

D. Manfaat penelitian

Nilai sebenarnya dari sebuah penelitian terletak pada manfaatnya bagi semua pemangku kepentingan yang terlibat. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan wawasan yang akan memperkaya bidang ilmu dan pengetahuan, khususnya di bidang hukum. Manfaat dari penelitian ini sangat beragam dan dapat dikategorikan ke dalam manfaat teoritis dan praktis:

1. Secara Teoritis

- a. Kontribusi Ideologis:

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi ideologis yang signifikan dalam bidang hukum, khususnya mengenai jual beli akun Instagram. Penelitian ini akan mengkaji transaksi tersebut melalui kacamata Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan dari perspektif hukum Islam.

- b. Referensi untuk studi hukum:

Penelitian ini akan menjadi referensi berharga bagi mereka yang mengeksplorasi isu-isu hukum yang berkaitan dengan pembelian dan penjualan akun digital. Dengan menganalisis legalitas di bawah Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 dan hukum Islam, penelitian ini akan menawarkan sumber daya yang komprehensif bagi para

akademisi dan mahasiswa yang ingin memahami kompleksitas transaksi elektronik dan regulasinya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperdalam pemahaman dan keahlian dalam penelitian hukum dan penulisan ilmiah. Penelitian ini memenuhi persyaratan akademis untuk memperoleh gelar sarjana, sekaligus memperluas pengetahuan penulis mengenai transaksi jual beli akun Instagram menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam perspektif hukum Islam.

b. Bagi Universitas

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember akan mendapatkan manfaat dari penelitian ini dengan menambah khazanah kajian akademis. Temuan-temuan ini akan berfungsi sebagai referensi untuk melakukan penelitian baru bagi Mahasiswa/i Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember di masa depan.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi sumber informasi bagi khalayak luas, termasuk praktisi hukum, akademisi, dan masyarakat umum. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang komprehensif mengenai praktik jual beli akun Instagram yang berdasarkan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi

dan Transaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Pembaca akan mendapatkan perspektif baru dan pemahaman yang lebih mendalam tentang implikasi hukum dan pertimbangan etika dari transaksi digital ini, mendorong pendekatan yang lebih terinformasi dan teliti dalam melakukan praktik tersebut.

E. Definisi Istilah

Bagian berikut ini memberikan definisi yang jelas tentang istilah-istilah kunci yang penting dalam penelitian ini, yang bertujuan untuk mencegah kesalahpahaman mengenai terminologi yang digunakan dalam judul dan isi penelitian. Istilah-istilah yang didefinisikan di bawah ini sangat penting untuk memahami ruang lingkup dan fokus penelitian.

1. Jual Beli

Dalam fikih Islam, istilah untuk jual beli adalah al-bai', yang mencakup konsep menjual, menukar, dan mengganti satu barang dengan barang lain. Istilah lafaz al-bai' dalam bahasa Arab juga dapat berarti lawannya, asy-syira', yang berarti membeli. Dengan demikian, al-bai' berarti menjual dan membeli. Menurut ulama Hanafiyah, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta dengan cara tertentu, atau pertukaran barang yang diinginkan dengan barang yang sepadan dengan cara yang bermanfaat. Definisi ini menyoroti sifat transaksional perdagangan, menekankan pertukaran timbal balik dan kesetaraan barang yang terlibat.⁹

⁹ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta:Gaya Media Pratama, 2007), 111.

2. Akun

Akun mengacu pada sekumpulan data yang terkait dengan pengguna, biasanya terdiri dari nama pengguna dan kata sandi. Contoh umum termasuk akun email, profil media sosial seperti Facebook dan Instagram, dan akun blog. Akun memiliki tujuan tertentu, seperti memfasilitasi komunikasi dengan memungkinkan pengguna untuk mengirim file teks, gambar, audio, atau video. Pada dasarnya, akun adalah alat untuk interaksi dan manajemen data di berbagai platform digital.

3. Instagram

Instagram adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan berbagi foto dan video. Pengguna lain dapat melihat, menyukai, dan mengomentari unggahan tersebut. Selain itu, Instagram berfungsi sebagai platform yang ampuh untuk promosi bisnis, memungkinkan pengguna untuk memposting konten promosi untuk mengiklankan produk atau layanan mereka. Sifat visual Instagram menjadikannya media yang efektif untuk melibatkan audiens dan meningkatkan visibilitas merek.

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

Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) adalah undang-undang yang mengatur tindakan hukum yang diperbolehkan atau dilarang dalam penggunaan media elektronik. Undang-undang ini membahas berbagai aspek

komunikasi dan perdagangan elektronik, menguraikan kerangka hukum untuk melakukan transaksi dan berbagi informasi dalam lingkungan digital. Hal ini bertujuan untuk menyediakan lanskap yang aman dan teregulasi untuk interaksi elektronik.

5. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah adalah kumpulan peraturan komprehensif yang mengatur kegiatan ekonomi berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Peraturan-peraturan ini mencakup kegiatan komersial dan non-komersial, untuk memastikan bahwa praktik ekonomi sesuai dengan hukum Islam. Kompilasi ini bertujuan untuk memberikan pedoman perilaku etis dan halal dalam transaksi ekonomi, mempromosikan keadilan dan kejujuran dalam transaksi keuangan.¹⁰

F. Sitematika Pembahasan

Sistematika penelitian ini dirancang dengan cermat untuk memberikan gambaran umum yang komprehensif dan terperinci dari setiap bab, sehingga memudahkan pemahaman yang menyeluruh atas proses penelitian dan temuan-temuannya. Susunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I. Bab pendahuluan ini berfungsi sebagai landasan penelitian, memaparkan latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan yang ingin dicapai penelitian, manfaat penelitian dan pengertian istilah-istilah dalam judul

¹⁰ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*, (Jakarta Timur: Prenadamedia, 2019), 2

yang terkait. Bab ini bertujuan untuk menjelaskan pentingnya penelitian ini dan memberikan pengantar untuk bab berikutnya.

BAB II. Pada bab literatur ini dibahas penelitian terdahulu, dimana penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilakukan oleh orang-orang terdahulu dan berkaitan dengan judul topik yang sedang diteliti oleh peneliti. Selain itu pada penelitian-penelitian sebelumnya juga dibahas mengenai kajian teori, yaitu berkaitan dengan teori yang menjadi landasan peneliti dalam melakukan penelitian. Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum yang mendukung penelitian sebelumnya terkait posisinya.

BAB III. Pada bab ini, metodologi penelitian dibahas secara rinci. Bab ini dimulai dengan menjelaskan jenis penelitian yang dilakukan, apakah kualitatif, kuantitatif, atau metode campuran, dan alasan pemilihannya. Bab ini kemudian menjelaskan desain penelitian, menguraikan langkah-langkah spesifik yang diambil untuk melakukan penelitian. Hal ini mencakup pembahasan rinci tentang sumber data, menjelaskan di mana dan bagaimana data diperoleh. Teknik pengumpulan data juga dijelaskan, apakah survei, wawancara, observasi, atau metode lainnya, dan alasan penggunaannya juga diberikan. Selain itu, bab ini juga membahas teknik analisis data yang digunakan, menjelaskan bagaimana data diproses dan diinterpretasikan. Gambaran umum yang komprehensif tentang metode penelitian ini memastikan transparansi dan memungkinkan replikasi penelitian oleh peneliti lain.

BAB IV. Bab ini menyajikan dan menganalisis data yang dikumpulkan selama penelitian. Bab ini dimulai dengan menyajikan data secara sistematis,

menggunakan tabel, grafik, dan bagan untuk mengilustrasikan temuan-temuan dengan jelas. Bab ini kemudian memberikan analisis data secara rinci, menginterpretasikan hasil dalam konteks pertanyaan dan tujuan penelitian. Analisis ini melibatkan identifikasi pola, tren, dan korelasi dalam data, serta mendiskusikan implikasinya. Bab ini bertujuan untuk mengubah data mentah menjadi wawasan yang bermakna, memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian dan berkontribusi pada pemahaman topik. Analisis dilakukan secara menyeluruh dan obyektif, memastikan bahwa kesimpulan yang diambil didasarkan pada bukti-bukti yang kuat.

BAB V. Bab terakhir membawa penelitian ini pada sebuah kesimpulan. Bab ini dimulai dengan ringkasan temuan-temuan utama, yang secara ringkas merangkum hasil-hasil utama dan signifikansinya. Bab ini juga menawarkan rekomendasi untuk penelitian di masa depan, dengan menyarankan bidang-bidang yang perlu diteliti lebih lanjut. Selain itu, rekomendasi praktis dapat diberikan kepada para praktisi atau pembuat kebijakan berdasarkan temuan penelitian. Terakhir, bab ini mencakup daftar referensi, yang memberikan kutipan lengkap untuk semua sumber yang digunakan dalam penelitian. Bab penutup bertujuan untuk merangkum penelitian ini, menyoroti kontribusinya dan menyarankan jalan untuk eksplorasi di masa depan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian terdahulu

Pada bagian ini, peneliti dengan cermat mengumpulkan dan menganalisis temuan dari berbagai penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian saat ini. Proses ini melibatkan tinjauan komprehensif dan ringkasan penelitian sebelumnya, yang memiliki beberapa tujuan. Pertama dan terutama, hal ini menyoroti keaslian penelitian saat ini dengan menempatkannya dalam konteks yang lebih luas dari pengetahuan yang ada. Dengan membandingkan dan mengkontraskan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya, peneliti dapat dengan jelas menggambarkan wawasan atau kontribusi baru apa yang ingin diberikan oleh penelitian ini.

Tinjauan literatur ini juga berfungsi sebagai fondasi penting untuk penelitian saat ini dengan menawarkan banyak bahan referensi dan dasar-dasar teori. Dengan mengkaji bagaimana para peneliti terdahulu mendekati topik yang sama, penelitian ini dapat membangun metodologi dan temuan mereka, sehingga meningkatkan ketelitian dan validitasnya. Langkah ini sangat penting untuk memastikan bahwa penelitian ini didasarkan pada pengetahuan dan praktik-praktik ilmiah yang sudah mapan. Selain itu, tinjauan literatur membantu mengidentifikasi kesenjangan atau area perbedaan dalam penelitian yang sudah ada. Dengan menunjukkan kesenjangan ini, penelitian saat ini dapat menjawab pertanyaan yang belum terselesaikan atau mengeksplorasi

dimensi baru dari topik tersebut, sehingga memajukan bidang tersebut. Proses ini tidak hanya memperkaya penelitian yang ada saat ini, tetapi juga berkontribusi pada dialog ilmiah yang sedang berlangsung dengan menambahkan perspektif dan bukti baru., di antaranya yaitu:

1. Nur Anisa dengan judul: “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Follower, Likes dan Viewer di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @sosmed lampung)”.

Dalam skripsinya, Nur Anisa menyajikan argumen yang kuat bahwa jual beli follower, like, dan viewer di media sosial merupakan transaksi yang tidak sah dan harus dianggap terlarang. Dia menjelaskan bahwa transaksi ini tidak memenuhi salah satu syarat mendasar dari transaksi komersial yang sah: objek yang dijual harus dimiliki oleh penjual. Dalam kasus pengikut, suka, dan pemirsa, barang-barang ini tidak dapat dimiliki dalam pengertian konvensional dan dengan demikian tidak dapat dijual secara sah. Hal ini membuat transaksi menjadi tidak sah. Selain itu, dari sudut pandang prinsip-prinsip muamalah, yang memprioritaskan promosi manfaat dan menghindari bahaya (mudharat), transaksi-transaksi ini, meskipun terlihat bermanfaat, pada akhirnya menipu dan dapat menyebabkan kerugian yang signifikan. Manfaat yang ditawarkan bersifat ilusi, dan

mengandung unsur penipuan yang dapat menyesatkan dan merusak kepentingan pembeli, konsumen, dan masyarakat luas.¹¹

Metodologi penelitian yang digunakan oleh Nur Anisa memiliki kesamaan dengan peneliti ini, karena keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengeksplorasi topik perdagangan akun. Secara khusus, mereka menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data utama. Terlepas dari kesamaan ini, ada perbedaan yang jelas dalam titik fokus studi mereka. Penelitian Nur Anisa secara khusus membahas tentang jual beli pengikut Instagram, menyelidiki secara spesifik praktik ini dan implikasinya. Di sisi lain, peneliti lain mungkin memperluas cakupannya dengan memasukkan praktik jual beli akun Instagram secara keseluruhan, sehingga meneliti lebih banyak aktivitas dalam domain transaksi akun media sosial. Perbedaan fokus ini menggarisbawahi beragam dimensi dan kompleksitas yang terlibat dalam studi perdagangan media sosial.

2. Muhammad Machtum dengan judul: "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Subscribe Di Media Sosial".

Skripsi Muhammad Makhtum menyatakan bahwa, meskipun transaksi yang melibatkan penjualan follower tidak melanggar pilar-pilar dasar perdagangan Islam, transaksi tersebut melanggar syarat-

¹¹ Nur Anisa, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Follower, Likes dan Viewer di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @sosmed lampung)*, Skripsi, Lampung : UIN Raden Intan, 2018.

syarat tertentu yang diperlukan untuk jual beli yang sah dalam Islam, terutama yang berkaitan dengan konsep gharar, atau ketidakpastian. Menurut Makhtum, objek dari penjualan semacam itu-followers di platform media sosial-mengandung unsur ambiguitas dan ketidakpastian yang membuat transaksi tersebut secara inheren cacat. Hal ini menjadi masalah karena penjual follower tidak dapat menjamin kualitas atau keterlibatan follower yang diberikan, sehingga menimbulkan ketidakpuasan dan potensi kerugian bagi pembeli. Ketika pengikut tidak terlibat secara bermakna atau pergi segera setelah diakuisisi, nilai transaksi berkurang secara signifikan. Pembeli, yang mengharapkan peningkatan keterlibatan dan visibilitas di saluran mereka, sering kali mendapati diri mereka dirugikan, yang mengarah pada kerugian finansial dan frustrasi. Ketidakpastian dan potensi penipuan ini membuat transaksi tersebut tidak dapat diterima dalam prinsip-prinsip Islam, yang berusaha melindungi para pihak dari transaksi yang curang atau tidak jelas.¹²

Metodologi penelitian yang digunakan oleh Muhammad Makhtum memiliki beberapa kesamaan dengan peneliti ini yang mengeksplorasi ranah transaksi digital. Baik Makhtum maupun peneliti lainnya menggunakan metode penelitian kualitatif, termasuk observasi, wawancara, dan analisis dokumen, untuk menyelidiki kompleksitas jual

¹² Muhammad Machtum, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Subscribe Di Media Sosial*, Skripsi, (Semarang : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021).

beli barang digital. Kesamaan lain yang menonjol adalah penggunaan perjanjian lisan sebagai bagian dari proses transaksi. Namun, ada perbedaan yang jelas dalam fokus spesifik studi mereka. Sementara penelitian Makhtum berpusat pada praktik jual beli pelanggan di platform media sosial, mengeksplorasi implikasi dan tantangan dalam ceruk pasar ini, peneliti lain mungkin fokus pada konsep perdagangan akun yang lebih luas. Misalnya, beberapa penelitian mungkin akan meneliti aspek hukum dan etika dari jual beli akun Instagram, khususnya dalam konteks undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dan kompilasi hukum ekonomi Syariah. Perbedaan fokus ini menyoroti sifat perdagangan digital yang memiliki banyak sisi dan berbagai masalah hukum, etika, dan praktis yang tercakup di dalamnya.

3. Nanda Rifka Annisa dari IAIN Jember (2017), “Perlindungan Hukum Terhadap Bisnis Domain Name Perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dan Hukum Islam”.

Peraturan yang mengatur masalah nama domain di Indonesia sangat komprehensif dan memiliki banyak sisi, melampaui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Kerangka kerja peraturan ini mencakup Peraturan Menteri Nomor 23 Tahun 2013 tentang Pengelolaan Nama Domain, yang menetapkan pedoman khusus untuk mengelola nama domain. Selain itu, Peraturan

Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik memberikan parameter hukum tambahan untuk transaksi elektronik dan pengelolaan domain. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2015 membahas pendaftaran nama domain untuk lembaga negara, memastikan bahwa badan-badan pemerintah mengikuti prosedur standar. Terlepas dari banyaknya peraturan yang ada, ketentuan khusus yang terkait dengan nama domain masih terus dikembangkan, seperti yang terlihat pada upaya legislatif yang sedang berlangsung seperti RUU tentang Kejahatan Teknologi Informasi. Peraturan-peraturan ini bertujuan untuk menciptakan infrastruktur hukum yang kuat untuk manajemen nama domain, memastikan kejelasan, keamanan, dan konsistensi.

Ketika terjadi perselisihan mengenai nama domain, maka pertama-tama akan ditangani oleh Penyelesaian Perselisihan Nama Domain (PPND), sebuah badan arbitrase khusus yang dirancang untuk menangani konflik semacam itu secara efisien. Jika penyelesaian tidak dapat dicapai melalui PPND, perselisihan dapat diteruskan ke sistem peradilan, di mana Pengadilan Negeri atau Pengadilan Niaga memiliki yurisdiksi untuk menyelesaikan masalah ini. Untuk memberikan perlindungan hukum yang kuat dalam perselisihan nama domain, pemerintah telah menunjuk Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (PANDI) sebagai registri resmi. PANDI mengawasi pendaftaran dan pengelolaan nama domain, memastikan kepatuhan terhadap standar

peraturan dan berfungsi sebagai badan yang berwenang untuk penyelesaian sengketa.¹³ Penelitian saat ini mencerminkan penelitian sebelumnya dalam pendekatan metodologisnya, dengan menggunakan metode kualitatif seperti observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Namun, penelitian ini berbeda dalam hal fokusnya; sementara penelitian sebelumnya berpusat pada nama domain, penelitian ini meneliti akun Instagram, menyoroti sifat manajemen aset digital yang terus berkembang dan perlunya kerangka kerja hukum yang dapat diadaptasi untuk mengatasi kompleksitas platform media sosial.

4. Ispi Yanti dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (2023), “Praktik Perjanjian Jual Beli Akun Spotify Premium For Family (Kajian Analisis Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi)”.

Temuan penelitian ini menawarkan eksplorasi komprehensif terhadap fenomena pembelian dan penjualan akun Spotify premium yang meluas, terutama di kalangan mahasiswa fakultas Syariah di berbagai platform media sosial. Melalui analisis yang cermat terhadap Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, terungkap bahwa syarat-syarat penting untuk transaksi yang sah secara umum terpenuhi dalam pertukaran akun ini, sejalan dengan prinsip-prinsip Syariah. Namun, dari perspektif hukum, kontrak yang terlibat dalam jual beli akun

¹³ Nanda Rifka Annisa, *Perlindungan Hukum Terhadap Bisnis Domain Name Perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dan Hukum Islam*, Skripsi, Jember : Institut Agama Islam Negeri Jember, 2017.

premium Spotify, terutama yang diperantarai melalui saluran seperti @wendies.dotkom, dianggap batal karena ketidakpastian yang melekat terkait kepemilikan dan keberadaan komponen yang secara hukum dimiliki oleh pihak yang berkontrak. Berdasarkan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, jual-beli akun Spotify premium di platform media sosial merupakan pelanggaran terhadap perjanjian antara Spotify dan badan usaha, sehingga membuat transaksi dengan pihak ketiga menjadi tidak sah berdasarkan perjanjian atau kontrak elektronik.¹⁴

Penelitian kolaboratif antara Ispi Yanti dan peneliti ialah menyelidiki ranah perdagangan akun yang rumit, dengan menggunakan metodologi kualitatif untuk mengurai kompleksitas praktik yang merajalela ini. Teknik pengumpulan data mencakup studi observasi, wawancara, dan analisis yang cermat terhadap dokumentasi terkait. Meskipun kedua proyek penelitian ini memiliki benang merah dalam pemeriksaan mereka terhadap perdagangan akun, perbedaan yang bernuansa muncul dalam fokus masing-masing. Penyelidikan Ispi Yanti berpusat pada dinamika bernuansa seputar pertukaran akun Spotify Premium For Family di berbagai platform media sosial, dengan cermat mengeksplorasi kerangka kerja hukum dan peraturan yang mendukung

¹⁴ Ispi Yanti, *Praktik Perjanjian Jual Beli Akun Spotify Premium For Family (Kajian Analisis Komplilasi Hukum Ekonomi Syariah Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi*, Skripsi, Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023.

transaksi semacam itu. Sebaliknya, investigasi peneliti mitra menggali ranah perdagangan akun Instagram, meneliti implikasi hukum dalam lingkup Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Perbedaan ini menggarisbawahi sifat perdagangan digital yang memiliki banyak sisi dan menggarisbawahi perlunya kerangka hukum yang disesuaikan dengan seluk-beluk praktik perdagangan akun yang beragam di ranah digital.

5. Siti Muflihah dari IAIN Jember (2017), “Tinjauan Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE (Informasi Dan Transaksi Elektronik) Terhadap Jual Beli Account Clash Of Clans (COC) Studi Kasus Mahasiswa IAIN Jember”

Skripsi Siti Muflihah menyoroti praktik jual beli akun game online, khususnya Clash of Clans (COC), yang lazim terjadi di kalangan mahasiswa IAIN Jember. Proses ini sering kali melibatkan promosi informal di antara teman sebaya dan memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti BBM dan WhatsApp untuk berkomunikasi. Harga dari akun-akun ini ditentukan berdasarkan faktor-faktor seperti tingkat permainan dan kesepakatan bersama antara pihak-pihak yang terlibat, yang seringkali dinegosiasikan melalui proses tawar-menawar. Pembayaran biasanya dilakukan secara langsung, mengikuti proses pertukaran yang bersifat sukarela. Dari perspektif hukum Islam, jual beli akun game online, termasuk akun COC, dianggap diperbolehkan (halal) karena akad dan mekanisme yang terlibat memenuhi persyaratan

yang digariskan dalam hukum Islam. Selain itu, objek yang diperjualbelikan juga dianggap halal dan bermanfaat, sehingga turut mendukung keabsahan transaksi tersebut.¹⁵

Penelitian kolaboratif Siti Muflihah dengan penelitian ini berfokus pada analisis lanskap hukum seputar informasi dan transaksi elektronik, terutama yang diatur dalam UU No. 11 Tahun 2008. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, kedua peneliti mempelajari seluk-beluk jual beli akun di ranah digital. Sementara penelitian sebelumnya berpusat pada akun game online, penelitian Siti Muflihah mengalihkan fokus pada akun Instagram, sebuah bentuk mata uang media sosial. Perbedaan ini menyoroti beragamnya aplikasi transaksi elektronik dan menggarisbawahi pentingnya memahami kerangka hukum yang mengatur berbagai jenis praktik perdagangan akun. Melalui analisis dan pemeriksaan yang cermat, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang implikasi hukum dari pembelian dan penjualan akun Instagram dalam konteks yang lebih luas dari undang-undang informasi dan transaksi elektronik.

6. Ali Iqbal Sya'bani dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2018), "Jual Beli Akun Go-Car Di Yogyakarta Perspektif Etika Dan Hukum Bisnis Islam"

¹⁵ Siti Muflihah, *Tinjauan Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE (Informasi Dan Transaksi Elektronik) Terhadap Jual Beli Account Clash Of Clans (COC) Studi Kasus Mahasiswa IAIN Jember*, Skripsi, (Jember : Institut Agama Islam Negeri Jember, 2017).

Skripsi Ali Iqbal Sya'bani menyelidiki ranah perdagangan digital yang rumit, secara khusus meneliti praktik jual beli akun Go-Car. Temuan dari penelitian ini mengungkap pemahaman yang lebih mendalam mengenai kompleksitas yang melingkupi transaksi-transaksi ini. Berdasarkan kode etik perusahaan Go-Jek, yang melarang berbagai tindakan termasuk penjualan atau pengalihan akun, jelas terlihat bahwa transaksi semacam itu dianggap tidak pantas. Kepemilikan akun tidak sepenuhnya berada di tangan pengemudi atau mitra, dan setiap indikasi pelanggaran dapat menyebabkan penangguhan langsung oleh perusahaan. Hal ini menyoroti kerangka kerja regulasi yang mengatur platform digital dan menggarisbawahi pertimbangan etika yang terlibat dalam praktik perdagangan akun.¹⁶

Persamaan penelitian yang dilakukan Ali Iqbal Sya'bani dengan Peneliti dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, menganalisis seluk-beluk jual beli akun dalam lanskap digital. Sementara penelitian sebelumnya berfokus pada akun Go-Car, penelitian ini mengalihkan pandangannya ke akun Instagram, yang mencerminkan sifat transaksi digital yang terus berkembang. Selain itu, sementara penelitian sebelumnya meneliti subjek melalui lensa Etika dan Hukum Bisnis Islam, penelitian ini mengadopsi pendekatan yang berbeda, dengan meneliti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dan

¹⁶ Ali Iqbal Sya'bani, *Jual Beli Akun Go-Car Di Yogyakarta Perspektif Etika Dan Hukum Bisnis Islam*, Skripsi (Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018).

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah untuk memberikan analisis hukum yang komprehensif. Dengan mengeksplorasi nuansa perdagangan digital dalam konteks kerangka hukum ini, penelitian ini bertujuan untuk menawarkan wawasan yang berharga tentang implikasi hukum dari jual beli akun Instagram dan berkontribusi pada wacana yang sedang berlangsung seputar etika dan regulasi digital.

7. Arif Yusuf dari IAIN Purwokerto (2018), "Jual Beli Account Game Online Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Budi Bodong Traitor Purwokerto)"

Skripsi Arif Yusuf menawarkan sebuah kajian komprehensif mengenai dimensi hukum dan etika seputar jual beli akun game online, khususnya dari perspektif Islam. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa, sesuai dengan hukum Islam, transaksi semacam itu dianggap sah, asalkan rukun dan syarat jual beli tertentu terpenuhi. Ini termasuk adanya perjanjian (sighat atau ijab qabul), adanya barang yang diperdagangkan, dan nilai tukar untuk barang-barang tersebut.

Khususnya, jual beli akun game online dapat disamakan dengan konsep salam dalam hukum Islam, di mana transaksi dilakukan secara online, dan penjual mentransfer akun tersebut kepada pembeli setelah menerima pembayaran awal. Tesis ini dengan cermat meneliti bagaimana rukun dan syarat jual beli salam dipenuhi dalam konteks

transaksi akun game online, menjelaskan seluk-beluk perdagangan digital dalam kerangka hukum Islam.¹⁷

Persamaan penelitian yang dilakukan Arif Yusuf dengan Peneliti adalah terletak investigasi yang ketat ke dalam ranah perdagangan akun, menggunakan metode penelitian kualitatif untuk membedah nuansa transaksi ini. Sementara penelitian sebelumnya berfokus pada akun game online, penelitian ini mengalihkan fokusnya ke akun Instagram, yang mencerminkan lanskap perdagangan digital yang terus berkembang. Selain itu, ketika penelitian sebelumnya meneliti transaksi ini melalui lensa Hukum Islam, penelitian ini mengambil pendekatan yang berbeda, menganalisis lanskap hukum melalui prisma Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Dengan mengadopsi perspektif yang beragam ini, penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi pada wacana yang sedang berlangsung seputar etika dan regulasi digital, memberikan wawasan yang berharga tentang implikasi hukum dari jual beli akun Instagram dalam kerangka hukum kontemporer.

8. Desi Ratnasari dari UIN Raden Intan Lampung (2019), "Jual Beli Akun Ojek Online Dalam Pandangan Hukum Islam (Studi Kasus pada Driver Grab Bike Ojek Online Shelter Soang di Desa Podorejo, Pringsewu)"

¹⁷ Arif Yusuf, *Jual Beli Account Game Online Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Budi Bodong Traitor Purwokerto)*, Skripsi, (Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2018).

Skripsi Desi Ratnasari menawarkan sebuah kajian komprehensif mengenai dimensi hukum dan etika seputar jual beli akun ojek online, khususnya dari perspektif hukum Islam. Temuan penelitian ini menggarisbawahi bahwa transaksi semacam itu, seperti yang dilakukan oleh Driver Shelter Soang di Desa Podorejo, Kecamatan Pringsewu, tidak diperbolehkan menurut hukum Islam. Dengan menggunakan dasar teori yang ditemukan dalam ayat-ayat Alquran dan hadis nabi, penelitian ini menyoroti bahwa akuisisi identitas akun ojek online melalui cara-cara yang curang melanggar prinsip-prinsip Islam tentang kejujuran dan kepercayaan. Selain itu, penggunaan identitas orang lain tanpa sepengetahuannya merupakan pelanggaran perilaku etis, seperti yang diuraikan dalam ajaran Nabi Muhammad. Lebih lanjut, penelitian ini menekankan bahwa objek jual beli dalam transaksi ini tidak memenuhi kriteria kemurnian dan kepemilikan yang sah, karena akun-akun tersebut menggunakan data identitas yang tidak sah. Temuan ini menyoroti kompleksitas etika yang melekat dalam perdagangan digital dan menggarisbawahi pentingnya mematuhi prinsip-prinsip Islam dalam transaksi bisnis.¹⁸

Persamaan penelitian yang dilakukan Desi Ratnasari dengan Peneliti adalah investigasi yang ketat ke dalam ranah perdagangan akun, menggunakan metode penelitian kualitatif untuk membedah

¹⁸ Desi Ratnasari, *Jual Beli Akun Ojek Online Dalam Pandangan Hukum Islam (Studi Kasus pada Driver Grab Bike Ojek Online Shelter Soang di Desa Podorejo, Pringsewu)*, Skripsi, Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).

nuansa transaksi ini. Sementara penelitian sebelumnya meneliti transaksi ini melalui lensa Hukum Islam, penelitian ini mengambil pendekatan yang berbeda, menganalisis lanskap hukum melalui prisma Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Dengan mengadopsi perspektif yang beragam ini, penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi pada wacana yang sedang berlangsung seputar etika dan regulasi digital, memberikan wawasan yang berharga tentang implikasi hukum dari jual beli akun ojek online dalam kerangka hukum kontemporer. Melalui analisis dan pemeriksaan yang cermat, penelitian ini berusaha untuk menginformasikan para pembuat kebijakan, praktisi, dan akademisi tentang pertimbangan etika dan hukum yang melekat pada perdagangan digital, sehingga dapat mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Tabel 2.1
Persamaan dan perbedaan antara peneliti dengan peneliti lain
(Perbandingan Penelitian Terdahulu)

No.	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Nur Anisa dengan judul: “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Follower, Likes dan Viewer di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @sosmed lampung)”.	Kesamaan antara penelitian Nur Anisa dan peneliti ini adalah bahwa keduanya membahas topik tentang akun trading dalam konteks penelitian kualitatif, serta menggunakan tiga metode pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi.	Perbedaannya adalah penelitian Nur Anisa lebih condong dan fokus pada jual beli followers Instagram, sedangkan peneliti ini menitikberatkan pada praktik jual beli akun Instagram.

2.	Muhammad Machtum dengan judul: “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Subcribe Di Media Sosial”.	Kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Makhtoum dan peneliti ini adalah bahwa keduanya membahas topik utama tentang jual beli akun melalui penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan juga sama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumen. Selain itu, keduanya menggunakan bentuk persetujuan lisan dalam penelitian mereka.	Perbedaannya adalah meskipun Muhammad Makhtoum membahas tentang jual beli subscriber dan peneliti ini membahas jual beli hak cipta, fokus utama penelitian Muhammad Makhtoum adalah pada transaksi jual beli dalam praktik jual beli subscriber di media sosial. Sebaliknya, peneliti ini hanya berfokus pada penelitian praktik jual beli akun Instagram ditinjau dari perspektif undang-undang ITE dan kompilasi hukum ekonomi syariah.
3.	Nanda Rifka Annisa dari IAIN Jember (2017), “Perlindungan Hukum Terhadap Bisnis Domain Name Perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dan Hukum Islam”.	Kesamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah keduanya melakukan analisis berdasarkan perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya, di mana penelitian terdahulu berfokus pada domain name, sedangkan penelitian ini berfokus pada akun Instagram.
4.	Ispi Yanti dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (2023), “Praktik Perjanjian Jual Beli Akun Spttify Premium For Family (Kajian Analisis Komplilasi Hukum Ekonomi Syariah Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang	Kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Ispi Yanti dan peneliti ini adalah bahwa keduanya mengangkat topik utama tentang jual beli akun melalui penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan juga sama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.	Perbedaannya adalah meskipun Ispi Yanti membahas tentang jual beli akun Spotify Premium for Family dan peneliti ini membahas jual beli akun Instagram, fokus utama penelitian Ispi Yanti adalah pada transaksi jual beli dalam praktik jual beli akun Spotify Premium

	Informasi dan Transaksi)".		for Family di media sosial. Sebaliknya, peneliti ini hanya berfokus pada penelitian praktik jual beli akun Instagram ditinjau dari perspektif Undang-Undang ITE dan kompilasi hukum ekonomi syariah.
5.	Siti Muflihah dari IAIN Jember (2017), "Tinjauan Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE (Informasi Dan Transaksi Elektronik) Terhadap Jual Beli Account Clash Of Clans (COC) Studi Kasus Mahasiswa IAIN Jember"	Kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Siti Muflihah dan peneliti ini adalah bahwa keduanya melakukan analisis berdasarkan perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Obyek penelitian keduanya juga berfokus pada jual beli akun, dan keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya, di mana penelitian terdahulu membahas akun game online, sedangkan penelitian ini membahas akun Instagram, yang merupakan akun media sosial.
6.	Ali Iqbal Sya'bani dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2018), "Jual Beli Akun Go-Car Di Yogyakarta Perspektif Etika Dan Hukum Bisnis Islam"	Kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Ali Iqbal Sya'bani dan peneliti ini adalah bahwa keduanya meneliti tentang jual beli akun. Selain itu, keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya, di mana penelitian terdahulu membahas akun Go-Car, sedangkan penelitian ini membahas akun Instagram. Selain itu, pada penelitian terdahulu menggunakan tinjauan perspektif Etika dan Hukum Bisnis Islam, sementara pada penelitian ini menggunakan tinjauan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

7.	Arif Yusuf dari IAIN Purwokerto (2018), "Jual Beli Account Game Online Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Budi Bodong Traitor Purwokerto)"	Kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Arif Yusuf dan peneliti ini adalah bahwa keduanya meneliti tentang jual beli akun. Selain itu, keduanya juga menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya, di mana penelitian terdahulu membahas akun game online, sedangkan penelitian ini membahas akun Instagram. Selain itu, pada penelitian terdahulu menggunakan tinjauan perspektif Hukum Islam, sementara pada penelitian ini menggunakan tinjauan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.
8.	Desi Ratnasari dari UIN Raden Intan Lampung (2019), "Jual Beli Akun Ojek Online Dalam Pandangan Hukum Islam (Studi Kasus pada Driver Grab Bike Ojek Online Shelter Soang di Desa Podorejo, Pringsewu)"	Kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Desi Ratnasari dan peneliti ini adalah bahwa keduanya meneliti tentang jual beli akun. Selain itu, keduanya juga menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya terletak pada perspektif yang digunakan dalam penelitian, di mana penelitian terdahulu menggunakan tinjauan perspektif Hukum Islam, sedangkan penelitian ini menggunakan tinjauan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

B. Kajian Teori

Kajian teori merupakan landasan yang penting dalam penelitian karena memberikan pemahaman yang mendalam tentang konsep-konsep yang relevan dengan topik yang diteliti. Dalam kajian teori, peneliti membahas berbagai

teori yang telah ada, konsep-konsep terkait, temuan penelitian terdahulu, dan argumen-argumen yang mendukung atau menentang pandangan tertentu.

Pembahasan yang lebih luas dan mendalam dalam kajian teori akan memperdalam pemahaman peneliti terhadap konteks dan kompleksitas permasalahan yang diteliti. Hal ini membantu peneliti dalam merumuskan pertanyaan penelitian yang relevan, merancang metodologi yang sesuai, serta menganalisis hasil penelitian dengan lebih tepat. Dengan pemahaman yang lebih mendalam terhadap teori-teori yang terkait, peneliti dapat mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan yang masih perlu diisi, menemukan kerangka kerja yang tepat untuk menjawab pertanyaan penelitian, dan menyusun rekomendasi yang relevan untuk kebijakan atau praktik di lapangan.

Dengan demikian, kajian teori yang mendalam tidak hanya memberikan pijakan konseptual bagi penelitian, tetapi juga membantu peneliti untuk mengembangkan pemahaman yang lebih kritis, kompleks, dan holistik terhadap fenomena yang diteliti. Ini memungkinkan peneliti untuk membuat kontribusi yang lebih berarti dalam pengembangan pengetahuan dalam bidang yang bersangkutan. Kajian teori yang dibahas dalam penelitian ini meliputi:

1. Jual Beli

a. Definisi Jual Beli

Jual beli, sebagaimana dipahami dalam hukum Islam, dirangkum dalam istilah "al-bai'," yang menunjukkan tindakan menjual,

mengganti, atau menukar satu barang dengan barang lain. Menariknya, istilah Arab "al-bai" kadang-kadang digunakan secara bergantian dengan lawannya, "asy-syira" (beli), sehingga menggambarkan dualitas di mana "al-bai" mencakup penjualan dan pembelian.¹⁹

Dalam pengertian terminologis, para ulama yang mengikuti mazhab Hanafi mendefinisikan jual beli sebagai pertukaran harta dengan harta dengan cara tertentu, atau pertukaran barang yang diinginkan dengan barang yang sepadan melalui cara yang telah ditetapkan. Definisi ini secara inheren menyiratkan kepatuhan terhadap protokol tertentu, terutama prinsip ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan). Sebagai alternatif, transaksi dapat terjadi melalui pertukaran barang dan harga secara langsung antara penjual dan pembeli.

Hal yang sangat penting untuk keabsahan transaksi, menurut ulama Hanafi, adalah sifat barang yang dipertukarkan. Agar jual beli dianggap sah, barang yang diperjualbelikan harus memiliki manfaat bagi manusia. Jika barang yang diperjualbelikan tidak memiliki nilai manfaat bagi umat Islam, maka menurut ulama Hanafiyah, transaksi tersebut tidak sah. Dengan demikian, esensi dari jual beli, dalam kerangka kerja Hanafi, bukan hanya tindakan pertukaran tetapi juga

¹⁹ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta:Gaya Media Pratama,2007), 111.

pertimbangan manfaat yang melekat yang berasal dari barang yang dipertukarkan.

b. Dasar Hukum Jual Beli

1) Al- Qur'an

Landasan hukum jual beli berakar pada Al-Qur'an dan ajaran Nabi Muhammad saw. Al-Qur'an, teks agama utama Islam, memberikan panduan eksplisit tentang prinsip-prinsip yang mengatur transaksi komersial, menjelaskan pertimbangan etis dan parameter hukum di mana perdagangan harus dijalankan.²⁰

Salah satu ayat tersebut, yang terdapat dalam Surat Al-Baqarah (2:275), menegaskan kebolehan jual beli dan dengan tegas melarang praktik riba. Ayat tersebut menyatakan,

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ

Artinya: “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.²¹

Perintah ini menggarisbawahi sanksi Ilahi yang diberikan kepada pertukaran barang dan jasa sebagai sarana mata pencaharian yang sah, sekaligus mengutuk eksploitasi yang melekat pada praktik riba.

²⁰ Ibid., 113-114.

²¹ <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=275&to=275> diakses tanggal 10 Desember 2023

QS. An-Nisa' ayat 29:

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.²²

Demikian pula, dalam Surat An-Nisa' (4:29), orang-orang beriman diperintahkan untuk terlibat dalam perdagangan melalui transaksi yang saling menguntungkan, dengan demikian menekankan pentingnya transaksi yang adil dan pertukaran yang adil. Ayat ini memperingatkan agar tidak mengambil harta orang lain secara tidak benar dan menggarisbawahi kesucian hidup, menegaskan bahwa Allah, dalam kasih sayang-Nya, telah menganugerahkan pedoman ini untuk kepentingan dan perlindungan umat manusia.

2) Al-Hadist

Kerangka hukum yang mengatur transaksi komersial dalam Islam tidak hanya terbatas pada Al-Qur'an, tetapi juga mencakup ajaran-ajaran Nabi Muhammad (saw), seperti yang tercatat dalam

²² <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=29> diakses tanggal 10 Desember 2023

literatur Hadis. Tradisi-tradisi ini, yang dikenal sebagai Hadis, memberikan penjelasan lebih lanjut dan panduan tentang berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk praktik bisnis.

Hadis yang tercatat dalam koleksi Hadis at-Tirmidzi menyoroti status tinggi yang diberikan kepada mereka yang terlibat dalam perdagangan dengan integritas dan kepercayaan. Menurut riwayat ini, Nabi Muhammad (saw) menyatakan.

Dalam riwayat at-Tirmizi Rasulullah bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ، وَالصِّدِّيقِينَ، وَالشُّهَدَاءِ

Artinya: *“Pedagang yang jujur dan terpercaya itu sejajar (tempatnyanya di surga) dengan para Nabi, para siddiqin, dan para syuhada”*. (HR. at-Tirmizi)

Pernyataan mendalam ini mengangkat derajat pedagang yang jujur ke tingkat yang sepadan dengan tokoh-tokoh termulia dalam sejarah Islam, menegaskan pentingnya moral dalam menjalankan bisnis dengan ketulusan dan kejujuran.

3) Ijma' J E M B E R

Kerangka hukum seputar jual beli dalam Islam tidak hanya terbatas pada Al-Quran dan Hadis, tetapi juga mencakup konsep Ijma', atau konsensus ulama. Konsensus di antara para ulama Islam ini memperkuat kebolehan melakukan transaksi komersial, yang

didasarkan pada pengakuan akan saling ketergantungan manusia dan perlunya saling membantu dalam memenuhi kebutuhan.²³

Para ulama sepakat bahwa jual beli diperbolehkan karena adanya kenyataan mendasar bahwa setiap orang tidak dapat memenuhi semua kebutuhannya secara mandiri tanpa bergantung pada orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang yang diperoleh dari orang lain ini harus dipertukarkan dengan kompensasi yang sesuai atau barang yang nilainya setara, sesuai dengan prinsip-prinsip kejujuran dan keadilan yang melekat dalam hukum Islam.

Berdasarkan dasar hukum ini, jelaslah bahwa transaksi jual beli dibolehkan selama memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan yang diuraikan dalam yurisprudensi Islam, termasuk yang berkaitan dengan kontrak seperti Salam. Melalui transaksi semacam itu, individu dimungkinkan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan tanpa melanggar ketentuan Syariah.

Dari ayat-ayat Al-Quran, hadis-hadis Nabi, dan ijma' ulama, jelas bahwa jual beli diperbolehkan dan direstui oleh Allah, asalkan dilakukan atas dasar suka sama suka di antara para pihak yang terlibat.

²³ Al-Mushlih Abdullah dan Shalah ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, Darul Haq, Jakarta, 2004, hlm. 91-92.

c. Rukun dan Syarat Jual Beli

Praktik jual beli dalam Islam diatur oleh prinsip-prinsip dasar dan kondisi khusus yang memastikan keabsahan dan perilaku etis transaksi komersial. Di antara para ahli hukum yang terpelajar, terdapat variasi dalam memahami rukun dan komponen penting dalam jual beli. Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa rukun jual beli terangkum dalam konsep 'ijab' (penawaran) dan 'qabul' (penerimaan). Dalam kerangka hukum mereka, transaksi yang sah bergantung pada ekspresi niat timbal balik antara pihak-pihak yang terlibat-di mana pembeli menyatakan niat untuk membeli (ijab) dan penjual menerima tawaran ini (qabul).²⁴

Menurut jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat yaitu :²⁵

- 1) Ada orang yang berakad
- 2) Ada shighat (lafal ijab dan qobul)
- 3) Ada barang yang dibeli
- 4) Ada nilai tukar pengganti barang

Adapun syarat-syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan di atas sebagai berikut:²⁶

²⁴ Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah*, 55.

²⁵ Abdul Rahman Ghazaly, *fiqh muamalah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 71

²⁶ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), 118.

1) Orang yang berakad (subjek)

Dalam ranah perjanjian kontrak yang melibatkan penjualan, ada dua aktor utama: bai' (penjual) dan mustari (pembeli). Peran ini sering kali saling terkait dengan peran aqid, individu yang meresmikan dan melaksanakan kontrak. Tanpa keterlibatan aqid, transaksi tidak dapat dianggap sah. Dalam konteks ini, aqid harus memenuhi beberapa kriteria penting:

- a) Beragama Islam, Aqid harus menganut agama Islam. Persyaratan ini berlaku khusus untuk penjual, untuk memastikan bahwa transaksi tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Untuk barang-barang tertentu, seperti budak Muslim, persyaratan ini juga berlaku untuk pembeli.
- b) Aqid harus memiliki akal sehat yang mampu membedakan mana yang bermanfaat dan mana yang tidak. Sebagaimana

dinyatakan dalam Al-Quran (Surat An-Nisa, 4:5)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا
وَأَرْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ﴿٥﴾

Artinya: "Dan Janganlah kamu serahkan kepada orang yang sempurna akalnya". (Q.S A-Nisa (4): 5)²⁷

Ayat di atas menekankan pentingnya mempercayakan tanggung jawab dan harta benda hanya kepada orang yang berakal sehat.

²⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 115.

- c) Dengan kehendaknya sendiri, Keterlibatan dalam jual beli haruslah atas kehendak aqid sendiri.
- d) Baligh atau telah dewasa. Hukum Islam menetapkan kedewasaan sebagai prasyarat untuk status aqid. Untuk laki-laki, hal ini terjadi setelah mencapai pubertas atau mencapai usia lima belas tahun. Perempuan mencapai status aqid setelah mengalami menstruasi.
- e) Keduanya tidak mubazir, Kedua belah pihak yang terlibat dalam kontrak harus menunjukkan kehati-hatian dalam transaksi keuangan mereka. Menghambur-hamburkan kekayaan secara sembrono tidak dianjurkan, karena hal ini sejalan dengan nasihat Al-Quran (Surat Al-Isra, 17:27) bahwa:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: "sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada tuhanannya." (Q.S. Al-Isra' (17): 27)²⁸

Pemborosan disamakan dengan perilaku setan, yang mencerminkan kurangnya rasa syukur atas berkah ilahi dan kecenderungan untuk jatuh ke dalam godaan dan kehancuran finansial.²⁹

²⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 428.

²⁹ Rozalinda, *Fikih dan Ekonomi Syariah Prinsip dan Implementasi Pada Sektor Keuangan Syariah*, (Depok: Rajawali Pers, 2016), 67.

2) Akad (ijab qabul)

Konsep Akad (ijab qabul) dalam fiqih Islam merupakan aspek fundamental dari perikatan kontrak, khususnya dalam hal jual beli. Para ahli fikih sepakat bahwa landasan transaksi semacam itu terletak pada kerelaan kedua belah pihak yang terlibat. Berikut syarat yang harus ada pada sebuah ijab qabul:³⁰

- a) Kecakapan bertindak hukum: Orang yang membuat pernyataan (ijab atau kabul) harus sudah baligh dan berakal sehat, menurut mayoritas ulama.
- b) Konsistensi dalam Ijab dan Kabul: Penerimaan (kabul) harus sesuai dengan penawaran (ijab) agar kontrak menjadi sah.
- c) Pertemuan : Ijab dan kabul harus dilakukan dalam satu majelis di mana kedua belah pihak secara aktif terlibat dalam diskusi.

3) Ma'qud 'alaih (objek)

Dalam ranah hukum Islam mengenai transaksi, salah satu aspek penting adalah Ma'qud 'alaih (objek), yang berkaitan dengan barang atau benda yang menjadi inti dari perjanjian jual beli yang sah atau bertindak sebagai katalisator perjanjian tersebut. Agar suatu transaksi dapat dianggap sah, objek harus

³⁰ Abdul Rahman Ghazaly Dkk, *fiqh muamalah*, 73.

memenuhi syarat-syarat tertentu untuk memastikan keadilan dan keabsahannya. Syarat-syarat ini diuraikan sebagai berikut:³¹

- a) Keberadaan dan Aksesibilitas Barang: Barang yang dipermasalahkan harus ada secara fisik atau, jika tidak segera tersedia, penjual harus menunjukkan kemampuan untuk mendapatkannya. Kondisi ini mengakomodasi skenario seperti bisnis ritel di mana tidak semua barang dagangan dipajang tetapi dapat disediakan sesuai kesepakatan antara pembeli dan penjual.
- b) Barang yang diperjualbelikan harus layak pakai: Barang yang diperjualbelikan harus memiliki kegunaan, dan harus bersih serta bebas dari najis dan halal.³² Dilarang memperdagangkan barang yang tidak memiliki kegunaan atau najis. Sebagai contoh, menurut mazhab Syafi'iyah, barang-barang seperti arak, bangkai, babi, dan patung-patung tidak boleh diperjualbelikan karena najis. Namun, berhala yang rusak, yang direduksi menjadi batu biasa, dapat diperdagangkan karena memiliki tujuan praktis seperti bahan bangunan.
- c) Kepemilikan dan Otorisasi: Barang harus milik penjual atau berada di bawah otoritas hukum mereka. Ini berarti bahwa

³¹ Muhammad Yazid, *Fiqh Muamalah Ekonomi Islam*, 20.

³² Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah*, 64

penjual haruslah pemilik sah barang tersebut atau memiliki izin eksplisit dari pemilik yang sah untuk melakukan penjualan. Transaksi yang dilakukan oleh individu yang tidak memiliki hak kepemilikan atau otorisasi dianggap tidak sah dalam hukum Islam.

d) Kemampuan untuk Menyerahkan: Barang harus dapat diserahkan, artinya barang tersebut berada dalam kondisi yang dapat diserahkan kepada pembeli sesuai kesepakatan.³³ Jika barang tidak dapat diserahkan secara fisik sesuai dengan ketentuan perjanjian, hal ini membuka kemungkinan terjadinya penipuan atau kekecewaan bagi salah satu atau kedua belah pihak yang terlibat.

d. Jual Beli yang dilarang

Dalam kerangka fiqih Islam, penjualan dan pembelian tertentu dianggap terlarang jika tidak memenuhi persyaratan fiqih yang ditentukan. Nabi Muhammad (saw) juga secara eksplisit melarang transaksi semacam itu, dengan menekankan pentingnya mematuhi standar etika dalam perdagangan. Transaksi-transaksi yang dilarang ini meliputi:

1) Perdagangan dilarang untuk tujuan jual beli (barang yang akan diperdagangkan). Dalam fikih Islam, perdagangan merupakan kegiatan ekonomi yang penting, namun praktik-praktik tertentu

³³ Rozalinda, Fikih dan Ekonomi Syariah Prinsip dan Implementasi Pada Sektor Keuangan Syariah, 68.

dilarang keras untuk menjaga keadilan dan integritas dalam transaksi komersial. Di antara larangan-larangan ini adalah:³⁴

a) Jual Beli Gharar

Gharar merupakan segala transaksi yang tidak jelas (ghairu ma'lum) dalam hal-hal khususnya atau tidak jelas hasil atau konsekuensinya (majhul 'aqibah).³⁵ Jual beli barang yang tidak pasti, sehingga tidak nyata bentuk, wujud, dan hal lain pada barang tersebut. Maka, jual beli ini dilarang karena ketidakpastiannya.

b) Jual beli al-Mulamasah

Mulamasah atau transaksi yang terjadi jika yaitu jual beli dengan menyentuh. Misalnya, seseorang memiliki kebutuhan untuk memenuhi suatu barang dan kemudian bertemu dengan seseorang yang menyentuhnya. Jual beli jenis ini dilarang oleh agama karena mengandung unsur penipuan dan dapat merugikan salah satu pihak.

c) Jual beli al-Munabazah

Munabazah adalah jual beli dengan cara saling melemparkan barang-barang yang akan dijual belikan dengan tanpa memeriksa kembali.³⁶ Tentu ini tidak dibenarkan bahwa sebelumnya pembeli berhak untuk

³⁴ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 90

³⁵ Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqih*, (Bogor: Kencana, 2003), hlm. 201

³⁶ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2002), hlm. 35

melihat, menyentuh barang, dan mengecek apakah ada kecacatan atau yang ditawarkan. Tentu saja menjadi bermasalah jika hanya menyentuh lalu harus membayarkannya.

2. Akun Instagram

Sebuah aplikasi populer untuk berbagi foto dan jejaring sosial online, Instagram telah mengubah cara individu berinteraksi dan terhubung di era digital. Pengguna Instagram memiliki kesempatan untuk mengabadikan momen, menerapkan filter digital pada foto mereka, dan berbagi kreasi mereka di berbagai platform media sosial, termasuk Facebook, Twitter, dan lainnya.³⁷

Akun Instagram mencakup beragam kategori, yang melayani berbagai minat dan kegemaran. Di antaranya adalah akun komunitas atau fanbase, yang berfungsi sebagai tempat berkumpulnya individu dengan minat atau ketertarikan yang sama. Akun-akun ini memupuk persahabatan, memfasilitasi sosialisasi, dan menyediakan platform untuk keterlibatan kolektif dalam kegiatan yang berkaitan dengan minat yang sama.

Di Instagram, sebagai platform media sosial unggulan, menawarkan banyak sekali fitur yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong keterlibatan. Fitur-fitur ini, masing-masing memiliki tujuan yang berbeda, untuk memenuhi beragam

³⁷ Aditya Jarisman, “Jual Beli Followers Instagram menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Hukum Islam” (Skripsi--Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2018), 13

kebutuhan dan preferensi basis pengguna Instagram yang sangat besar.

Mari kita jelajahi fitur-fitur ini secara mendetail:

1. Siaran Langsung (Live): Fitur Live Instagram memungkinkan pengguna untuk menyiarkan konten video secara real-time.
2. Instagram Stories: Instagram Stories memungkinkan pengguna untuk berbagi konten foto dan video singkat yang akan hilang setelah 24 jam.
3. Suka: Fitur Suka di Instagram memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan apresiasi terhadap foto dan video yang diposting oleh orang lain.
4. Fitur Komentar di Instagram memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam percakapan dengan memberikan komentar pada postingan yang dibagikan oleh pengguna lain.
5. Filter Wajah: Filter Wajah menambahkan elemen kesenangan dan kreativitas pada postingan Instagram dengan melapisi efek unik pada wajah pengguna saat menggunakan fitur kamera.
6. Boomerang: Boomerang adalah fitur yang membuat video perulangan dari serangkaian foto, menangkap momen singkat dalam waktu dan memutarinya kembali dalam satu putaran terus menerus.
7. Simpan (Bookmark): Fitur Simpan memungkinkan pengguna untuk menandai foto dan video dari pengguna lain.
8. Pesan Langsung: Fitur Pesan Langsung Instagram memfasilitasi komunikasi pribadi antara pengguna.

9. Fitur Super Zoom Instagram menambahkan sentuhan pada video dengan memperbesar subjek secara otomatis.³⁸

Munculnya era globalisasi telah mengantarkan gelombang inovasi dan kreativitas di media sosial, yang berdampak besar pada dinamika keterlibatan pengikut. Di Instagram, pengikut dapat dikategorikan menjadi dua jenis yang berbeda: pengikut nyata dan pengikut tidak nyata. Pengikut nyata secara aktif terlibat dengan konten dan berpartisipasi dalam kegiatan media sosial, berkontribusi pada semangat komunitas yang dinamis. Sebaliknya, pengikut tidak nyata ditandai dengan kepasifan mereka, menunjukkan keterlibatan minimal atau tidak sama sekali dengan konten media sosial.

Mengidentifikasi pengikut yang tidak nyata dapat dilihat melalui karakteristik tertentu:

- a. Pengikut tidak nyata sering kali berasal dari akun luar negeri, yang mencerminkan kurangnya keterlibatan yang tulus dengan konten.
- b. Pengikut tidak nyata biasanya menunjukkan rasio yang tidak proporsional antara akun yang mereka ikuti dibandingkan dengan pengikut mereka sendiri, yang menandakan kurangnya keterlibatan timbal balik dalam komunitas Instagram.
- c. Setelah memeriksa profil pengikut yang tidak nyata, ciri yang umum adalah tanggal pembuatan akun yang seragam, yang menunjukkan pendekatan sistematis untuk membuat profil yang tidak aktif.³⁹

³⁸ Rifky Fadillah Anwar, "Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Wilayah Instagram Bengkulu)" (Skripsi--IAIN Bengkulu, Bengkulu, 2019), 37.

Di luar perannya sebagai platform untuk berbagi foto dan jejaring sosial online, Instagram telah muncul sebagai pusat e-commerce, memfasilitasi kegiatan jual beli di pasar online. Antarmuka platform yang mudah digunakan dan jangkauannya yang luas telah menjadikannya tujuan utama bagi para pebisnis dan konsumen, mendorong lonjakan aktivitas perdagangan online.

3. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

a. Pengertian Jual Beli

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Buku II, penjelasan tentang Jual Beli, sebagaimana diuraikan dalam bab I di bawah Ketentuan Umum, berfungsi sebagai landasan untuk memahami transaksi komersial dalam yurisprudensi Islam.⁴⁰ Dalam kerangka hukum yang kompleks ini, konsep 'ba'i' mewujudkan mekanisme pertukaran yang memiliki banyak aspek, tidak hanya mencakup tindakan menjual tetapi juga tindakan membeli.⁴¹ Konsep ini menggambarkan paradigma transaksional di mana barang dibarter dengan barang atau komoditas dipertukarkan dengan unit moneter, yang mewujudkan esensi interaksi ekonomi yang dipandu oleh prinsip-prinsip Syariah.⁴²

³⁹ Aditya Jarisman, *“Jual Beli Followers Instagram menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Hukum Islam”* (Skripsi--IAIN Tulungagung, Tulungagung, 2018), 74.

⁴⁰ Tim Redaksi, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, 15.

⁴¹ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), 111

⁴² Al-Faifi, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, (Jakarta: Beirut Publishing, 2010),

Dalam hukum Islam, dinamika transaksional Jual Beli melibatkan pengalihan hak milik antara pihak-pihak yang setuju, yang diatur oleh prinsip-prinsip kesepakatan bersama dan pertimbangan yang nyata. Inti dari pertukaran ini adalah dua aktor penting: penjual, yang melepaskan kepemilikan barang, dan pembeli, yang memperolehnya dengan imbalan uang. Namun, legitimasi transaksi semacam itu bergantung pada kepatuhan terhadap norma-norma hukum yang ditetapkan, yang mencakup syarat-syarat yang diperlukan, pilar-pilar dasar, dan mandat Syariah yang menyeluruh. Ketentuan-ketentuan ini, yang didukung oleh gagasan kepemilikan yang sah, berfungsi sebagai landasan di mana interaksi komersial dibangun, memastikan keselarasan dengan ajaran etika dan hukum perdagangan Islam.⁴³

b. Syarat dan rukun

Mengeksplorasi aspek-aspek dasar dari transaksi, sebagaimana diuraikan dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), Pasal 56 menguraikan tiga rukun yang sangat penting dalam proses jual beli, yang biasa disebut dengan "bai". Rukun-rukun tersebut meliputi keterlibatan para pihak, objek transaksi, dan perjanjian itu sendiri.⁴⁴

Mengenai syarat dalam jual beli tersebut, adalah sebagai berikut:

- 1) Sesuai dengan Pasal 57 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian jual beli meliputi penjual, pembeli, dan pihak-pihak terkait lainnya yang

⁴³ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 69

⁴⁴ Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 30

terlibat dalam perjanjian tersebut.⁴⁵ Istilah "para pihak" di sini menunjukkan individu-individu yang melakukan kontrak, yaitu penjual dan pembeli. Dasar dari proses transaksional adalah konsep 'aqid, yang menyatakan bahwa penjualan atau pembelian tidak dapat terjadi tanpa kehadiran kedua belah pihak. Agar pertukaran semacam itu dianggap sah, kriteria tertentu harus dipenuhi oleh pihak-pihak yang terlibat.⁴⁶

- a) Pemrakarsa transaksi haruslah orang yang sudah mumayyiz, memiliki kemampuan kognitif untuk membedakan mana yang boleh dan mana yang tidak, membedakan mana yang etis dan mana yang tidak. Oleh karena itu, jual beli yang dilakukan oleh orang yang belum dewasa dan tidak memiliki kemampuan kognitif ini dianggap tidak sah.
- b) Transaksi harus dilakukan oleh orang yang berakal sehat, karena hanya orang yang sadar dan rasional yang dapat melakukan transaksi jual beli secara efektif, dengan menggunakan penalaran yang logis dalam prosesnya.
- c) Transaksi harus sesuai dengan prinsip taradli, yang menandakan bahwa transaksi tersebut bersifat sukarela dan bebas dari paksaan atau pengaruh yang tidak semestinya.

⁴⁵ Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 31.

⁴⁶ Chairuman Pasaribu, et.all., *Hukum Perjanjian dalam Islam*, (Cet. II ; Jakarta : Sinar Grafika, 1996), 35-36

d) Kedua belah pihak tidak boleh dalam keadaan tidak cakap hukum, yang menunjukkan bahwa mereka adalah individu yang kompeten secara hukum yang mampu melakukan tindakan hukum mereka sendiri.

2) Obyek

Dalam ranah perjanjian kontraktual, istilah "objek" memiliki arti yang sangat penting, yang mewakili esensi dari transaksi jual beli. Sebagaimana diartikulasikan dalam Pasal 58 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), objek jual beli mencakup beragam entitas, mulai dari barang berwujud hingga aset tidak berwujud, harta bergerak hingga harta tidak bergerak, dan barang-barang dengan status terdaftar maupun tidak terdaftar. Namun, penyertaan suatu objek dalam perjanjian jual beli mengharuskan kepatuhan yang cermat terhadap serangkaian prasyarat untuk memastikan keabsahan dan keefektifan transaksi.⁴⁷

Persyaratan rinci yang berkaitan dengan objek yang diperjualbelikan diuraikan secara komprehensif dalam Pasal 76 KHES, yang dengan cermat menguraikan kondisi-kondisi berikut:⁴⁸

a) Keberadaan: Barang dagangan yang akan dipertukarkan harus benar-benar ada.

⁴⁷ Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 31.

⁴⁸ Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 33.

- b) Kemampuan pengiriman: Barang dagangan harus dapat diserahkan kepada pembeli.
- c) Nilai yang dapat dipastikan: Kriteria penting yang mengamanatkan bahwa barang dagangan harus memiliki nilai atau harga yang dapat dilihat, untuk mengukur sifat pertukaran yang adil.
- d) Keabsahan: Inti dari prinsip-prinsip Islam, barang dagangan harus dianggap halal, sesuai dengan standar etika dan moral.
- e) Kesadaran Pembeli: Pembeli harus memiliki pengetahuan tentang barang dagangan, memastikan transparansi dan pengambilan keputusan yang tepat selama proses transaksi.
- f) Kekhasan: Atribut dan karakteristik unik dari barang dagangan harus digambarkan dengan jelas, mencegah ambiguitas atau kesalahpahaman antara pihak-pihak yang terlibat.

Pasal 76 KHES berfungsi sebagai panduan, menjelaskan nuansa rumit seputar sifat objek yang diperdagangkan. Dalam konteks yang sedang diteliti, yaitu jual beli akun Instagram, meskipun sifatnya tidak berwujud, para pihak yang terlibat memiliki pemahaman bersama mengenai esensi kontrak dan karakteristik yang melekat pada aset tersebut. Dengan demikian, bahkan dalam transaksi yang melibatkan aset virtual, prinsip-prinsip yang diuraikan dalam hukum Islam tetap relevan dan dapat diterapkan, memastikan integritas dan keadilan dalam transaksi komersial.

Ketika mempertimbangkan kondisi di mana barang dapat diperdagangkan secara sah, yang berfungsi sebagai objek kontrak atau ma'qud alaih, beberapa prinsip utama ikut berperan:

- a) Legalitas: Barang yang sah untuk digunakan, sesuai dengan hukum Syariah, pada umumnya diperbolehkan untuk diperdagangkan.⁴⁹
- b) Kegunaan: Pada dasarnya, segala sesuatu yang ada di bumi secara inheren memiliki manfaat.
- c) Dapat dipindahtangankan: Barang yang memenuhi syarat untuk diperjualbelikan harus dapat dipindahtangankan. Prinsip ini sejalan dengan larangan gharar (ketidakjelasan), yang bertujuan untuk mencegah perselisihan di masa depan yang berasal dari transaksi yang tidak pasti.⁵⁰
- d) Transparansi: Kejelasan mengenai barang dan harga adalah hal yang terpenting dalam setiap transaksi. Kedua belah pihak harus sepenuhnya memahami sifat, kuantitas, kualitas, dan harga barang yang dipertukarkan.⁵¹ Transparansi ini, sebagaimana diuraikan dalam Pasal 21 KHES, mengurangi risiko kerugian pasca-transaksi dan mencegah praktik penipuan.⁵²

⁴⁹ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang menurut Islam*, (Cet Ke-I: Bandung: Diponegoro, 1984), 88.

⁵⁰ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang menurut Islam*, (Cet Ke-I; Bandung: Diponegoro, 1984), 90 – 91.

⁵¹ Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 21.

⁵² Sulaiman Al-Faifi, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, (Jakarta: Beirut Publishing, 2010), 65.

e) Kepemilikan: Barang yang memenuhi syarat untuk dijual harus berada dalam kepemilikan atau kendali penjual. Larangan menjual barang yang belum dikuasai berfungsi untuk melindungi semua pihak yang terlibat dari ketidakjelasan, kerugian, dan potensi konflik.⁵³

3) Kesepakatan

Kesepakatan dalam jual beli merupakan manifestasi dari kerelaan kedua belah pihak, yakni penjual dan pembeli, untuk melakukan transaksi. Menurut Pasal 60 dalam Kitab Hukum Ekonomi Syariah (KHES), kesepakatan tersebut dilakukan dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan aspirasi keduanya, baik yang berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari maupun upaya pengembangan usaha.

Dalam konteks ini, kesepakatan mencerminkan persetujuan bersama antara penjual dan pembeli, di mana keduanya secara sadar dan sukarela menyepakati persyaratan dan kondisi yang tercantum dalam perjanjian jual beli.

Dengan demikian, kesepakatan dalam jual beli tidak hanya tentang pertukaran materi atau barang, tetapi juga tentang memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan yang diinginkan oleh kedua belah pihak. Hal ini mencerminkan prinsip saling menguntungkan dan adil

⁵³ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang menurut Islam*, (Cet Ke-I; Bandung: Diponegoro, 1984), 96.

dalam setiap transaksi ekonomi, sejalan dengan nilai-nilai etika dan keadilan yang dijunjung tinggi dalam hukum ekonomi syariah.

Landasan dari setiap perjanjian jual-beli terletak pada konsep kontrak tradisional Islam yang dikenal sebagai "ijab-kabul". Pada intinya, ijab adalah ungkapan niat dari satu pihak untuk melakukan transaksi, dengan merinci syarat dan ketentuan, sementara kabul menunjukkan penerimaan syarat dan ketentuan tersebut oleh pihak lain. Pertukaran komitmen verbal yang saling menguntungkan ini sangat penting karena menunjukkan kesepakatan sukarela antara kedua belah pihak yang terlibat.

Setelah ijab dan kabul diucapkan dalam jual beli, kepemindahtanganan kepemilikan terjadi. Barang atau nilai uang yang dipertukarkan menjadi milik pembeli, sementara uang atau pembayaran menjadi milik penjual.

Sesuai dengan kerangka hukum, khususnya yang diuraikan dalam KHES Pasal 29, syarat-syarat tertentu harus dipenuhi agar ijab-kabul menjadi sah:

- a) Akad harus bebas dari unsur kekeliruan atau kesalahpahaman, paksaan, penipuan, atau salah sangka.
- b) Perjanjian tersebut harus mencakup elemen-elemen penting dari sebuah kontrak yang sah: persetujuan bersama, kecakapan

untuk membuat kontrak, pokok permasalahan yang jelas, dan pertimbangan yang sah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Penjelasan tentang kesalahan ditemukan dasarnya dalam Pasal 30 Undang-undang Ekonomi Kerajaan (KHES), yang menetapkan bahwa kesalahan, kecuali yang mendasar pada esensi perjanjian, tidak menjamin pembatalan kontrak. Paksaan, sebagaimana dijelaskan dalam KHES Pasal 29, berkaitan dengan tindakan memaksa seseorang untuk melakukan tindakan yang bertentangan dengan kehendaknya, sehingga tidak memiliki pilihan bebas.⁵⁴

. Pasal 34 KHES lebih lanjut menjelaskan bahwa penipuan merupakan alasan untuk pembatalan kontrak, khususnya ketika penipuan tersebut cukup terang-terangan, sehingga jelas bahwa kontrak tidak akan terwujud tanpa penipuan tersebut.⁵⁵

Konsep misrepresentasi, yang diuraikan dalam Pasal 35 KHES, berkaitan dengan skenario di mana terdapat ketidaksesuaian antara manfaat yang diantisipasi dan imbalan aktual yang ditetapkan dalam kontrak. Selain itu, Pasal 70 KHES menetapkan bahwa penawaran (ijab) menjadi batal demi hukum jika salah satu pihak menunjukkan ketidaktulusan dalam ekspresi verbal atau perilaku persetujuan (kabal), sehingga meniadakan alasan apa pun untuk melanjutkan

⁵⁴ Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 24

⁵⁵ Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 25

transaksi. Demikian pula, menarik kembali penawaran sebelum penerimaan (kabul) diekspresikan oleh pihak yang menawarkan membuat penawaran menjadi batal demi hukum.⁵⁶

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

Kerangka hukum yang terangkum dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dalam Pasal 2 dijelaskan bahwa Undang-undang ini merupakan seperangkat peraturan yang komprehensif yang mengatur kegiatan elektronik dengan konsekuensi hukum di dalam dan di luar batas-batas teritorial Indonesia.⁵⁷

Dalam lingkup transaksi elektronik, Pasal 17 menjelaskan ruang lingkupnya, menggambarkan potensi pelaksanaannya dalam domain publik dan privat. Selain itu, Pasal 18 menggarisbawahi sifat mengikat secara hukum dari kontrak yang dibuat melalui sarana elektronik, yang menegaskan keberlakuannya. Jika terjadi sengketa, para pihak memiliki hak prerogatif untuk memilih mekanisme penyelesaian sengketa. Namun, jika tidak ada kesepakatan bersama, prinsip-prinsip hukum perdata nasional berfungsi sebagai dasar untuk adjudikasi, memastikan penyelesaian yang adil.

⁵⁶ Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 33

⁵⁷ Tim Redaksi BIP, *Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017), 32

Dalam lanskap perdagangan elektronik yang rumit, prinsip dasar konsensualisme adalah yang tertinggi, mengatur interaksi yang rumit antara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi digital. Pada intinya, terdapat perjanjian dan kesepakatan bersama, yang tumbuh dari pertukaran penawaran dan penerimaan yang sesuai. Mekanismenya tidak jauh berbeda dengan transaksi pada umumnya hanya saja yang membedakan terletak pada media yang digunakan yaitu media elektronik berupa internet.

Pasal 19 menggambarkan keharusan untuk menggunakan sistem elektronik yang telah disepakati. Pengecualian terhadap norma ini terdapat pada Pasal 20 ayat (1) atas dasar kesepakatan bersama di antara para pihak. Oleh karena itu, asal mula transaksi elektronik apabila ada penawaran oleh penjual, dan ada persetujuan dari pembeli.

Menggali lebih dalam ke dalam penjelasan ini, Pasal 20 ayat (2) menjelaskan bahwa persetujuan penawaran transaksi elektronik harus bersamaan dengan penerimaan melalui media elektronik. Setelah tercapainya kesepakatan antara kedua belah pihak dilanjutkan dengan pembayaran. Pembayaran dapat dilakukan melalui pembayaran langsung atau melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan platform perantara, pembayaran dapat dilakukan dengan metode pembayaran yang telah disepakati

sebelumnya.⁵⁸ Dengan ambang batas proses pembayaran telah selesai, beralih ke tindakan terakhir pemenuhan kewajiban penjual dengan mengirimkan barang atau jasa yang dipesan oleh pembeli.⁵⁹

Sistem elektronik berfungsi sebagai sarana oleh masyarakat yang ingin terlibat dalam perjanjian elektronik, sebagaimana diatur dalam ketentuan menyeluruh Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Sistem ini berfungsi sebagai deklarasi adanya prosedur informasi yang memaparkan penjelasan sebuah aplikasi. Meskipun pada dasarnya mirip dengan kontrak pada umumnya, kontrak elektronik berbeda dalam hal cara pembuatannya, yang diwujudkan dalam sistem digital.⁶⁰

Lanskap legislatif yang mengatur transaksi elektronik di Indonesia telah mengalami beberapa kali amandemen dengan tetap mempertahankan status aktifnya. Diwujudkan dalam kerangka Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Dasar pemikiran di balik amandemen ini memiliki banyak aspek, mencakup berbagai masalah dan pertimbangan hukum. Pertama dan terutama, perbedaan yang timbul dari putusan

⁵⁸ Ahmadi Miru dan Sutarnan Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010), 38.

⁵⁹ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

⁶⁰ Muhammad Syaifudi, *Hukum Kontrak*, (Bandung: Mandar Jaya, 2016), 39.

Mahkamah Konstitusi, termasuk kasus-kasus seperti Nomor 50/PUU-VI/2008, Nomor 2/PUU-VII/2009, Nomor 5/PUU-VIII/2010, dan Nomor 20/PUU-XIV/2016, mengharuskan penyesuaian legislatif untuk menyelaraskan dengan mandat peradilan. Selain itu, kekhawatiran mengenai efektivitas penyelidikan dan prosedur penegakan hukum yang dilakukan melalui media elektronik menyoroti perlunya peningkatan langkah-langkah pengaturan untuk menggagalkan kegiatan kriminal dan memastikan proses hukum yang adil.

Aspek penting lainnya berkaitan dengan potensi penyebaran konten terlarang dalam sistem komputer, yang menimbulkan tantangan bagi pengawasan peraturan dan memerlukan perlindungan untuk melindungi dari akses yang tidak sah dan penyalahgunaan informasi. Selain itu, perlindungan hak privasi individu menjadi perhatian utama, dengan mewajibkan persetujuan yang bersangkutan untuk penggunaan data pribadi dalam transaksi elektronik.

BAB III

METODE PENELITIAN

Menurut Soerjono Soekanto, metode adalah suatu proses atau prosedur yang terstruktur yang dirancang untuk mengatasi dan memecahkan masalah tertentu. Sebaliknya, penelitian mengacu pada penyelidikan yang cermat, teliti, dan tekun terhadap suatu subjek atau peristiwa tertentu, dengan tujuan memperluas pengetahuan manusia. Oleh karena itu, metode penelitian dapat didefinisikan sebagai proses sistematis, yang mencakup prinsip dan prosedur, yang dimaksudkan untuk menyelesaikan dan memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang dihadapi selama penelitian.⁶¹

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian dapat diartikan sebagai “cara pandang peneliti dalam memilih spektrum ruang bahasan yang diharap mampu memberi kejelasan uraian dari suatu substansi karya ilmiah”. Dengan pendekatan tersebut peneliti akan mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu hukum yang hendak dijawab.⁶²

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif ini dikaitkan dengan pemahaman tentang kehidupan sehari-hari. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Metode penelitian deskriptif ini adalah suatu metode yang digunakan untuk

⁶¹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press 1982), 81.

⁶² Nur Solikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, Jawa Timur: Qiara Media, 2021, hlm 58.

mendapatkan gambaran tentang keadaan fenomena jual beli akun Instagram dengan menggambarkan sedetail mungkin berdasarkan fakta-fakta terkini, berdasarkan data, analisis dan interpretasi⁶³. Secara khusus, penelitian ini menyelidiki legalitas seputar jual beli akun Instagram, sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian yuridis empiris. Penelitian yuridis empiris merupakan jenis penelitian hukum sosiologi atau dapat disebut dengan penelitian lapangan (field research) yang mengkaji ketentuan hukum yang berlaku dan bertujuan untuk mengumpulkan data dari lokasi dan lapangan.⁶⁴ Dengan mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang menggambarkan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktik-praktik jual beli akun Instagram di media sosial Instagram.

B. Sumber Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis sumber data yang berbeda:

⁶³ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hal.44.

⁶⁴ Junaedi Efendi dan Jhonny. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris* (Jakarta: Kencana, 2018), h.150.

a. Data Primer

Sumber data primer mengacu pada informasi yang langsung diperoleh dari sumber pertama, seperti responden dan informan. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan dari individu yang terlibat langsung dalam transaksi akun Instagram, yaitu penjual dan pembeli. Pengumpulan data ini dilakukan dengan melakukan wawancara dengan para penjual dan pembeli di platform media sosial dan situs e-commerce. Data primer yang diperoleh melalui wawancara ini kemudian dianalisis dalam konteks Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES). Pendekatan langsung ini memastikan bahwa data yang diperoleh mencerminkan pengalaman dan praktik nyata dari mereka yang terlibat dalam jual beli akun Instagram.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder terdiri dari informasi yang diperoleh melalui tinjauan pustaka. Ini termasuk artikel, buku referensi, situs web, jurnal akademis, tesis dan materi tambahan lainnya yang memberikan konteks tambahan dan dukungan untuk data primer. Data sekunder melengkapi data primer, meningkatkan kedalaman dan keandalan temuan penelitian. Literatur yang ditinjau mencakup diskusi tentang jual beli akun Instagram,

dengan fokus khusus pada perspektif hukum yang disediakan oleh Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES).

C. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah elemen penting dari metode ilmiah, yang berfungsi sebagai prosedur terstruktur dan terstandardisasi untuk memperoleh data yang diperlukan untuk penelitian. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode, yang masing-masing disesuaikan untuk mendapatkan informasi yang komprehensif dan akurat:⁶⁵

1. Observasi

Observasi melibatkan pengamatan dan pencatatan

fenomena secara sistematis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini, cara kerja metode observasi yaitu dengan mengikuti alur proses transaksi jual beli akun Instagram di media sosial Instagram.

2. Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk mengumpulkan narasi dan informasi rinci dari responden. Metode ini melibatkan komunikasi langsung antara peneliti dan partisipan, yang bertujuan

⁶⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta, 2014) 62.

untuk menggali pengetahuan, pengalaman, pendapat dan perspektif yang mendalam terkait penelitian.⁶⁶ Wawancara dilakukan dengan penjual dan pembeli akun Instagram untuk memastikan pemahaman yang komprehensif tentang motivasi, tantangan, dan wawasan mereka.⁶⁷ Metode ini tidak hanya memberikan data kualitatif yang berharga tetapi juga membantu memvalidasi informasi yang diperoleh dari sumber lain, memastikan keandalan dan kredibilitas temuan penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi melibatkan pengumpulan dan analisis catatan atau dokumen dari peristiwa masa lalu. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan bahan tertulis, gambar dan laporan yang memberikan konteks historis dan data tambahan. Dokumen-dokumen ini termasuk catatan, transkrip, buku agenda, dan catatan lain yang relevan yang ditinjau untuk mendapatkan informasi yang relevan. Metode dokumentasi melengkapi teknik observasi dan wawancara, menyediakan sumber data yang kaya yang meningkatkan kekuatan penelitian secara keseluruhan.⁶⁸

⁶⁶ Hamidi, *Metode Penelitian dan teori Komunikasi*, UMM Press, Malang, 2010, hlm 140

⁶⁷ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012),

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahap kritis dalam proses penelitian, yang melibatkan kombinasi sistematis, kategorisasi, dan diferensiasi fakta yang terkumpul untuk menarik kesimpulan yang bermakna. Tahap ini mengikuti upaya pengumpulan data, di mana informasi dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti menggunakan metode analisis deskriptif untuk mengolah dan menginterpretasikan data.⁶⁹

Metode analisis deskriptif melibatkan perincian dan penjelasan data dengan cara yang dapat dipahami dan relevan dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah pada praktik jual beli akun Instagram. Melalui metode ini, para peneliti bertujuan untuk menyajikan data yang jelas dan terstruktur, menyoroti pola dan wawasan yang signifikan terkait perilaku transaksi jual beli yang diamati di platform Instagram.⁷⁰

E. Keabsahan Data

Memastikan validitas data adalah aspek penting dari setiap studi penelitian dan ini merupakan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh seorang peneliti dengan serius. Keabsahan data menjamin bahwa temuan penelitian dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Untuk mencapai hal ini, peneliti harus menggunakan berbagai teknik dan

⁶⁹ Abdullah Saed, *Bank Islam dan Bunga (Studi Interpretasi Kontemporer tentang Riba dan Bunga)*, (Jakarta: Senayan Abadi, 2011), 137.

⁷⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik* (Jakarta :Rieneka Cipta 2010),63

mematuhi kriteria khusus yang memastikan akurasi dan keandalan data yang dikumpulkan. Dalam penelitian kualitatif, salah satu langkah yang paling penting dalam proses ini adalah menguji kredibilitas data.

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan penekanan yang signifikan terhadap validitas data dan menggunakan metode triangulasi untuk mencapainya. Triangulasi adalah pendekatan yang kuat yang menggabungkan beberapa metode atau sumber data untuk memverifikasi silang informasi dan memastikan keandalannya. Dengan menggunakan triangulasi, penelitian ini bertujuan untuk mencapai tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap temuan-temuannya.⁷¹

Triangulasi melibatkan pengecekan data dari berbagai perspektif untuk memastikan keakuratannya. Penelitian ini menggunakan dua jenis triangulasi: triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

a. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber melibatkan verifikasi kredibilitas data dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Proses ini biasanya mencakup melakukan wawancara dengan beberapa responden untuk memeriksa ulang dan memvalidasi data. Dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber, peneliti dapat mengidentifikasi konsistensi

⁷¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018)

dan ketidaksesuaian yang membantu dalam mengonfirmasi keakuratan informasi.

b. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik, di sisi lain, menilai kredibilitas data dengan menggunakan metode yang berbeda untuk mengumpulkan data dari sumber yang sama. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kombinasi observasi dan dokumentasi untuk memverifikasi data. Pendekatan ini memastikan bahwa data diperiksa dari berbagai sudut pandang, sehingga meningkatkan validitasnya. Sebagai contoh, observasi memberikan wawasan waktu nyata tentang perilaku dan proses, sementara dokumentasi menawarkan informasi historis dan kontekstual. Dengan melakukan pemeriksaan silang data melalui berbagai teknik ini, peneliti dapat memperoleh kumpulan data yang lebih komprehensif dan dapat diandalkan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

F. Tahap-Tahap Penelitian
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

J E M B E R
Proses penelitian disusun ke dalam beberapa fase yang berbeda, masing-masing terdiri dari langkah-langkah spesifik untuk memastikan pendekatan yang komprehensif dan sistematis terhadap penelitian ini. Tahap-tahap ini meliputi kegiatan pra penelitian, penelitian dan pasca penelitian.

a. Pra riset

- 1) Menentukan judul penelitian
- 2) Menentukan tempat penelitian
- 3) Mengurus perizinan penelitian
- 4) Menyusun pertanyaan penelitian
- 5) Mempersiapkan informan
- 6) Mengumpulkan bahan pustaka
- 7) Menyusun proposal

b. Riset

- 1) Melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi:
- 2) Memilih data yang relevan
- 3) Menganalisis data
- 4) Menarik kesimpulan

c. Pasca Riset

- 1) Menyusun hasil penelitian
- 2) Melaksanakan ujian tesis
- 3) Merevisi proposal
- 4) Penjilidan

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Pengertian Instagram

Secara istilah kata Instagram berasal dari kata "*insta*" yang berasal dari kata "*instan*" yang berasal dari kamera polaroid, kamera instan. Sedangkan kata "*gram*" diambil dari kata "*telegram*" yang dapat mengirim pesan dengan cepat. Dalam hal ini, istilah tersebut didasarkan pada tujuan Instagram untuk dapat berbagi gambar dan informasi secara instan melalui internet. Dulunya hanya sebuah platform untuk berbagi foto dan video, Instagram telah berevolusi menjadi jejaring sosial yang memiliki banyak sisi, menawarkan kemampuan siaran langsung dan layanan perpesanan.

Kemunculannya menjadi terkenal terbukti dari basis penggunanya, dengan Pengguna Aktif Bulanan (MAU) di Indonesia saja telah melampaui 22 juta, menurut penelitian Emarketer Instagram menduduki peringkat ke 2 sebagai pengguna media sosial terbanyak setelah Facebook. Pertumbuhan eksponensial ini dapat dikaitkan dengan Instagram yang intuitif dan fitur-fiturnya yang beragam, tidak heran jika Instagram telah mengalami peningkatan cukup pesat.⁷²

Para pelaku bisnis yang menyadari potensi platform ini, berbondong-bondong menggunakan Instagram untuk mempromosikan

⁷² Muhamad Fadhool Tamimy, *Sharing-mu Personal Branding-mu*, (Jakarta: Visimedia, 2017), 172

produk dan layanan mereka. Sifat visual Instagram cocok untuk strategi pemasaran, memikat setiap pengguna dengan gambar yang menarik. Setiap postingan menjadi peluang bagi bisnis untuk terlibat dengan target pasar mereka, menumbuhkan loyalitas merek dan mendorong penjualan.

Selain daya tarik komersialnya, Instagram juga menumbuhkan budaya pengaruh dan aspirasi. Para pengguna berlomba-lomba mendapatkan pengikut, berusaha mengumpulkan pengikut yang mirip dengan status selebriti. Para influencer, atau "selebritis" di dunia digital, memiliki pengaruh yang cukup besar, menarik para pengiklan yang ingin memanfaatkan jangkauan mereka.⁷³

Pengusaha dan pedagang online menganggap Instagram sebagai lahan subur untuk mengembangkan merek mereka. Dengan memanfaatkan fitur-fiturnya yang canggih, mereka merajut strategi konten yang rumit, memanfaatkan kekuatan visual untuk memikat audiens. Kepuasan yang didapat dari like dan komentar mendorong siklus keterlibatan, membina komunitas dan kolaborasi yang melampaui batas-batas geografis.⁷⁴

2. Sejarah Instagram

Akuisisi Instagram oleh Facebook pada tahun 2012 menandai momen penting dalam sejarah media sosial. Dengan nilai \$1 juta,

⁷³ Ariesty 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).

⁷⁴ Dian Innes Anjaskara, "Pengaruh Sikap pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram", (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2016), 10.

kombinasi dari uang tunai dan saham. Setelah akuisisi tersebut, Instagram dengan cepat memperluas basis penggunanya dengan merilis versi yang kompatibel dengan perangkat Android. Responnya sangat fenomenal, dengan lebih dari 1 juta unduhan tercatat dalam satu hari. Lonjakan popularitas ini menggarisbawahi daya tarik universal Instagram dan meletakkan dasar untuk evolusi selanjutnya.

Pada bulan November 2012, Instagram memulai debutnya sebagai aplikasi web, memberikan pengguna akses ke fitur-fiturnya melalui browser desktop. Meskipun pada awalnya fungsionalitasnya terbatas dibandingkan dengan aplikasi selulernya, ini menandai langkah signifikan untuk memperluas aksesibilitas dan keterlibatan pengguna Instagram.⁷⁵

Platform ini terus berinovasi, Maret 2014 yang menandai diperkenalkannya Geotagging. Fitur terobosan ini memberdayakan pengguna untuk menambahkan informasi lokasi yang tepat pada foto mereka, memperkaya konten mereka dengan relevansi kontekstual. Awalnya bergantung pada aktivasi GPS, Geotagging telah berevolusi untuk mengakomodasi penandaan lokasi yang lebih luas, yang mencakup kota dan tempat hiburan tanpa memerlukan aktivasi GPS.

Evolusi Instagram melampaui kemajuan teknologi semata; Instagram telah membentuk kembali struktur kehidupan kontemporer. Apa yang dulunya berfungsi sebagai media interaksi sosial telah bermetamorfosis menjadi alat multifaset untuk hiburan, pendidikan,

⁷⁵ Diakses di <https://dianisa.com/pengertian-instagram/> pada 13 Maret 2024 pukul 21.31 WIB.

inspirasi, dan perdagangan. Sifat adaptif dan inovasi tanpa henti dari platform ini telah memastikan relevansinya yang abadi dalam lanskap digital yang terus berubah.

3. Fitur-Fitur Instagram

Instagram menawarkan banyak sekali fitur yang memenuhi berbagai kebutuhan dan preferensi penggunanya. Fitur-fitur ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan, tetapi juga menyediakan sarana untuk berekspresi, berinteraksi, dan berkreasi. Mari kita pelajari beragam fitur yang ditawarkan Instagram:

- 1) *Following and Followers*, jumlah akun yang ikuti dan akun yang mengikuti.
- 2) *Bio*, bio Instagram berfungsi sebagai informasi data diri, berisi detail seperti opsi pengeditan profil, alat promosi, aksesibilitas konten yang diarsipkan dan informasi kontak.
- 3) *Restrict*, fitur anti-bullying dirancang khusus untuk mengekang pelecehan di platform, membatasi interaksi dengan pengguna yang terlibat dalam perilaku bullying.
- 4) *Instagram Reels*, pengguna dapat membuat dan berbagi video pendek berdurasi 15 detik.
- 5) *Activity Control*, fitur ini untuk mengelola penggunaan media sosial mereka.
- 6) *Stiker*
- 7) *Verification request*, pengguna dapat mengajukan

permohonan verifikasi centang biru di Instagram.

- 8) *Direct message*, fitur komunikasi yang bersifat pribadi antar pengguna, tanpa memberi tahu orang lain.
- 9) Filter Khusus, pengguna dapat mendesain dan menggunakan filter untuk menyempurnakan foto dan video mereka.
- 10) *Instagram story*, untuk menyimpan Instagram story dapat disimpan tanpa batas waktu.
- 11) Instagram shopping, dapat membuat katalog, memungkinkan pelanggan untuk membeli produk secara langsung melalui postingan, cerita atau profil Instagram.
- 12) *Live*, untuk melakukan siaran langsung serta berbagi mengenai aktivitas yang sedang dilakukan.
- 13) *Comment*, dapat digunakan untuk mengomentari postingan pengguna Instagram lainnya.
- 14) *Face Filter*, menambahkan sentuhan keceriaan, filter ini menambah ekspresi wajah dengan efek yang menyenangkan.
- 15) *Bumerang*, pengguna dapat membuat video perulangan di *Instagram story*.
- 16) *Bookmark*, fitur ini memungkinkan pengguna untuk menyimpan konten untuk dilihat nanti.
- 17) *Super Zoom*, fitur tambahan terbaru, fitur ini memperbesar subjek video dengan efek suara.

B. Penyajian dan Analisis Data

1. Praktik Jual Beli Akun Instagram yang banyak ditemukan di media sosial

Perkembangan perdagangan telah sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang pesat. Di antara sekian banyak transformasi, kemunculan platform media sosial sebagai pusat transaksi jual beli sangat menonjol. Perkembangan ini telah mengantarkan era baru kenyamanan, memungkinkan transaksi berlangsung dengan mulus melintasi jarak yang sangat jauh tanpa memerlukan pertemuan fisik antara pembeli dan penjual. Dalam ranah perdagangan elektronik yang difasilitasi oleh media sosial, dua pihak yang terlibat yaitu pembeli atau konsumen dan penjual atau pelaku usaha.

Salah satu aspek yang patut dicatat dari pasar digital ini adalah berkembangnya perdagangan di akun media sosial, dengan akun Instagram yang paling banyak dicari. Penelitian yang dilakukan dalam ranah media sosial telah ditemukan bahwa tren di mana para penjual secara terbuka mempromosikan dan mengiklankan akun Instagram mereka, menyebarkan daftar harga melalui posting atau ulasan pribadi. Akun Instagram ini banyak diperjualbelikan dari berbagai kalangan mulai dari remaja hingga orang dewasa. Akibatnya, media sosial telah berkembang menjadi arena yang dinamis untuk personal branding dan interaksi sosial, yang berfungsi sebagai panggung di mana individu-individu bersaing untuk mendapatkan pengakuan dan status dalam

masyarakat kontemporer.

Bagi banyak orang dalam generasi saat ini, keseimbangan yang diinginkan antara pengikut dan yang diikuti melambangkan kepopuleran media sosial, dengan kelebihan pengikut yang menandakan kepercayaan diri meningkat dan berpengaruh. Akibatnya, pengguna sering mencari metode yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengikut mereka dengan cara yang instan. Salah satu cara yang banyak digunakan adalah dengan membeli akun Instagram untuk meningkatkan kepercayaan diri dan popularitas. Meskipun tindakan membeli akun Instagram dengan pengikut yang sudah ada pada dasarnya tidak melanggar hukum, namun implikasi etisnya perlu dicermati. Misalnya, seseorang yang menjalankan bisnis online dapat membeli akun Instagram dengan jumlah pengikut yang banyak untuk menciptakan popularitas dan keterlibatan pelanggan, sehingga berpotensi menyesatkan konsumen.⁷⁶

Menjamurnya vendor akun media sosial, terutama yang berspesialisasi dalam akun Instagram, menggarisbawahi permintaan yang terus meningkat untuk layanan semacam itu di berbagai platform seperti Facebook, Instagram dan berbagai pasar online lainnya. Baik digunakan untuk upaya promosi oleh perusahaan online atau offlinenya ataupun hanya untuk meningkatkan popularitas seseorang dalam pengguna Instagram lainnya, daya tarik pembelian akun Instagram tetap jelas. Transaksi dalam jual beli akun Instagram ini sama dengan transaksi jual

⁷⁶ Muhamad Fadhil Tamimy, *Sharing-mu Personal Branding-mu*, (Jakarta: Visimedia, 2017), 37-38.

beli pada umumnya, dengan adanya penjual, pembeli dan objek yang diperdagangkan sebagai komponen fundamental. Khususnya, dua kategori akun Instagram yang berbeda biasanya ditawarkan yaitu akun milik pihak ketiga, yang dibeli dan ditawarkan oleh penjual sebagai layanan, sering kali bersumber dari akun yang tidak terpakai dan akun pribadi (personal account) yang dikembangkan dari awal, sehingga mendapatkan jumlah pengikut yang cukup banyak sebelum diperdagangkan.

Dari hasil observasi pada salah satu penjual akun Instagram yaitu @zeastore.id salah satu tawaran tarif harga dan jumlah *follower* yang didapatkan di setiap akunnya yaitu:⁷⁷

Tabel 4.1

Daftar Harga Akun Instagram

No.	Objek	Harga
1	750folls	38k
2	1.033 folls	52k
3	2.063 folls	87k
4	3.511 folls	150k
5	5.798 folls	180k
6	8.907 folls	220k
7	9.390 folls	290k
8	11.2RB folls	460k

⁷⁷ Di akses dari akun Instagram yang menjual akun Instagram yaitu pada akun @zeastore pada tanggal 03 April 2024

9	17.1RB folls	570k
10	27.8RB folls	680k
11	94.1RB folls	1,2jt

Pembayaran bisa dilakukan dengan mentransfer uang secara langsung ke nomor rekening yang sudah ditentukan oleh penjual atau dengan membayar langsung saat barang diterima (COD). Penulis melakukan wawancara dengan beberapa pengguna Instagram yang menjual akun, seperti Clarisa, yang menjelaskan faktor-faktor yang membuatnya terlibat dalam bisnis jual beli akun Instagram.

“Awalnya iseng-iseng aja dan pernah make jasa tambah *follower*, terus punya banyak kenalan seputaran kebutuhan sosmed, akhirnya coba-coba jual akun Instagram dan sebelumnya hanya jual ke patrner-partner seputaran yang dikenal, tapi akhir-akhir ini sudah dijual ke umum.”⁷⁸

Syukri Afriadi selaku penjual akun Instagram juga menjelaskan: “Karna menjanjikan dan belum terlalu banyak kompetitor.”⁷⁹

Selain dari informan penjual akun, peneliti juga melakukan wawancara dengan pembeli akun Instagram selaku pembisnis online shop yaitu saudari Vivin menjelaskan:

“Alasan pertama aku membeli akun itu karena bisa langsung memiliki *follower* banyak hal ini bisa memberikan impresi yang baik. Alasan yang kedua, biasanya orang kalau mencari sebuah produk dilihat dulu dari jumlah *follower* akun tersebut, jika *follower* nya banyak itu bisa menjadi bukti kepercayaan yang

⁷⁸ Clarisa, Penjual Akun Instagram, Diwawancarai oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 8 Maret 2024.

⁷⁹ Syukri Afriadi, Penjual Akun Instagram, Diwawancarai oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 5 Maret 2024.

membantu menarik banyak pelanggan.”⁸⁰

Nafila selaku pembeli akun Instagram juga menjelaskan:

“Iya pernah beli karena mendapat *followers* banyak dan menambah minat mitra pembelian.”⁸¹

Berdasarkan wawancara tersebut, salah satu alasan banyaknya transaksi elektronik jual beli akun Instagram adalah untuk memperkuat kepercayaan konsumen dan meningkatkan eksistensi pemilik akun yang dibeli. Dari pengamatan pada akun penjual @sab.socialmedia, peneliti menemukan bahwa praktik jual beli akun Instagram melalui beberapa tahapan sebelum transaksi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mekanisme Praktik Jual Beli Akun Instagram Di media Sosial

Instagram

Akun Instagram dalam proses jual belinya melalui beberapa tahapan diantara tahapan tersebut dapat di jelaskan sebagai berikut:

a. Tahap pembayaran

Dalam praktik jual beli akun Instagram, peneliti menemukan bahwa proses dimulai dengan pembayaran penuh di awal oleh pembeli. Pembayaran ini bisa dilakukan secara online atau offline, tergantung preferensi pembeli.

Temuan ini didapat dari wawancara peneliti dengan penjual

⁸⁰ Vivin, Pembeli Akun Instagram, Diwawancarai oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 28 April 2024.

⁸¹ Nafila, Pembeli Akun Instagram, Diwawancarai oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 28 April 2024.

dan pembeli akun Instagram.

Syukri Afriadi selaku penjual akun Instagram juga menjelaskan:

“Semua full online, tapi bisa offline jika yang meminta cod. Untuk online, setelah customer berminat dengan salah satu atau lebih akun yang kami jual customer melakukan pembayaran full di awal. Terkait cod sama saja seperti online, hanya saja terkadang banyak customer yang ragu untuk transaksi online. Untuk sistemnya sama seperti online hanya pertemuan antara kami dan customer saja yang membedakan.”⁸²

Selain dari informan diatas, peneliti juga melakukan wawancara dengan penjual akun Instagram yang lain, yaitu

Admin @Sab.socialmedia

“Sistem pembayarannya terlebih dahulu dan kami akan melakukan serah terima akunnya.”⁸³

Dalam proses jual beli akun Instagram, pembeli biasanya diharuskan untuk melakukan pembayaran terlebih

dahulu sebelum menerima data akun yang diinginkan dari

penjual. Pembayaran ini dilakukan secara penuh di awal,

dengan menggunakan metode transaksi online seperti transfer bank atau melalui layanan perbankan digital.

Meskipun demikian, terdapat risiko dalam transaksi ini

terkait dengan ketidaksesuaian objek yang dibeli dengan

kesepakatan yang telah disepakati, seperti penurunan

⁸² Syukri Afriadi , Penjual Akun Instagram, Diwawancara oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 8 Maret 2024.

⁸³ Admin @sab.socialmedia, Penjual Akun Instagram, Diwawancara oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 6 Maret 2024.

kualitas akun yang sering kali baru diketahui setelah transaksi selesai. Penipuan juga merupakan risiko yang mungkin terjadi dalam proses ini, merugikan salah satu pihak yang terlibat. Untuk menghindari risiko ini, disarankan untuk memilih metode pembayaran langsung (Cash On Delivery) yang memungkinkan pembeli bertemu langsung dengan penjual saat transaksi jual beli akun Instagram dilakukan, sehingga meminimalkan risiko penipuan dan ketidaksesuaian barang yang dibeli.

b. Tahap penyerahan akun instagram

Setelah transaksi pembayaran antara penjual dan pembeli akun Instagram dilakukan dalam praktik jual beli, penjual akun diharapkan untuk menyerahkan akun kepada pembeli sesuai kesepakatan. Hal ini merupakan temuan dari hasil wawancara peneliti dengan penjual dan pembeli akun Instagram.

Clarisa selaku penjual akun Instagram juga menjelaskan:

”Jika sesuai dengan harga, selanjutnya customer melakukan pembayaran terlebih dahulu. Selanjutnya admin akan mengirim data akun dan customer bisa langsung menggunakannya (mengubah sandi atau username dan lainnya”).⁸⁴

Selain dari informan diatas, peneliti juga melakukan

⁸⁴ Clarisa, Penjual Akun Instagram, Diwawancarai oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 8 Maret 2024.

wawancara dengan penjual akun Instagram yang lain, yaitu Syukri Afriadi :

“Kurang dari 1 jam jika semua pihak fast respon.”⁸⁵

Bahwasannya penyerahan akun Instagram akan dilakukan oleh penjual apabila pembeli telah melakukan transaksi kepada penjual akun Instagram dan telah sepakat dengan harga yang telah di tentukan oleh kedua belah pihak yang bertransaksi. Namun harga akun akan di sesuaikan jumlah followers yang ada pada akun Instagram dan kondisi akun yang dibeli.

c. Dampak

Setiap tindakan yang dilakukan manusia tidak luput dari dampaknya, baik yang bersifat positif maupun negatif.

Dampak tersebut merupakan hasil atau pengaruh yang timbul akibat dari kegiatan yang dilakukan oleh individu dalam suatu konteks tertentu. Hal ini juga berlaku dalam konteks transaksi jual beli akun Instagram di antara penjual dan pembeli akun. Menurut pengalaman yang dipaparkan oleh sebagian penjual dan pembeli akun Instagram, dampak dari praktik jual beli akun ini cenderung lebih banyak bersifat negatif daripada positif.

Syukri Afriadi Penjual akun instagram menjelaskan:

⁸⁵ Syukri Afriadi , Penjual Akun Instagram, Diwawancara oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 8 Maret 2024.

“Kalo kerugian biasanya ditimbulkan dari pihak-pihak yang mencoba untuk menipu baik dari penjual akun maupun dari customer.”⁸⁶

Sedangkan menurut pembeli akun Instagram saudari Vivin selaku pembisnis online shop menjelaskan:

“Terkadang ditengah jalan begitu banyak yang tiba-tiba unfollow.”⁸⁷

Nafilla selaku pembeli akun Instagram menjelaskan:

“Ada sih, kaya lebih boros karna kita harus bayar untuk bisa mendapatkan akun yang langsung memiliki followers banyak wkwk.”⁸⁸

Dalam praktik jual beli akun Instagram, tidak semua pihak yang terlibat, baik pembeli maupun penjual, menunjukkan integritas yang tinggi, karena masih terdapat sebagian dari mereka yang terlibat dalam praktik kecurangan. Hal ini terutama terjadi dalam upaya menipu yang dilakukan baik oleh pembeli maupun penjual akun, yang pada akhirnya mengakibatkan dampak negatif berupa kerugian, baik dalam bentuk materi maupun non-materi.

Namun selain dampak negatif jual beli akun Instagram juga memiliki dampak yang positif seperti yang telah diungkap oleh Syukri Afriadi Penjual akun Instagram

”Keuntungan ya dari margin penjualan yang

⁸⁶ Syukri Afriadi, Penjual Akun Instagram, Diwawancara oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 8 Maret 2024.

⁸⁷ Vivin, Pembeli Akun Instagram, Diwawancara oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 28 April 2024.

⁸⁸ Nafila, Pembeli Akun Instagram, Diwawancara oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 28 April 2024.

dihasilkan.”⁸⁹

Sedangkan menurut pembeli akun Instagram Vivin selaku pembisnis online shop menjelaskan:

“Aplikasi instagram merupakan media sosial yang mudah dijangkau orang, di instagram juga menyediakan fitur promosi iklan jadi lebih memudahkan kita sebagai pembisnis online shop untuk mempromosikan produk.”⁹⁰

Nafila selaku pembeli akun Instagram menjelaskan: “Membuat relasi semakin luas untuk semakin mencapai target penjualan.”⁹¹

Bahwasannya selain sebagai hiburan akun Instagram juga menambah pendapatan seperti pada akun-akun yang digunakan sebagai media promosi dan juga bisa menambah pertemanan dan interaksi lewat fitur chat yang tersedia di dalam akun Instagram ini.

2. Hak dan Kewajiban Penjual Akun Instagram dan Pembeli

Akun Instagram

Dalam perjanjian jual beli akun Instagram ada terjadi peralihan hak dan kewajiban antara penjual akun Instagram dengan pembeli akun Instagram adapun hak dan kewajibannya sebagai berikut:

a. Adanya peralihan akun Instagram

⁸⁹ Syukri Afriadi , Penjual Akun Instagram, Diwawancara oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 8 Maret 2024.

⁹⁰ Vivin, Pembeli Akun Instagram, Diwawancara oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 28 April 2024.

⁹¹ Nafila, Pembeli Akun Instagram, Diwawancara oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 28 April 2024.

Dalam proses peralihan kepemilikan akun Instagram, baik penjual maupun pembeli telah melakukan transaksi pembayaran yang merupakan bagian integral dari proses jual beli akun Instagram.

Menurut Clarisa penjual akun instagram:

”Jika sesuai dengan harga, selanjutnya customer melakukan pembayaran terlebih dahulu. Selanjutnya admin akan mengirim data akun dan customer bisa langsung menggunakannya (mengubah sandi atau username dan lainnya”).⁹²

b. Adanya penyerahan uang

Dalam konteks jual beli akun Instagram, prosesnya dimulai dengan penjual menerima pembayaran dari pembeli sebelum penyerahan *username* dan *password* akun dilakukan. Temuan ini didapat dari hasil wawancara peneliti dengan salah satu penjual akun Instagram.

Clarisa selaku penjual akun instagram:

“Jika sesuai dengan harga, selanjutnya customer melakukan pembayaran terlebih dahulu.”⁹³

3. Resiko Dalam Jual Beli Akun Instagram

Dalam transaksi jual beli akun Instagram, risiko dapat timbul di mana penjual mungkin tidak bertanggung jawab jika jumlah pengikut akun yang telah dibeli tiba-tiba berkurang

⁹² Clarisa, Penjual akun instagram, Diwawancarai oleh penulis, Via whatsapp, Jember, 8 Maret 2024.

⁹³ Clarisa, Penjual akun instagram, Diwawancarai oleh penulis, Via whatsapp, Jember, 8 Maret 2024.

setelah transaksi. Selain itu, ada juga risiko bahwa akun yang sudah dibeli dapat diretas oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Clarisa penjual akun instagram menjelaskan:

“Kami tidak terima reffund setelah proses transaksi pembayaran, terlebih jika customer sudah mengganti semua data akun. Jika akun ke banned ditangan customer maka sudah diluar tanggung jawab kami.”⁹⁴

Selain dari informan diatas, peneliti juga melakukan wawancara dengan pembeli akun instagram, yaitu saudari Vivin menjelaskan:

“Jika tidak benar- benar tepat dan terpercaya ketika membeli akunnya bisa tidak menutup kemungkinan terjadi penipuan dan merugikan kita sebagai konsumen.”⁹⁵

Nafilla selaku pembeli akun juga menjelaskan:

“Adanya transaksi yang harus dilakukan terlebih dahulu ketika akun belum di serahkan ke pihak pembeli membuat mudahnya terjadi penipuan yang mengakibatkan pihak penjual tidak bertanggung jawab.”⁹⁶

Perusahaan ini telah merancang protokolnya sendiri untuk transaksi akun, dengan menyerahkan alamat email dan kata sandi. Terlepas dari variasi dalam transaksi, komponen dasarnya relatif sama adanya penjual, pembeli dan barang yang diperjualbelikan.

⁹⁴ Clarisa, Penjual Akun Instagram, Diwawancarai oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 8 Maret 2024.

⁹⁵ Vivin, Pembeli Akun Instagram, Diwawancarai oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 28 April 2024.

⁹⁶ Nafila, Pembeli Akun Instagram, Diwawancarai oleh Penulis, via Whatsapp, Jember, 28 April 2024.

Lanskap kontemporer media sosial sangat dipengaruhi oleh fenomena pengikut, terutama yang terlihat jelas pada platform seperti Instagram. Di era kemajuan teknologi ini, ada banyak sekali ide-ide inovatif untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Namun, lonjakan kreativitas ini juga memunculkan contoh-contoh praktik penipuan di antara entitas bisnis, terutama terkait manipulasi jumlah pengikut. Dalam perjanjian awal, pembeli sering kali menetapkan persyaratan untuk real account *follower* pada akun yang mereka beli.

Dalam dunia perdagangan, proses penyerahan barang dalam transaksi biasanya terdapat dua metode yaitu face to face dan Cash On Delivery (COD). Yang pertama melibatkan kontak langsung dengan penjual, sering kali difasilitasi melalui nomor telepon yang disediakan dalam iklan Instagram penjual, dengan transaksi yang dilakukan secara tunai. Sebaliknya, transaksi online mengandalkan platform digital untuk komunikasi dan pembayaran, sering kali menggunakan mekanisme transfer atau *e-banking*. Namun, cara transaksi ini bukannya tanpa jebakan, ketidaksesuaian antara persyaratan yang disepakati dan kualitas barang yang dibeli sering muncul setelah transaksi selesai dilakukan, yang mengarah pada kasus penipuan dan merugikan salah satu pihak.

Untuk mengurangi risiko tersebut, disarankan untuk tidak

melakukan transaksi tidak langsung, di mana mekanisme pengalihan kepemilikan barang mungkin tidak sepenuhnya dipahami atau transparan.

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

a. Jual Beli Akun Instagram Menurut Pandangan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Ranah transaksi elektronik berada di bawah lingkup Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Nomor 11 Tahun 2008, sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1 ayat (1). Ketentuan ini mendefinisikan informasi elektronik sebagai satu kesatuan atau kumpulan informasi atau dokumen elektronik, yang tidak hanya mencakup teks, suara dan visual, tetapi juga meluas ke bentuk-bentuk data digital lainnya. Selain itu, Pasal 1 ayat (2) menjelaskan transaksi elektronik sebagai perilaku normatif yang dilakukan melalui media elektronik atau platform jaringan komputer lainnya.⁹⁷

Evolusi yang berkembang dari situs-situs jejaring sosial berbasis internet berfungsi sebagai unsur untuk meningkatkan perkembangan perdagangan elektronik (e-commerce) di

⁹⁷ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Indonesia. Kerangka regulasi untuk e-commerce tertuang dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang biasa disebut UU ITE. Transaksi yang dilakukan secara elektronik sering kali melibatkan perjanjian kontrak antara penjual dan pembeli, yang merupakan jenis kontrak yang berbeda diatur oleh prinsip-prinsip yang tercantum dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Pada intinya, e-commerce merupakan bentuk transaksi penjualan milenial, yang inovatif dari teknologi internet sebagai media transaksi.⁹⁸

Ketentuan untuk melakukan transaksi elektronik diatur dalam BAB V pasal 17 sampai pasal 22 yaitu:⁹⁹

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 belah pihak tidak dapat

⁹⁸ Setia Putra, *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui e-commerce*, *jurnal ilmu hukum*, vol.4 no. 2, 2014, 290-291.

⁹⁹ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

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.

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 penyelenggaraan transaksi. Oleh karena 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 elektronik yang diakibatkan oleh pihak ketiga yang secara langsung terhadap sistem elektronik, maka penyelenggara agen elektronik bertanggungjawab atas akibat hukum tersebut. Namun, ketika terjadi kerugian transaksi elektronik yang disebabkan oleh kegagalan beroperasinya distributor elektronik dikarenakan oleh pengguna jasa layanan, maka semua tanggung jawab akibat hukum menjadi tanggung jawab pengguna jasa tersebut.

f. Pasal 22

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 transaksi masih berjalan.¹⁰⁰

Jual beli akun Instagram menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dapat dianggap memenuhi ketentuan untuk melakukan transaksi elektronik yang mana sudah dijelaskan didalam pasal 17 sampai pasal 21 UU ITE. Ketika ditarik kesimpulan praktik jual beli akun Instagram jika dilihat dari sisi ketentuan umum untuk melakukan sebuah transaksi elektronik, karena praktiknya jual beli akun Instagram 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 kedua belah pihak (penjual dan pembeli), ada media transaksi elektronik yaitu menggunakan media Instagram karena pelaksanaan transaksi yang menggunakan media elektronik harus dilangsungkan melalui sistem elektronik yang mencapai kesepakatan bersama.¹⁰¹

Berdasarkan Pasal 17 (2) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik memuat ketentuan mengenai transaksi elektronik, yang berbunyi sebagai berikut:

¹⁰⁰ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

¹⁰¹ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

“Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat 1 wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan atau pertukaran informasi elektronik dan dokumen elektronik selama transaksi berlangsung.”

Dalam hal ini, pihak yang membeli dan menjual akun Instagram tidak bertindak jujur atau beritikad baik karena berdasarkan pasal tersebut orang yang menjual akun Instagram ini telah melanggar ketentuan layanan kebijakan Instagram, yang melarang menjual, melisensikan atau membeli akun atau data apapun yang diperoleh dari kami atau layanan kami, tetapi malah pelaku tersebut memperjual belikan akun Instagram tersebut. Persyaratan layanan Instagram melarang komersialisasi layanan Instagram, dan penjual akun Instagram @zeastore.id ini malah memperjualbelikan akun Instagram ini. Tidak hanya itu bahwa banyak yang penulis temui para penjual akun Instagram di media sosial yang menawarkan open reseller juga yaitu pembeli dapat menjual kembali akun Instagram ini kepada orang lain.

Pada kasus jual beli akun Instagram ini bisa dilihat bahwa pelaku usaha menjual lewat *Facebook, Instagram, Shopee* yang menjual akun Instagram ini melanggar Pasal 9 ayat 3 Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang berbunyi:

“Setiap orang yang tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta dilarang melakukan penggandaan dan/atau penggunaan secara komersial ciptaan”.

Dalam hal ini pelaku usaha juga melanggar hak ekonomi

pencipta dalam hal pendistribusian ciptaan.¹⁰² Tindakan pelaku usaha yang memperjual belikan akun Instagram di media sosial adalah bentuk tindakan yang melanggar perjanjian antara pihak Instagram itu sendiri dengan pelaku usaha, sehingga jual beli kepada pihak ketiga dianggap tidak sah berdasarkan perjanjian/kontrak elektronik tersebut. Ditinjau dari Kitab Undang-undang Hukum Perdata, maupun Undang-undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik maupun berdasarkan Undang-undang tentang Hak Cipta, jual beli oleh pelaku usaha di Instagram, Shopee, Twitter dan lainnya ini dianggap tidak beritikad baik, dan melanggar ketentuan perundang-undangan sehingga tindakan tersebut ilegal.

Selain mengatur peredaran dan pembajakan, peraturan perundang-undangan juga mengatur bagaimana tempat perdagangan dijalankan pada saat dilarangnya jual beli produk yang diperoleh melalui pelanggaran hak cipta, sebagaimana tercantum dalam Pasal 113 ayat (3) dan (4) Undang-undang Hak Cipta Nomor , khususnya sebagai berikut:¹⁰³

(3) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk pengguna secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000,00 (satu miliar

¹⁰² Pasal 9 ayat 1 huruf e Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

¹⁰³ Pasal 113 ayat (3) dan ayat (4), Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak

rupiah).

(4) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Di dalam peraturan perundang-undangan sudah jelas sekali bahwa siapa pun yang melanggar aturan ini akan dikenakan denda. Namun, aturan tersebut hanyalah pedoman karena hingga saat ini masih banyak pelaku usaha yang mempraktikkan jual beli akun Instagram tersebut di media sosial terutama yang terjadi di Instagram. Mungkin hal tersebut juga didasari oleh tidak perdulian masyarakat yang tidak melaporkan akun yang melakukan pelanggaran, tetapi malah terlibat secara langsung juga menjadi pembeli/ konsumen.

b. Jual Beli Akun Instagram Menurut Kompilasi Hukum

Ekonomi Syari'ah

Persoalan jual beli akun Instagram perlu ditinjau dari sudut pandang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Jual beli *online* (disebut juga *e-commerce*) seperti jual beli akun Instagram ini tidak secara langsung didefinisikan dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, tetapi dapat diibartkan dengan melakukan pemesanan produk. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah ini diterbitkan oleh Peraturan Mahkamah Agung (PERMA) Nomor 2

Tahun 2008 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.¹⁰⁴ Mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah menjadi penting karena umat Islam khususnya di Indonesia membutuhkan landasan hukum untuk semua kegiatan ekonomi mereka, termasuk jual beli.

Menurut sebagian ulama, jual beli adalah perpindahan sesuatu yang berharga dan bermanfaat atas dasar ijab qabul yang disepakati oleh para pihak sesuai dengan syariat, yang mengakibatkan perpindahan kepemilikan. Berdasarkan pada Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah bab IV Pasal 56-90 dan bab V Pasal 91-133 yang membahas akad jual beli dan pihak-pihak yang terkait pelaksanaan perjanjian jual beli tersebut. Diharapkan semua jual beli akan sah menurut syariat Islam bila dilakukan sesuai dengan syarat dan rukunnya.

Berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yang dilakukan oleh penjual di akun @zeastore.id dilihat dari syarat praktik jual beli akun Instagram telah memenuhi ketentuan untuk membuat sebuah kontrak atau perjanjian jual beli. Sedangkan menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah unsur jual beli tersebut terdiri dari para pihak, objek, dan kesepakatan.¹⁰⁵ Unsur-unsur tersebut sama dengan unsur-unsur jual beli yang terdapat

¹⁰⁴ Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2008 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES).

¹⁰⁵ Pasal 56, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

dalam KUHPer Islam. Adapun rukun jual beli tersebut , yaitu:¹⁰⁶

1. Akad (ijab dan qabul) Akad perjanjian jual beli adalah ijab-qabul yaitu ucapan penerimaan di pihak lain.¹⁰⁷

Pada penelitian ini, yang dilakukan pada saat pembeli melakukan pemesanan akun Instagram kepada penjual, yang kemudian penjual akan menyerahkan akun tersebut kepada pembeli.

2. Pihak-pihak yang berakad (penjual dan pembeli) Pihak-pihak yang terkait dalam perjanjian jual beli terdiri atas penjual, pembeli dan pihak lain yang terlibat dalam perjanjian tersebut (Pasal 57 KHES). Dalam penelitian ini, adanya penjual dan pembeli akun Instagram.

3. Mu'akad alaih (objek akad)

Objek jual beli terdiri atas benda yang berwujud maupun tidak berwujud, yang bergerak maupun tidak bergerak, dan terdaftar maupun yang tidak terdaftar (Pasal 58 KHES). Syarat objek akad yang boleh diperjual belikan berdasarkan Pasal 76 KHES yaitu:

- a) Objek yang diperjualbelikan harus sudah ada. Disini objeknya adalah akun Instagram yang dijual oleh akun @zeastore.id.

¹⁰⁶ Rifqi Devi Lawra, dan Yulfa Mulyeni, "Analisis Dasar Hukum Jual Beli Melalui E-Commerce Perspektif Hukum Perdata dan Ekonomi Syariah," *Journal of Innovation Research and Knowledge* Vol. 1, No. 8 (Januari 2022): 544.

¹⁰⁷ *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Depok: Kencana, 2017), 30.

- b) Objek yang diperjualbelikan harus dapat diserahkan oleh penjual. Dari penelitian ini akun Instagram akan diserahkan oleh penjual jika sudah melakukan transaksi
- c) Objek yang diperjualbelikan harus memiliki nilai tukar tertentu. Penjual dengan akun @zeastore.id menjual akun premium tersebut dengan harga mulai dari puluhan ribu hingga jutaan rupiah sesuai jumlah *followers* yang ada pada setiap akunnya.
- d) Objek yang diperjualbelikan harus halal.
- e) Objek yang diperjualbelikan harus diketahui oleh pembeli.
- f) Objek yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu terjadinya akad.

4. Kesepakatan

Kesepakatan dapat dilakukan dengan tulisan, lisan dan isyarat. Kesepakatan ini memiliki makna hukum yang sama (Pasal 59 ayat 1 dan 2 KHES). Pada penelitian ini, terjadi pembayaran dapat dilakukan langsung melalui Uang tunai, Kredit card, Dana, ShopeePay, Brimo sesuai kesepakatan pembayaran yang ditetapkan oleh penjual juga sudah disepakati

secara jelas oleh pembeli. Dalam jual beli akun Instagram ini termasuk dalam akad jual beli dengan cara pembeli akan segera membayar penuh diawal dan penyerahan barang oleh penjual dilakukan sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan.

Maka dari itu, berdasarkan rukun jual beli berdasarkan kajian analisis Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) bahwa Praktik jual beli yang dilakukan @zeastore.id tidak sah dan terlarang karena telah bertentangan dengan ketentuan dari rukun jual beli yaitu terdapat pada objek jual belinya. Bisa dianalisis dengan memperhatikan syarat sahnya akun sebagai mu'akad alaih (objek akad), yaitu:¹⁰⁸

1. Barangnya halal, maksudnya adalah syarat yang harus ada pada benda tersebut untuk melakukan transaksi.
2. Ada manfaatnya, artinya tidak boleh menjual sesuatu yang tidak ada manfaatnya.
3. Kepemilikan sendiri, adalah akun yang diperjualbelikan haruslah milik sendiri yaitu milik pihak penjual. Akun yang bukan milik

¹⁰⁸ Muhammad Azani, Hasan Basri, dan Dwi Nurjannah Nasution, "Pelaksanaan Transaksi Akad Jual Beli Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Kecamatan Tampan Pekanbaru", Jurnal Gagasan Hukum, Vol. 03, No. 01, Fakultas Hukum, Universitas Lancang Kuning, 2021, 5

penjual tidak dapat dikatakan sah, tetapi harus membutuhkan persetujuan pemilik akun terlebih dahulu.

4. Barang itu dapat diserahkan, apabila barang penjual tidak dapat diserahkan langsung kepada pembeli, maka perjanjian jual beli dianggap batal.

5. Barang (akun Instagram) yang diperjualbelikan secara fisik tidak ada.

6. Diketahui, akun Instagram yang di beli dan barang pada transaksi jual beli tersebut tidak diketahui sehingga menyebabkan tidak sahnya jual beli tersebut karena mengandung unsur penipuan, kecuali barang tersebut dapat diserahkan secara langsung dan barang yang diperjualbelikan secara fisik ada.

C. Pembahasan Temuan

Bagian ini membahas temuan-temuan penelitian, menyandingkannya dengan kerangka teori yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dan menjelaskan implikasinya sebagai tanggapan terhadap isu-isu yang telah diidentifikasi.

1. Bagaimana praktek transaksi jual beli akun instagram yang banyak ditemukan dalam transaksi elektronik ?

Fenomena jual beli akun Instagram dalam ranah transaksi elektronik mencerminkan praktik jual beli yang mekanismenya tidak berbeda dengan jual beli umumnya, di mana penjual dan pembeli terlibat dalam negosiasi hingga mencapai kesepakatan yang disetujui bersama. Proses negosiasi ini berlangsung secara alami, menumbuhkan kerja sama tanpa pengaruh atau paksaan yang tidak semestinya dari salah satu pihak. Pihak pembeli dalam transaksi ini cukup beragam yaitu dari kalangan remaja yang ingin mempopuleritaskan dirinya menjadi terkenal di dunia maya dan dari kalangan pembisnis yang menjalankan bisnis online, yang keduanya dapat dikatakan sebagai orang yang cukup dewasa dan dianggap sebagai pelaku yang matang dan rasional yang mampu mengambil keputusan.

Ciri khas jual beli akun Instagram terletak pada sifat virtual dari komoditas yang diperjualbelikan. Tidak seperti barang berwujud, objek transaksinya tidak berwujud, berupa sebuah akun virtual yang penuh dengan pengikut atau followers. Transaksi sebagian besar dilakukan secara online, memanfaatkan platform digital untuk komunikasi dan proses pembayaran. Proses penyerahan akun dalam jual beli akun Instagram dapat dilakukan melalui 2 metode yaitu transaksi online, yaitu setelah pihak pembeli telah menyelesaikan pembayaran, penjual akan menyerahkan akun kepada pembeli dengan mengirimkan username dan

password kepada pembeli. Sistem pembayarannya secara online melalui transfer bank atau layanan perbankan digital. Metode penyerahan akun yang terakhir Cash On Delivery (COD) yaitu metode pembayaran langsung yang memungkinkan pembeli bertemu langsung dengan penjual saat transaksi jual beli akun Instagram dilakukan dan sistem pembayarannya menggunakan uang tunai.

2. Bagaimana hukum jual beli akun Instagram menurut Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah ?

Jual beli akun Instagram adalah kegiatan komersial yang difasilitasi oleh penjual dan pembeli, yang dilakukan secara langsung melalui komunikasi lisan atau perantara seperti perjanjian tertulis. Pertukaran ini biasanya terjadi melalui dua saluran utama, secara langsung melalui Instagram atau menggunakan platform perpesanan seperti WhatsApp. Prosesnya adalah penjual menawarkan akun Instagram dengan jumlah pengikut tertentu, diikuti dengan mengirimkan username dan password akun tersebut kepada pembeli setelah ada kesepakatan bersama dan penyelesaian pembayaran.

Menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, praktik jual beli ini sesuai dengan peraturan transaksi elektronik yang diuraikan dalam Pasal 17 hingga 21

Pasal 17 yang berbunyi sebagai berikut:

- 1) Penyelenggara Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik atau privat.

- 2) Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat 1 wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan atau pertukaran informasi elektronik dan dokumen elektronik selama transaksi berlangsung.

Dalam hal ini, pihak yang membeli dan menjual akun Instagram tidak bertindak jujur atau beritikad baik karena berdasarkan pasal tersebut orang yang menjual akun Instagram ini telah melanggar ketentuan layanan kebijakan Instagram, yang melarang menjual, melisensikan atau membeli akun atau data apapun yang diperoleh dari kami atau layanan kami, tetapi malah pelaku tersebut memperjual belikan akun Instagram tersebut.

Selain itu, perbedaan muncul ketika meneliti transaksi ini melalui lensa Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah menurut ketentuan ini, syarat praktik jual beli akun Instagram telah memenuhi ketentuan untuk membuat sebuah kontrak atau perjanjian jual beli. Sedangkan menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah unsur jual beli tersebut terdiri dari para pihak, objek, dan kesepakatan.

Dilihat Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah terdapat celah yang dapat membuat hukum jual beli ini menjadi cacat bahkan menjadi rusak (fasid). Di dalam praktiknya syarat dan rukun sah dalam melakukan transaksi tidak sepenuhnya sudah terpenuhi, seperti halnya terdapat pada objek jual belinya. Dalam hal objek yang dipejualbelikan tidak jelas wujud, maka syarat dan rukun dari jual beli tersebut tidak terpenuhi. Kemudian kedua, dilihat dari sisi manfaat dalam jual beli akun Instagram ini cenderung banyak mendatangkan kemudharatan serta rawan terjadinya penipuan dan dalam transaksi ini mengandung unsur mengambil

keuntungan yang mengandung tipu daya sehingga mengakibatkan salah satu pihak merugi. Hal tersebut dapat dilihat dari tidak adanya jaminan atau garansi dari pihak penjual setelah membeli akun Instagram tersebut. Jual beli ini tetap ada manfaatnya namun bersifat fiktif, bahkan dapat menimbulkan penipuan yang dapat dirugikan pembeli.



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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Praktik jual beli akun Instagram dalam transaksi elektronik tidak jauh berbeda dengan transaksi umumnya, meskipun dalam ranah media sosial, khususnya Instagram. Proses ini menyerupai transaksi online pada umumnya, di mana pengguna memesan barang atau akun Instagram yang diinginkan. Yang membedakan yaitu terletak pada objek jual beli akun Instagram, yang mana objek jual belinya tidak berupa barang yang nyata tetapi berbentuk akun yang sifatnya maya. Transaksi biasanya dilakukan melalui transfer bank atau pertemuan tatap muka.
2. Praktik jual beli akun Instagram ditinjau dari Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, mengungkapkan perspektif ganda. Dari sudut pandang Pasal 17 hingga 21 jual beli akun Instagram tampaknya selaras dengan peraturan yang mengatur transaksi elektronik. Transaksi ini terjadi secara privat maupun publik, melibatkan dua pihak penjual dan pembeli hingga mencapai kesepakatan melalui media elektronik, yaitu Instagram. Namun, pelanggaran terhadap pasal 17 (2) dalam hal ini, pihak pembeli dan penjual akun Instagram tidak bertindak jujur atau beritikad baik karena berdasarkan pasal tersebut orang yang menjual akun Instagram ini telah melanggar ketentuan layanan kebijakan

Instagram, yang melarang menjual, melisensikan atau membeli akun atau data apapun yang diperoleh dari Instagram atau layanan Instagram, tetapi malah pelaku tersebut memperjual belikan akun Instagram tersebut. Persyaratan layanan Instagram melarang komersialisasi layanan Instagram.

Analisis Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah dalam praktik jual beli akun Instagram ini dalam hal objek yang dipejualbelikan tidak jelas wujud, maka syarat dan rukun dari jual beli tersebut tidak terpenuhi. Kemudian kedua, dilihat dari sisi manfaat dalam jual beli akun Instagram ini cenderung banyak mendatangkan kemudharatan serta rawan terjadinya penipuan dan dalam transaksi ini mengandung unsur mengambil keuntungan yang mengandung tipu daya sehingga mengakibatkan salah satu pihak merugi. Hal tersebut dapat dilihat dari tidak adanya jaminan atau garansi dari pihak penjual setelah membeli akun Instagram tersebut. Jual beli ini tetap ada manfaatnya namun bersifat fiktif, bahkan dapat menimbulkan penipuan yang dapat dirugikan pembeli.

B. Saran

1. Pedoman Etika untuk Penjual: Penjual yang terlibat dalam jual beli akun Instagram harus memprioritaskan kejujuran dan perlindungan konsumen. Sangat penting bagi penjual untuk membiasakan diri dengan peraturan Instagram untuk menghindari pelanggaran yang tidak disengaja yang berpotensi merugikan konsumen.

2. Peningkatan Regulasi Pemerintah: Pemerintah harus mempertimbangkan untuk memperkuat regulasi yang mengatur transaksi yang dilakukan di dunia maya. Meskipun sudah ada Undang-undang Nomor 11 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sejak tahun 2008, akan tetapi teknologi yang berkembang pesat dan tuntutan ekonomi yang meningkat dapat memunculkan perilaku-perilaku yang tidak konvensional. Penguatan kerangka peraturan dapat mengurangi potensi risiko dan melindungi kepentingan konsumen.
3. Pemanfaatan Temuan Penelitian secara Akademis: Para akademisi didorong untuk memanfaatkan temuan-temuan penelitian tesis ini sebagai bahan yang berharga dan sebagai kontribusi terhadap keilmuan. Temuan-temuan ini dapat menjadi dasar pemikiran dan pertimbangan, membantu proses ijtihad (penalaran hukum independen) terkait isu-isu kontemporer yang status hukumnya masih rancu.
4. Rujukan untuk Penelitian selanjutnya: Para peneliti yang menyusun penelitian di masa depan didorong untuk mempertimbangkan skripsi ini sebagai titik referensi. Wawasan dan analisis yang disajikan di sini dapat menjadi dasar untuk menyelidiki lebih lanjut tentang dinamika kompleks jual beli akun Instagram dalam transaksi elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Abdullah, Al-Mushlih dan Ash-Shawi, Shalah. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta: Darul Haq. 2004.
- Al-Faifi, Sulaiman. *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*. Jakarta: Beirut Publishing. 2010.
- Al-Asqalani, Ibnu Hajar. *Buluqul Maram*. Jakarta: Amani. 2003.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Tindakan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2002.
- Armstrong, Gary dan Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2008.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *al-Fiqh al-Islam wa Adillatuhu, Juz 5*. Jakarta: Gema Insani Darul Fikir. 2011.
- Badruzaman, Darus Mariam. *Kompilasi Hukum Perikatan*. Bandung; Citra Aditya bakti, 2001.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-qur'an dan Terjemahan*. Semarang: Toha Putra. 1989. QS. Al-Baqarah (2): 275.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers. 2012.
- Ghazaly, Abdul Rahman. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010.
- Hamidi. *Metode Penelitian dan teori Komunikasi*. UMM Press. Malang, 2010.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama. 2007.
- Ja'far, Khumaidi. *Hukum Perdata Islam di Indonesia*. Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan IAIN Raden Intan Lampung. 2015.
- Lukman, Hakim. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga. 2012.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana. 2012.
- Marzuki. *Metodelogi Riset*. Jogjakarta: PT Prasetia Widya Utama. 2002.
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press. 2020.
- Mukti fajar, Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif Dan Emperis* (Yogyakarta: Pustaka pelajar , 2010) 47-49.
- Nur Solikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*. Jawa Timur: Qiara Media, 2021.

- Nurudin. *Media Sosial Baru Dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: DPPM DIKTI. 2012.
- 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.
- Saed, Abdullah. *Bank Islam dan Bunga (Studi Interpretasi Kontemporer tentang Riba dan Bunga)*. Jakarta: Senayan Abadi. 2011.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press 1982.
- Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*. Jakarta Timur: Prenadamedia. 2019.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2008.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2002.
- Sunggono, Bambang. *Metode Penelitian Hukum*. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2003.
- Syarifuddin, Amir. *Garis-garis Besar Fiqih*. Bogor: Kencana. 2003.
- 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.
- Ya'qub, Hamzah. *Kode Etik Dagang menurut Islam, Cet Ke-I*. Bandung: Diponegoro. 1984.
- Yodo, Ahmadi Miru dan Sutarman. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajagrafindo Persada. 2010.
- JURNAL**
- 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*).
- Bimo Mahendra, *Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi, Jurnal Visi Komuniikasi Online, vol. 16 No. 1 (2017): 152*.
- Putra, Setia. *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui e-commerce, jurnal ilmu hukum, vol.4 no. 2, 2014, 290-291*.

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

Sari Putri, Cindy Novita. *Tinjauan Yuridis Terhadap Jual Beli Youtube Premium Oleh Online Shop Di Media Sosial*, Jurnal Hukum Perdata Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Riau, vol.7 no. 2, (Desember 2020) 8.

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

Taufiq, *Memakan Harta Secara Batil (Perspektif Surat An-Nisa:29 dan At-Taubah:34)*” ,JurnalIlmiah Syari’ah, vol.17 No. 2, (Juli-Desember 2018) 249-250.

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.

SKRIPSI

Ali Iqbal Sya'bani, *Jual Beli Akun Go-Car Di Yogyakarta Perspektif Etika Dan Hukum Bisnis Islam*, Skripsi (Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018).

Anwar, Rifky Fadillah. *Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Wilayah Instagram Bengkulu)*, (Skripsi--IAIN Bengkulu, Bengkulu, 2019).

Arif Yusuf, *Jual Beli Account Game Online Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Budi Bodong Traitor Purwokerto)*, Skripsi, (Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2018).

Desi Ratnasari, *Jual Beli Akun Ojek Online Dalam Pandangan Hukum Islam (Studi Kasus pada Driver Grab Bike Ojek Online Shelter Soang di Desa Podorejo, Pringsewu)*, Skripsi, Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).

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

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

Ispi Yanti, *Praktik Perjanjian Jual Beli Akun Spotify Premium For Family (Kajian Analisis Komplilasi Hukum Ekonomi Syariah Dan Undang-*

Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi, Skripsi, Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023.

Jarisman, Aditya. *Jual Beli Followers Instagram menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Hukum Islam* (Skripsi-- Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2018).

Muhammad Machtum, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Subscribe Di Media Sosial*, Skripsi, (Semarang : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021).

Nanda Rifka Annisa, *Perlindungan Hukum Terhadap Bisnis Domain Name Perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dan Hukum Islam*, Skripsi, Jember : Institut Agama Islam Negeri Jember, 2017.

Nur Anisa, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Follower, Likes dan Viewer di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @sosmed lampung)*, Skripsi, (Lampung : UIN Raden Intan, 2018).

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

Risky Fadillah Anwar,

Siti Muflihah, *Tinjauan Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE (Informasi Dan Transaksi Elektronik) Terhadap Jual Beli Account Clash Of Clans (COC) Studi Kasus Mahasiswa IAIN Jember*, Skripsi, (Jember : Institut Agama Islam Negeri Jember, 2017).

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.

INTERNET

<https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=29> diakses tanggal 10 Desember 2023.

Diakses di <https://whello.id/tips-digital-marketing/fitur-instagram-shopping/> diakses tanggal 24 Maret 2023.

<https://dianisa.com/pengertian-instagram/> diakses tanggal 13 Maret 2024.

<https://jalantikus.com/tips/fitur-baru-instagram> diakses tanggal 01 Maret 2024.

WAWANCARA

Admin @sab.socialmedia, diwawancarai oleh penulis, 6 Maret 2024.

Clarisa, diwawancarai oleh penulis, 8 Maret 2024.

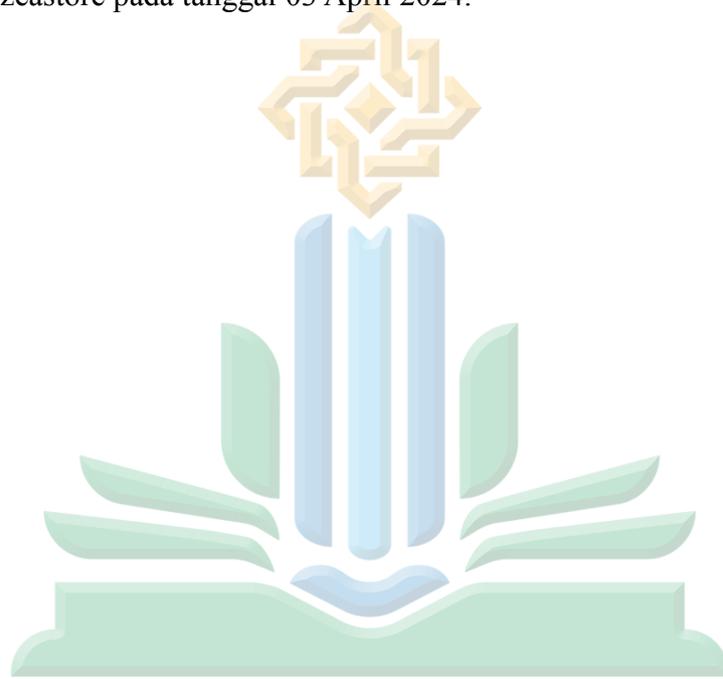
Nafila, diwawancarai oleh penulis, 28 April 2024.

Syukri Afriadi, diwawancarai oleh penulis, 5 Maret 2024.

Vivin, diwawancarai oleh penulis, 28 April 2024.

OBSERVASI

Observasi akun Instagram yang menjual akun Instagram yaitu pada akun @zeastore pada tanggal 03 April 2024.



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

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Novita Devi Safitri

NIM : 205102020039

Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Syari'ah

Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Judul Skripsi : Jual Beli Akun Instagram Menurut Undang-undang

Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Dengan ini 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 bersedia 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
JEMBER

Jember, 07 Mei 2024



Novita Devi Safitri

NIM. 205102020039

SURAT IJIN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136 Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005
e-mail: syariah@uinkhas.ac.id Website: www.fsyariah.uinkhas.ac.id



No : B-1287/ Un.22/ 4/ PP.00.9/ 4 / 2024 24 April 2024
Hal : Permohonan Izin Penelitian Lapangan
Yth : Penjual dan Pembeli Akun Media Sosial Instagram
di
Tempat

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana Strata Satu di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin kegiatan Penelitian Lapangan kepada mahasiswa berikut :

Nama : Novita Devi Safitri
Nim : 205102020039
Semester : 8 (Delapan)
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Jual Beli Akun Instagram Menurut Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terimakasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Dekan,

Wildani Hefni



MATRIKS PENELITIAN

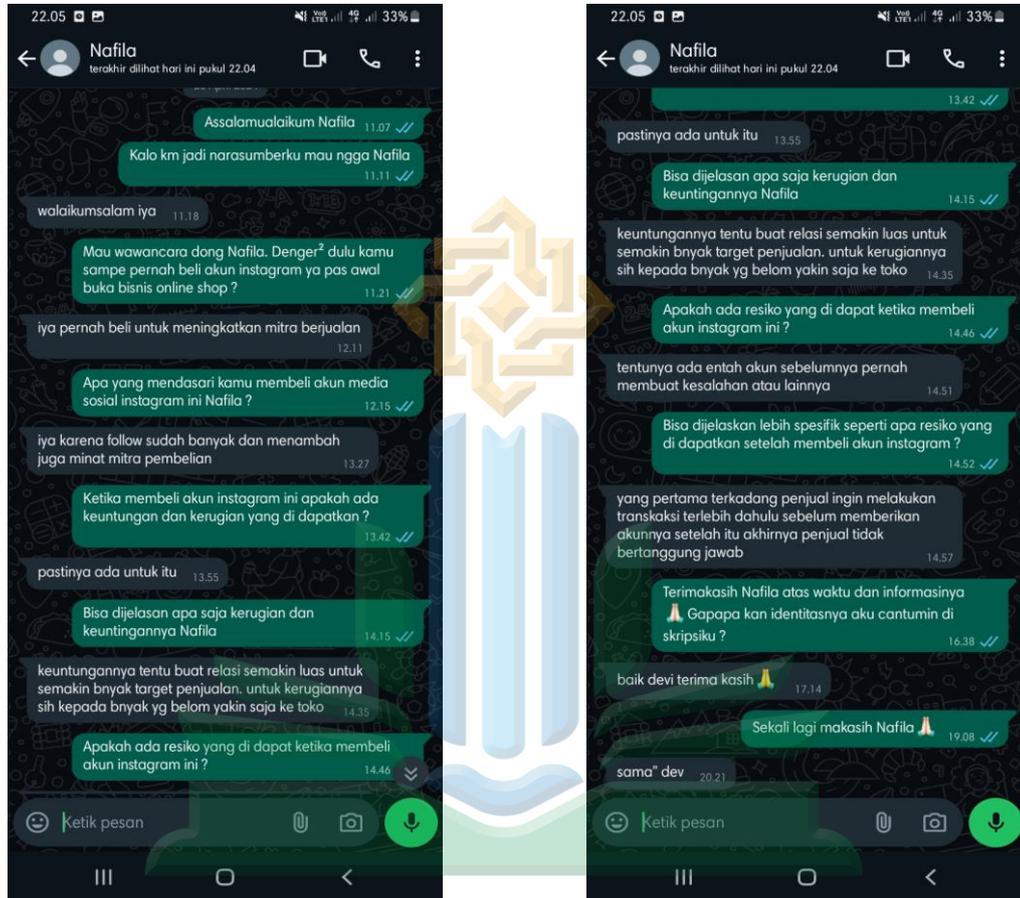
Judul Penelitian	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Jual Beli Akun Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	Jual Beli Akun Instagram Menurut Undang-Undang Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	1) Jual Beli Akun Instagram yang banyak ditemukan di dalam transaksi elektronik. 2) Jual Beli Akun Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11	1) Jual Beli Akun Instagram yang banyak ditemukan di dalam transaksi elektronik. 2) Jual Beli Akun Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11	1) Informan (Penjual atau pembeli Akun Instagram. 2) Dokumentasi. 3) Kepustakaan.	1) Jenis penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>) 2) Pendekatan Yuridis Empiris 3) Teknik Pengumpulan Data a. wawancara b. observasi c. dokumentasi	1) Bagaimana praktek transaksi jual beli akun instagram yang banyak ditemukan dalam transaksi elektronik ? 2) Bagaimana hukum jual beli akun instagram menurut Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang

		<p>Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah</p>	<p>Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah</p>			<p>Informasi dan Transaksi Elektronik dan kompilasi hukum ekonomi syariah ?</p>
--	--	--	--	--	--	---

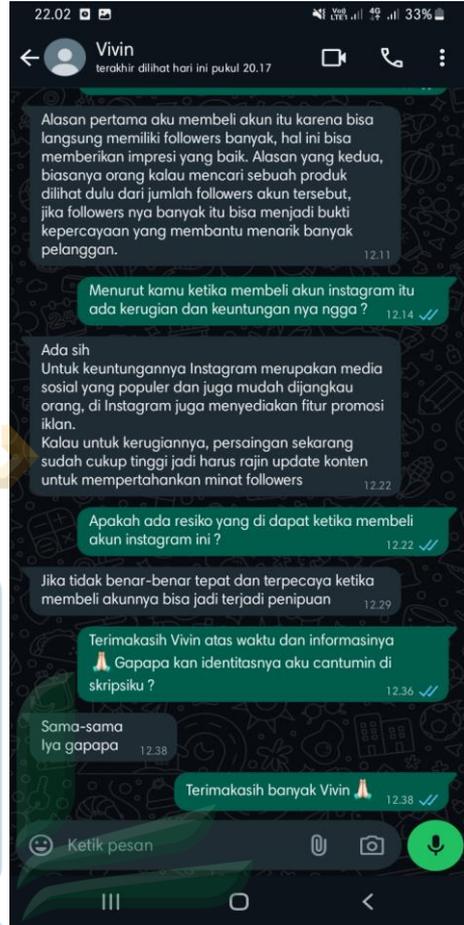
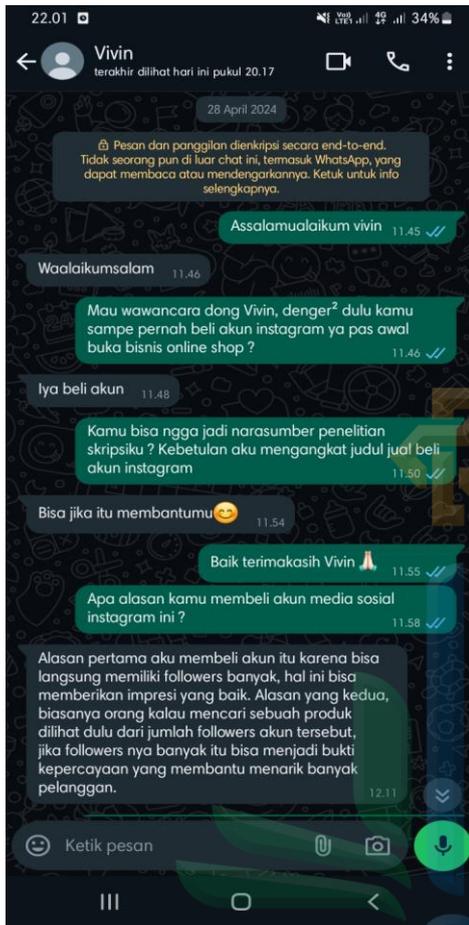
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN-LAMPIRAN

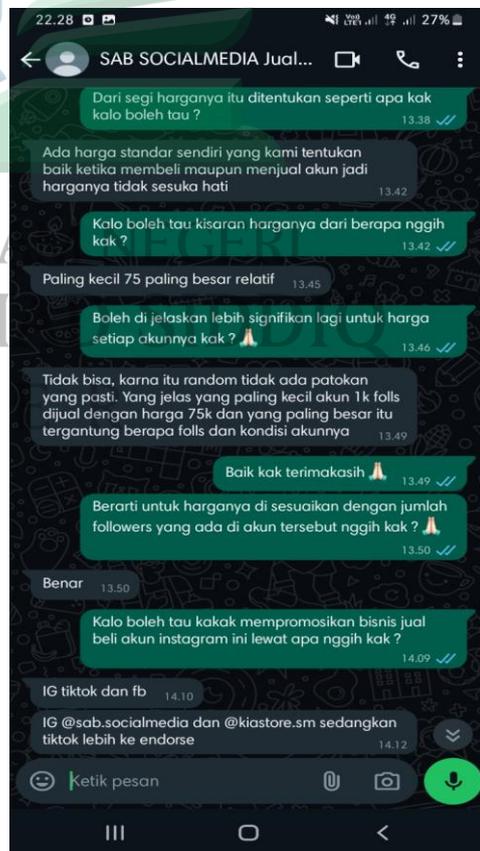
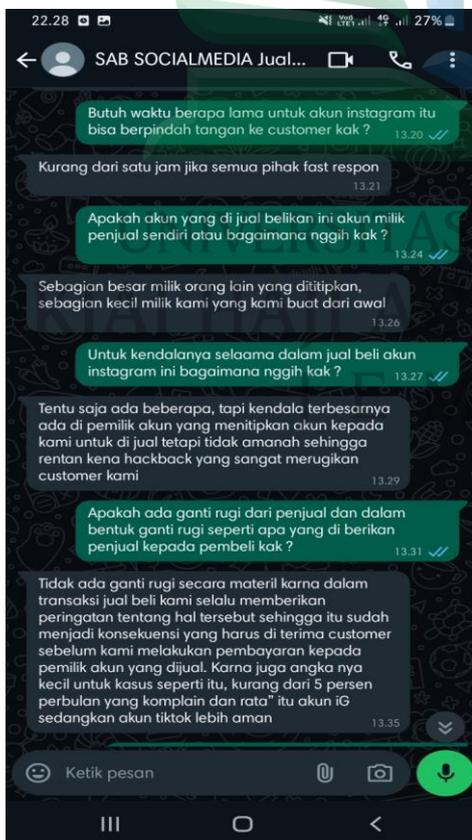
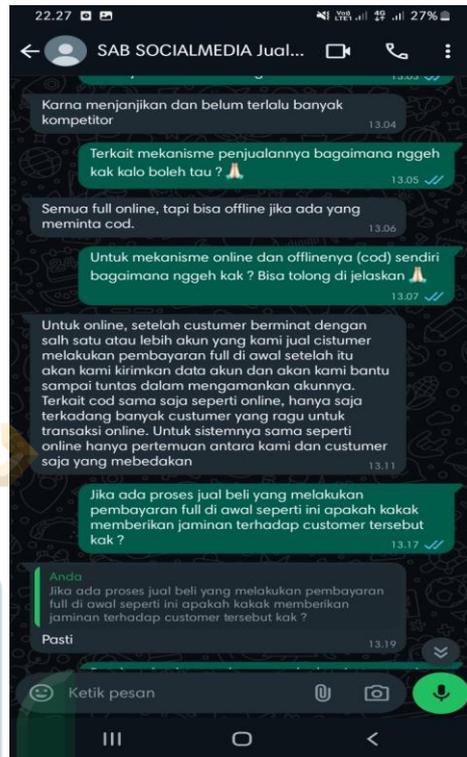
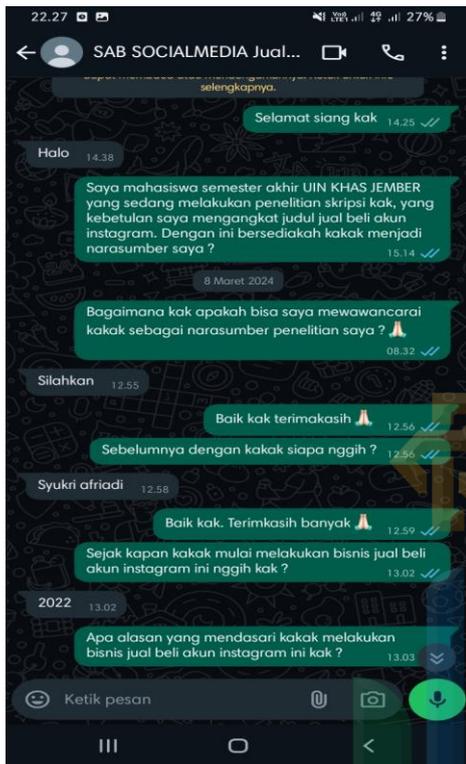
Dokumentasi Wawancara



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
(wawancara dengan Nafila selaku pembeli akun instagram
menggunakan via whatsapp)



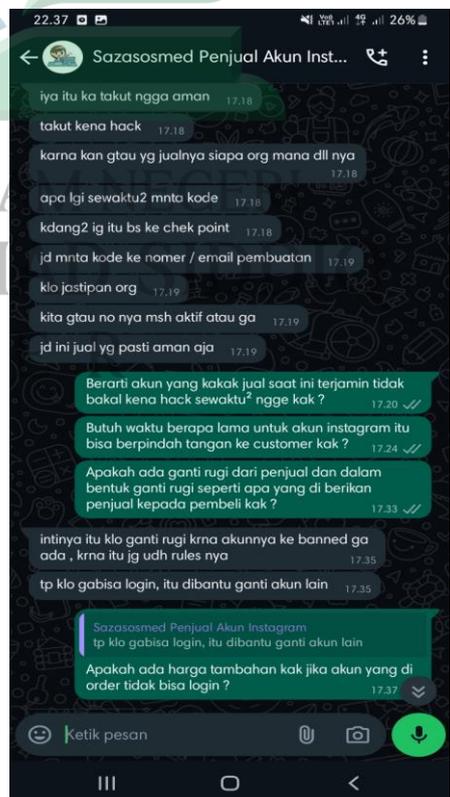
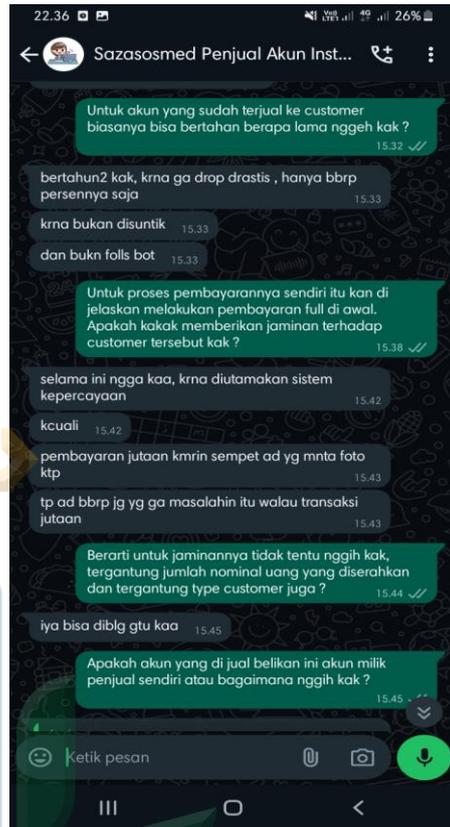
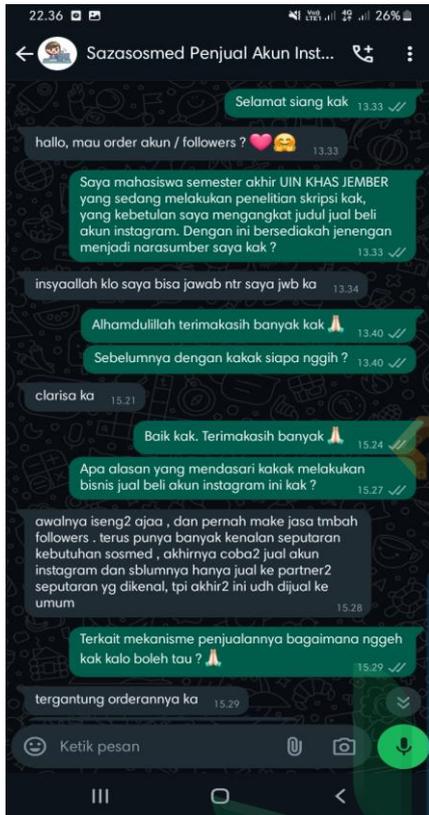
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
(wawancara dengan Vivin selaku pembeli akun instagram
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
menggunakan via whatsapp)
J E M B E R





(wawancara dengan Syukri Afriadi selaku penyedia jasa layanan atau penjual akun instagram menggunakan via whatsapp)

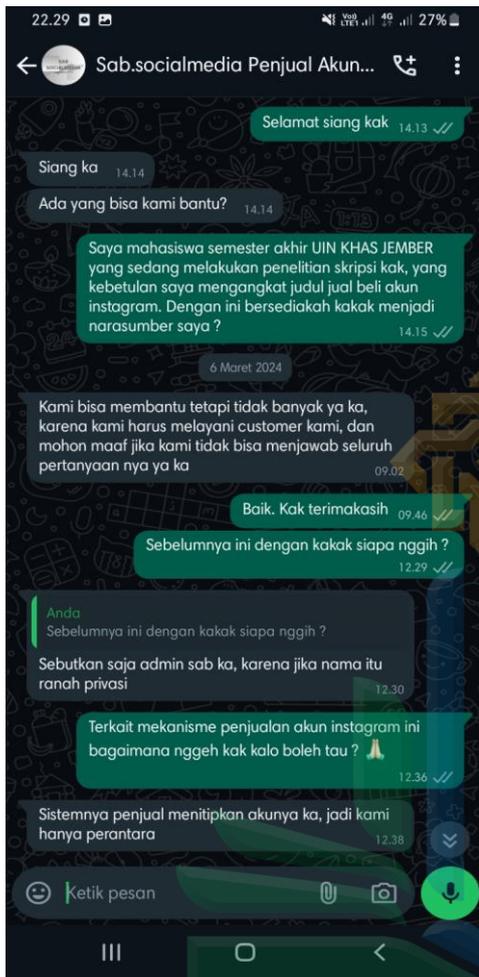
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



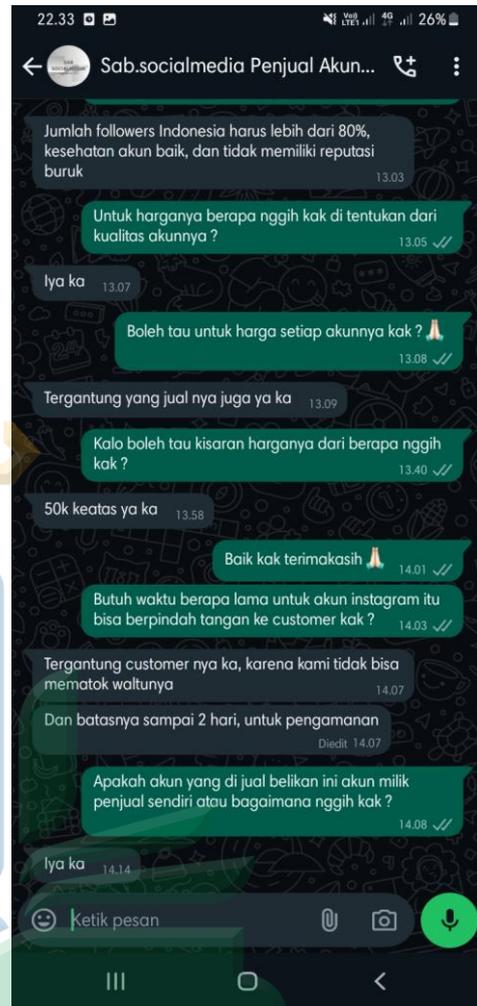
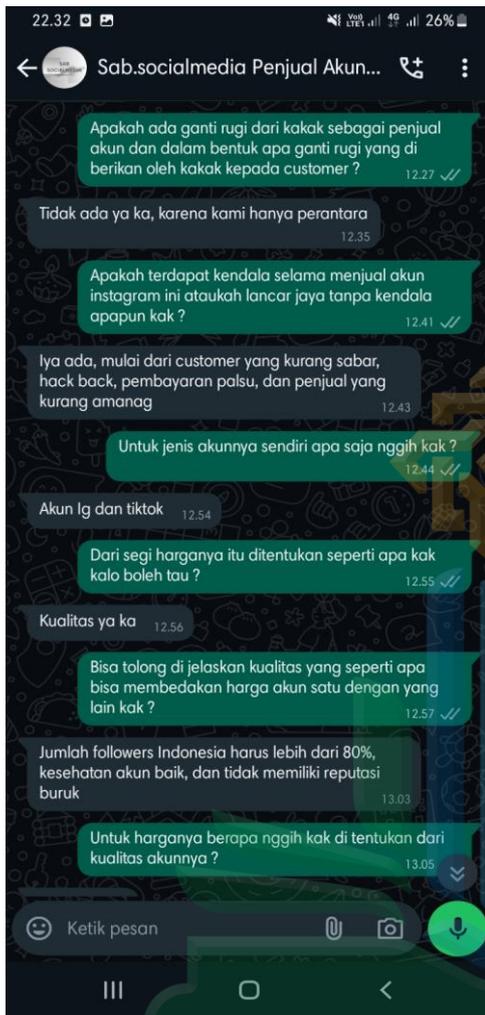


(wawancara dengan Clarisa selaku penyedia jasa layanan atau penjual akun instagram menggunakan via whatsapp)

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



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



(wawancara dengan Admin Sab selaku penyedia jasa layanan atau penjual akun
instagram menggunakan via whatsapp)

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

PEDOMAN WAWANCARA

Kepada Penjual

1. Apa alasan anda menjalankan bisnis jual beli akun instagram?
2. Bagaimana mekanisme jual beli akun instagram yang anda lakukan?
3. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk melakukan pemindah tangan akun instagram kepada pembeli?
4. Apakah anda memberikan jaminan terhadap pembeli akun?

Kepada Pembeli

1. Apa alasan anda membeli akun instagram?
2. Bagaimana cara anda membeli followers?
3. Apakah ada risiko yang Anda dapatkan ketika membeli akun instagram?
4. Apakah ada keuntungan dan kerugian yang di dapatkan setelah membeli akun instagram?

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

BIODATA PENULIS



Nama : Novita Devi Safitri

Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 29 November 2000

NIM : 205102020039

Prodi/Fakultas : Hukum Ekonomi Syari'ah

Alamat : Dusun Krasak RT 002 RW 005 Desa Pancakarya
Kecamatan Ajung Kabupaten Jember

Email : mmmnovitadevi@gmail.com

No. Hp : 089515806411

Riwayat Pendidikan

1. TK Al-Hidayah : 2007 - 2008
2. SDN Pancakarya 03 : 2008 - 2014
3. SMP Negeri 1 Ajung : 2014 - 2017
4. SMK Negeri 5 Jember : 2017 - 2020