

**PERSPEKTIF HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL-BELI
FOLLOWER SNACK VIDEO (Studi Kasus di E-Commerce)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi
Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Disusun oleh:

Ryzke Nur Afifah Abidin Putri

NIM: 1802036139

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) WALISONGO**

SEMARANG

2022



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Telp/Fax. (024) 7601291, Semarang 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Walisongo Semarang,

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Setelah meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan skripsi saudara :

Nama : Ryzke Nur Afifah Abidin Putri
NIM : 1802036139
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Perspektif Hukum Islam terhadap Jual-
beli *Follower* Snack Video (Studi kasus di
E-Commerce)**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr, Wb.

Semarang, 30 November 2022

Pembimbing I,

Dr. Akhmad Arif Junaidi, M.Ag.
NIP:19701208199603 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Telp/Fax. (024) 7601291, Semarang 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Walisongo Semarang,

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Setelah meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan skripsi saudara :

Nama : Ryzke Nur Afifah Abidin Putri
NIM : 1802036139
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Perspektif Hukum Islam terhadap Jual-
beli *Follower* Snack Video (Studi kasus di
E-Commerce)**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr, Wb.

Semarang, 30 November 2022

Pembimbing II,

Bagas Heradhvaksya, LL.M.
NIP : 19930706201903 1 017



PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Prespektif Hukum Islam Terhadap Jual-Beli *Follower* Snack Video (Studi Kasus di *E-Commerce*)

Penulis : Ryke Nur Afifah Abidin Putri

NIM : 1802036139

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang munaqasyah oleh Dewan Penguji Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Hukum Ekonomi Syariah.

Semarang, 10 Desember 2022

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

SAJED DIN, S.H., M.H.
NIP. 197204202003121002
Penguji Utama I

AHMAD MUNIF, M.Si.
NIP. 198603062015031000
Pembimbing I

Dr. Akhmad Arif Junaidi, M.Aq.
NIP. 197012081996031002

Sekretaris Sidang,

Dr. H. Amir Tjarid, M.Ag.
NIP. 197204202003121002
Penguji Utama

RADEN ARFAN RIFQIYAWAN, M.Si.
NIP. 198006102009011009
Pembimbing II,

Pembimbing II,

Bagas Heradhyaksa, LL.M.
NIP. 199307062019031017



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987 - Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te

ث	Ṡa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka

ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
هـ	Ha	H	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokalrangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	a
ِ	Kasrah	I	i
ُ	Dammah	U	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَا	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
آيَا	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إِيَا	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وِيَا	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يُقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البُرِّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, ya itu huruf “P” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata.

Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innalāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

MOTTO

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ۗ

*“Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu”
(Q.S 2 [Al-baqarah]:198)¹*

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Kemenag RI, 2019).

PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Dosen Pembimbing Peneliti, Bapak Akhmad Arif Junaidi, H., Dr., M.Ag. serta Bapak Bagas Heradhyaksa, S.H., LL.M. yang memberikan bimbingan serta mengarahkan dalam Skripsi ini.
2. Keluarga tercinta, Ayah Zainal Abidin Ibu Zamrotun. Terima kasih atas setiap kasih dan sayang yang tulus serta doa-doa yang menggetarkan langit takdir peneliti. Semoga Skripsi ini dapat menjadi langkah yang lebih baik bagi peneliti di hari mendatang.
3. Adik perempuanku Nandini Dwi Wahyu, yang selalu menjadi alasan bagiku agar pantas dan mampu menjadi sandaranmu.
4. My Best Team Ever, M. Irfan Al-latif, Ayu Puspita, Aan Khunaefi, Huesain, Vina Rohmatul Izza, Dita Fathina, Riski Wijianarto karena kalianlah peneliti dapat memulai langkah pertamanya dalam mewarnai kehidupan perkuliahan yang penuh ambisi dan semangat dari satu momen ke momen lain. Semoga Allah menjaga kalian kapan pun dan dimana pun.
5. Kedua Untuk Papa Dodi dan Mama Ika, Bapak Joko dan Ibu Desi yang dengan sabarnya terus memberikan dukungan, motivasi dan bantuan demi kebaikan Peneliti.
6. Seluruh sahabat seperjuangan ku, Prodi Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2018, kalian hebat, kalian luar biasa. Peneliti tidak mungkin dapat melangkah sejauh ini tanpa kalian. Semoga Allah selalu menjaga kita dalam setiap langkah kita menuju kebaikan.

HALAMAN DEKLARASI

Dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab, Peneliti menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Dengan demikian, skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain kecuali informasi tersebut terdapat dalam referensi kepustakaan maupun yang bersifat bahan rujukan.

Semarang, 30 November 2022



Ryzke Nur Afifah Abidin Putri
NIM : 1802036139

ABSTRAK

Jual-beli atau perdagangan berarti menjual atau mengganti yaitu sifat dari Jual-beli adalah tukar menukar antara harta dengan harta. Jual-beli Online (*E-Commerce*) adalah persetujuan saling mengikat antara penjual dan pembeli, dimana penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual sesuai dengan kesepakatan di awal. Belakangan terdapat sebuah fenomena jual-beli *follower* Snack Video yang tidak memiliki kejelasan dalam akad dan objek akadnya sehingga menarik untuk diteliti.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana mekanisme Jual-beli *follower* Snack Video serta Bagaimana Perspektif Hukum Islam terhadap mekanisme Jual-beli *follower* Snack Video.

Penelitian menggunakan metode *field research* (studi lapangan). Studi lapangan dilakukan guna mencari validitas data yang berkaitan dengan permasalahan Jual-beli *follower* Snack Video yang ada di media *Online*.

Penelitian ini menyimpulkan, pertama mekanisme jual-beli *follower* Snack Video adalah Jual-beli Online dengan transaksi tidak harus bertemu antara penjual dan pembeli dan transaksinya bisa lewat metode pembayaran yang sudah disediakan oleh *e_commerce*. Kedua, jual-beli *follower* Snack Video adalah Jual-beli yang dilarang karena tidak memiliki syarat-syarat dalam Jual-beli seperti tidak ada kejelasan dalam objek tersebut dan juga status objek tersebut bukan dari pemilik penjual karena menjual objek tanpa sepengetahuan pemilik dan dapat menimbulkan penipuan yang dapat dirugikan masyarakat dan konsumen.

Kata Kunci : Jual-beli, Follower, Snack Video

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, beliaulah yang kita nanti syafaatnya kelak di hari perhitungan dan pembalasan. Alhamdulillah peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Aplikasi Snack Video” yang disusun guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang.

Peneliti hendak menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah mendukung proses penyelesaian skripsi ini, semoga Allah SWT membalasnya dengan pahala yang terlibat. Hormat peneliti sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo.
2. Bapak Dr. H. Arja Imroni, S.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo.
3. Bapak Supangat, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Bapak Saifudin, S.HI, M.H Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah UIN Walisongo.
4. Bapak Ali Maskur, S.H., M.H Selaku Wali Dosen studi penulis.
5. Bapak Prof. Dr. Akhmad Arif Junaidi, M.Ag. Selaku Pembimbing I dan Bapak Bagus Heradhyaksa, LL.M. selaku Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga pikiran serta kesabaran dalam memberikan arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi.

6. Seluruh Dosen Hukum Ekonomi Syariah dan Staf Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo.
7. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Peneliti menerima masukan maupun saran yang bersifat membangun dari para pembaca guna memperbaiki dan menjadi pembelajaran baru bagi peneliti. Selanjutnya, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan dapat menjadi salah satu rujukan bagi masyarakat.

Peneliti mengucapkan terima kasih dan permohonan maaf yang sebesar-besarnya atas segala proses penyusunan skripsi ini, atas segala khilaf dan salah yang disengaja maupun yang tidak disengaja. *Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Semarang, 30 November 2022



Ryzke Nur Afifah Abidin Putri

NIM : 1802036139

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Pengesahan	iii
Pedoman Transliterasi Arab-Latin	iv
Motto	xii
Persembahan	xiii
Deklarasi	xiv
Abstrak	xv
Kata Pengantar	xvi
Daftar Isi	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang.....	1
B.Rumusan Masalah	7
C.Tujuan Penelitian.....	7
D.Manfaat Penelitian	7
E.Telaah Pustaka	8
F.Metode Penelitian.....	10
G.Sistematika Penulisan.....	13
BAB II : HUKUM JUAL-BELI DALAM ISLAM	15
A.Jual-Beli dalam Hukum Islam.....	15
1. Pengertian Jual-beli	15
2. Dasar Hukum Jual-beli	18
B. Jual-beli Online (<i>E-Commerce</i>).....	24
1. Pengertian Jual-beli Online (<i>E-Commerce</i>).....	24
2. Jenis-jenis <i>E-Commerce</i>	26
3. Komponen Jual-beli Online.....	30
4. Sistem Pembayaran dalam Jual-beli Online.....	31
5. Kelebihan dan Kekurangan Jual-beli Online.....	33

BAB III : APLIKASI SNACK VIDEO DAN FOLLOWERS.....	36
A. Pengertian Aplikasi Snack Video.....	36
B. <i>Follower</i> Snack Video	45
C. Praktik Jual-beli <i>Follower</i> Snack Video	49
BAB IV : PERSPEKTIF HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL-BELI FOLLOWER SNACK VIDEO	54
A.Mekanisme Jual-beli <i>Follower</i> Snack Video.....	54
1. Proses Pemesanan	54
2. Proses Akad.....	55
3. Proses Transaksi.....	57
4. Proses Penyerahan Barang	60
B. Perspektif Hukum Islam terhadap Jual-beli <i>Follower</i> Snack Video.....	67
BAB V : PENUTUP.....	82
A.Kesimpulan.....	82
B.Saran.....	83
Daftar Pustaka	85
Lampiran	89
Daftar Riwayat Hidup.....	94

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap orang yang mempunyai hak yang wajib selalu diperhatikan orang lain dalam waktu yang sama juga memikul kewajiban yang harus ditunaikan terhadap orang lain. Hubungan hak dan kewajiban diatur dengan kaidah-kaidah hukum guna menghindari terjadinya bentrokan antara berbagai kepentingan. Hukum yang mengatur tersebut dikenal dengan Muamalah, Muamalah adalah peraturan yang diciptakan Allah untuk mengatur hubungan manusia dengan manusia lainnya dalam kehidupan.²

Sehingga sebagai seorang muslim kita harus menjaga hubungan sesama manusia karena setiap orang memiliki hak dan kewajibannya masing-masing yang telah melekat sebagai hak asasi manusia yang diatur dengan syariat atau hukum Islam yang ditentukan.

Hukum Islam dari zaman ke zaman terus berkembang dikarenakan semakin beragamnya pola hubungan antara manusia dengan manusia atau disebut dengan *muamalah*, dalam suatu contoh adalah masalah Jual-beli yang terus mengalami perkembangan baik dari objek maupun konsep yang diperjualbelikan hal ini mendorong pemahaman lebih mendalam tentang *muamalah*. Di dalam Islam Jual-beli merupakan sebuah perbuatan *muamalah* yang diperbolehkan. Allah SWT berfirman dalam al-Quran:

² Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005).

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

”padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba”. (Q.S 2 [Al-Baqarah]:275.)³

Dari ayat Al-Quran yang di atas menjelaskan bahwa manusia diperbolehkan melakukan akad jual-beli selagi masih berpegang kepada ketentuan-ketentuan syariat. Dan jual-beli sendiri merupakan perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela antara kedua pihak, yang satu menerima benda dan pihak lain yang menerimanya sesuai dengan perjanjian dan ketentuan syara yang disepakati, artinya memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun Islam dan hal-hal lainnya dengan jual-beli.⁴

Perubahan-perubahan konsep dalam melakukan perniagaan terjadi karena kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta kebutuhan manusia itu sendiri, sehingga hukum Islam pun harus bisa fleksibel mengikuti zaman dan kondisi masyarakat.

Belanja secara online sudah menjadi kebiasaan dan gaya hidup. Oleh karena itu sosial media atau yang sering disebut jejaring sosial merupakan salah satu hal yang paling dinamis di dunia saat ini, tidak lagi hanya menjadi jembatan koneksi komunikasi antar manusia di dunia maya, akan tetapi sosial media sudah berubah dengan berbagai fungsi. Banyak orang yang memanfaatkan sosial media untuk memenuhi berbagai macam

³ Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: Kemenag RI, 2019.

⁴ H Abd Rahman Ghazaly, H Ghufron Ihsan, and Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada, 2010). 68.

kebutuhan, mulai dari mengapresiasi diri, mengejar ketenaran, menggalang dukungan, hingga mencari penghasilan.

Pada dasarnya sosial media adalah sebuah sarana atau saluran untuk pergaulan sosial yang dilakukan secara Online melalui jaringan internet.⁵ Dengan menggunakan sosial media maka kita bisa menambah hubungan dan interaksi dengan orang lain baik yang kita kenal maupun dengan yang tidak kenal.

Diantara berbagai layanan yang berkembang di internet Media Snack Video banyak diminati khususnya di Indonesia. Dengan kesederhanaannya kini popularitas Snack Video digunakan untuk berbagai keperluan termasuk berbisnis. Dan Snack Video sendiri adalah aplikasi yang bisa berbagi video, menerapkan filter berupa digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.⁶ Jadi dengan menggunakan Snack Video kita bisa dimanjakan dengan fitur-fitur berupa pengedit video dan bisa membagikannya ke Snack Video.

Faktanya menunjukkan bahwa penggunaan Snack Video untuk keperluan bisnis sudah banyak, dari kalangan usaha kecil menengah hingga perusahaan besar, Snack Video dijadikan sebagaimana sarana promosi maupun penjualan dari produk yang dipasarkan. Tanpa harus mengeluarkan banyak biaya pemasaran dan dirasa efektif yang menjadikan alasan utama kalangan pebisnis untuk menjadikan Snack Video sebagai sarana melakukan promosi.

⁵ <http://rocketmanajemen.com/definisi-sosial-media/> diakses pada 04 Desember 2022

⁶ https://id.wikipedia.org/wiki/Snack_Video. diakses pada 04 Desember 2022

Snack Video sendiri menggunakan sistem mengikut-tidak mengikuti (*follow-unfollow*), Dimana kita dapat melihat status terbaru dari orang yang kita ikuti (*follow*), Snack Video sendiri memiliki beberapa istilah sangat populer kepada penggunaannya yaitu *following* dan *follower*, *Following* adalah member lain yang mengikuti atau ditambahkan di dalam daftar teman kita, Sedangkan *follower* adalah daftar member lain yang mengikuti atau menambahkan kita ke dalam daftar temannya.

Dari beberapa pernyataan sudah dijelaskan dari pemaparan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa fenomena di atas dapat menciptakan berbagai peluang bisnis baru di Snack Video. Sebagai contoh di antaranya adalah penambah *follower* (Jual-beli *follower* di sosial media Snack Video).

Melihat kesimpulan di atas penulis sangat tertarik untuk mengkaji masalah ini. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengkaji terkait Jual-beli *follower* pada Snack Video. Dan dapat dilihat ketika sebuah bisnis berkembang dan menggunakan sosial media seperti Snack Video untuk memperkenalkan bisnis secara Online atau hanya untuk mencari ketenaran dan mengikuti tren pada zaman sekarang.

Biasanya dari para pengguna akun Snack Video mereka fokus pada jumlah *follower*, karena akan memberikan keuntungan untuk lebih memaksimalkan promosi yang sedang dilakukan dengan bertujuan untuk mengikat calon konsumen, dengan ketentuan *follower* atau *fans* tersebut adalah *real user* atau akun yang real bukan akun yang dibuat oleh bantuan *software* atau akun pasif (*fake/bot*) atau *bot follower* yang biasa dikenal robot adalah *follower* yang di buat menggunakan software tertentu hingga mampu membuat ribuan *follower* dalam jangka waktu

beberapa hari saja, berbeda dengan yang *real usser* atau akun aktif yang memang dijalankan oleh manusia di dunia nyata. Ketika akun pasif (*fake/bot*) yang berjumlah semakin banyak akan sama saja, karena tidak akan ada interaksi dengan para pengguna yang lain tersebut.

Bagi per individu dengan menaikkan jumlah *follower* yang banyak mampu menaikkan ego dan rasa percaya diri mereka. Dengan kata lain jumlah *follower* sebuah akun menjadi naik atau terkenal dan menjadi tatapan publik di Snack Video.⁷

Inilah alasan kenapa orang membeli *follower* sosial media yang banyak ditawarkan dengan harga murah, di lain sisi melihat dari permintaan tersebut banyak pula penyedia jasa penambah *followers* dengan memberikan patokan harga yang bervariasi pula bergantung pada keinginan dan kebutuhan. Melihat dari beberapa iklan ada yang menawarkan harga Rp.20.000/100 *follower* aktif dan Rp.10.000/100 *followers* pasif. Untuk pemesanan dapat dengan cara pembayaran yang sudah di tentukan oleh E-Commerce.⁸

Proses Jual-beli *followers* tersendiri dilakukan dengan cara Online, melalui dari penawaran produk, melakukan kesepakatan hingga pembayaran atas benda yang di transaksikan menggunakan internet. Objek yang akan di perJual-belikan dalam transaksi ini bukan benda bergerak namun dalam bentuk *follower* atas akun Snack Video itu sendiri.

⁷ Wawancara dengan Salman Alfariis selaku Pengguna Snack Video (@Salmandolk) pada 1 Desember 2022

⁸ Wawancara dengan Vegi Gemilang Rmadhan selaku Pengguna Snack Video (@Juallike.Jualfollowers) pada 26 Maret 2022

Melihat persoalan ini mungkin bagi orang awam dunia sosial mediamenanyakan. Apakah penambahan sebuah *follower* adalah objek transaksi yang berwujud bernilai dan dapat dimanfaatkan bagi perseorangan?, dan bagaimanakah penjual mendapatkan akun Snack Video yang nantinya akan mereka jual sebagai *follower*?, serta bagaimana dengan risiko yang akan ditanggung oleh pembeli ketika para *follower* tersebut berhenti mem-follownya?,

ada dasarnya hukum Islam secara khusus mensyaratkan objek yang dapat diperjual-beli kan di antaranya adalah barang tersebut harus berwujud, dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia, milik seseorang (barang yang sifatnya bukan milik seseorang tidak dapat diperjualbelikan, contoh: tidak memperbolehkan menjual ikan yang masih berenang di laut. Dengan seperti itu maka kita harus mengetahui wujud dari barang atau objek tersebut, apakah bermanfaat bagi manusia, apa wujud dari barang tersebut dan apakah objek barang tersebut.

Oleh karena itu ketika barang yang diperdagangkan berupa *follower*, terdapat dua kemungkinan, pertama sangat bermanfaat ketika seseorang tersebut sangat membutuhkan, misal dalam menarik pelanggan agar tertarik untuk mengunjungi akun miliknya, karena dipercaya dengan melihat jumlah *follower* yang sangat banyak. Namun menjadi kurang bermanfaat dan terkesan mubazir ketika yang membeli hanya bertujuan untuk bergaya demi kepuasan semata.

Berangkat dari deskripsi di atas, ada yang menarik untuk diteliti yaitu jika dikorelasikan dengan hukum Islam, jenis akad seperti apa yang sesuai dengan model Jual-beli tersebut, kemudian mengenai praktik Jual-beli khususnya memperhatikan

objek yang akan diperjualbelikan dengan mekanisme akad perjanjian yang dilakukan. Apakah Jual-beli ini mengandung unsur tipuan (*garar*) atau tidak dan apakah sudah sesuai dengan hukum Islam atau tidak sesuai dengan hukum Islam. Oleh karena itu peneliti bertujuan untuk meneliti permasalahan ini dengan judul ***“Perspektif Hukum Islam terhadap Jual-beli Follower Snack Video (Studi kasus E-Commerce)”***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada paparan latar belakang masalah di atas, maka dapat di rumuskan rumusan permasalahan yang menarik untuk dikaji dan dianalisis, yaitu:

1. Bagaimana mekanisme Jual-beli *followers* snack video?
2. Bagaimana Perspektif Hukum Islam terhadap mekanisme Jual-beli *follower* Snack Video ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan dapat dirumuskan tujuan penelitian adalah :

1. Menggambarkan dan menjelaskan terkait mekanisme yang dilakukandalam Jual-beli *follower* Snack Video.
2. Menjelaskan pandangan perspektif hukum Islam terhadap praktik Jual-beli *follower*

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, kegunaan penelitian ini adalah untuk mengembangkan kajian terhadap pemahaman hukum ekonomi syariah terhadap pelaksanaan Jual-beli *followers* aplikasi Snack Video di E-Commerce.

2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan perpustakaan atau bahan informasi bagi segenap pihak yang memerlukan informasi mengenai pelaksanaan Jual-beli *followers* sosial media Snack Video di E-Commerce.
3. Bagi pemerintah, Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam melaksanakan pengawasan atau sosialisasi kepada masyarakat mengenai ketentuan dalam Jual-beli.
4. Bagi akademisi, Sebagai bahan rujukan bagi penelitian dengan tema yang sama.

E. Telaah Pustaka

Setelah peneliti melakukan telaah terhadap beberapa penelitian, ada beberapa penelitian yang mengalami keterkaitan dengan apa yang di teliti oleh peneliti.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Moh. Afifuddin Zuhri tahun 2018 dengan judul “*Perspektif Hukum Islam Terhadap Jual-beli Follower Twitter*”. Dalam skripsi tersebut dijelaskan bagaimana Jual-beli *followers* Twitter untuk kegiatan bisnis. Dalam Jual-beli tersebut dilakukan untuk meningkatkan kepopuleritasan seseorang, dimana ada 2 macam transaksi di dalamnya yaitu bertemu langsung dan tidak langsung. Praktik Jual-beli *Follower* Twitter menurut rukun, syarat, dan penyerahan barang sudah sesuai menurut hukum Islam, akan tetapi menurut asas kemaslahatan tidak sesuai karena adanya unsur kecurangan di dalamnya.⁹

⁹ Moh. Afifudin Zuhri, *Skripsi: Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Followers Twitter* (Surabaya: Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Ampel, 2018).

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh \ Rifky Fadillah Anwar tahun 2019 dengan judul “*Jual-beli Follower Sosial Media Instagram dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Instagram Bengkulu)*”.¹⁰ Meneliti tentang Jual-beli *followers* sosial media Instagram dalam perspektif hukum Islam dimana dijelaskan Jual-beli *followers* di sini lebih kepada manfaat dan kurang manfaatnya. Karena bermanfaat ketika seseorang itu membutuhkan, dan kurang bermanfaat yang membeli hanya bertujuan untuk bergaya demi kepuasan semata. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan hasil penelitian di atas terletak pada objek, dan subjek penelitian. Sehingga lebih memfokuskan pembahasan mengenai tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dalam mekanisme transaksi Jual-beli *followers* Instagram, dimana objek yang diperjualbelikan tidak memenuhi rukun Jual-beli dan syarat sah benda yang harus diperjualbelikan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Mufida Herdanidengan judul “*Jual-beli Follower Social Media Twitter dalam Perspektif Hukum Islam*”. Kesimpulan dari skripsi ini yaitu, bahwa Jual-beli *follower* dapat dikategorikan ke dalam *ba'i al-salam*, karena dalam mekanismenya barang diserahkan dikemudian hari, sementara pembayaran dilakukan di awal. Kemudian implikasi hukum atas Jual-beli yang dilakukan adalah *fasid* (rusak), karena tidak memenuhi syarat-syarat sahnya Jual-beli, yaitu masih terdapat unsur ketidakjelasan, dan bersifat *spekulatif* yang berdampak kepada risiko berupa kerugian bagi

¹⁰ Rifky Fadillah Anwar, *Jual Beli Followers Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Wilayah Instagram Bengkulu)* (Bengkulu: Fakultas Syariah, IAIN Bengkulu, 2019).

akun pengguna¹¹

Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya terkait Jual-beli *followers* Snack Video, yaitu media yang digunakannya, dan penulis meneliti Jual-beli *followers* Snack Video. Karena berdasarkan observasi awal, didapati adanya perdagangan *followers* Snack Video yang *followernya* tidak aktif atau akun palsu. Oleh sebab itu, maka penelitian yang akan penulis kaji dengan judul **“Perspektif Hukum Islam terhadap Jual-beli *Follower* Snack Video (study kasus E-Commerce)”** layak untuk dilakukan.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian ini merupakan seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah secara praktis sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenan dengan masalah tertentu dan diolah, dianalisis, dan diambil sebuah kesimpulan dan selanjutnya dicarikan penyelesaiannya.¹²

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) artinya penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari lokasi atau lapangan.¹³ Penelitian ini juga menggunakan metode pengumpulan data,

¹¹ Mufida Herdani, *Jual Beli Follower Social Media Twitter Dalam Perspektif Hukum Islam* (Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga, 2019).

¹² Muhammad Nadzir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003).
12.

¹³ Mukti Fajar Nd and Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum : Normatif & Empiris* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010). 10

observasi, wawancara dan studi pustaka. Sifat penelitian yakni deskriptif analitik sehingga tertuju pada pemecahan masalah dengan fakta-fakta yang ada terhadap pelaksanaan Jual-beli *follower* Snack Video.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis, yaitu suatu penelitian yang menggambarkan suatu objek, fenomena-fenomena, gejala sosial dan suatu kelompok tertentu.¹⁴ Dalam penelitian ini akan dideskriptifkan tentang bagaimana Perspektif Hukum Islam terhadap pelaksanaan Jual-beli *follower* Snack Video.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data dasar yang diperoleh peneliti dari orang pertama, dari sumber asalnya yang belum diolah dan diuraikan orang lain.¹⁵ Sumber data ini disebut sumber data informasi yang mana penelitian ini di dapat dari wawancara penjual *followers* Snack Video di *E-commers* dan pembeli *followers* Snack Video

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah teknik pengumpulan data berupa riset, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca literatur lainnya yang menunjang permasalahan.

¹⁴ Muhammad Nadzir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003).54.

¹⁵ Hilman Hadikusuma, *Metode Pembuatan Kertas Kerja Atau Skripsi Ilmu Hukum* (Bandung: Mandar Maju, 1995). 65.

3. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini di antaranya sebagai berikut:

a. Observasi

Metode ini dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena yang terjadi secara langsung di lapangan kemudian dilakukan pencatatan.

b. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan untuk mencari sumber informasi yang ingin diketahui, dan penelitian ini mewawancarai penjual *followers* Snack Video dan pembeli *followers* Snack Video.

4. Metode Pengolahan Data

Adapun beberapa cara atau rumusan untuk memperoleh dalam pengolahan data di antaranya sebagai berikut:

a. Pemeriksaan Data (*editing*)

Pemeriksaan data atau editing adalah pengecekan atau pengoreksian data yang telah dikumpulkan, karena data yang masuk atau terkumpul apakah sudah benar, dan sesuai dengan masalah.

b. Sistematisasi Data (*systematizing*)

Menempatkan data sesuai kerangka sistematika bahasan berdasarkan rumusan masalah.¹⁶

¹⁶ Muhammad Abdul Kadir, *Hukum Dan Penelitian Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004). 126

5. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa data kualitatif, yaitu menganalisis dan menggambarkan data melalui bentuk kata-kata atau kalimat dipisahkan menurut kategori yang ada untuk memperoleh keterangan yang jelas dan terperinci. Kemudian dalam cara pengambilan kesimpulan atas data kualitatif tersebut, penyusun menggunakan metode deduktif, yaitu metode yang berangkat pada pengetahuan yang bersifat umum mengenai suatu fenomena(teori) dan bertitik tolak pada pengetahuan umum itu hendak menilai hal-hal yang bersifat khusus.¹⁷ Dalam hal ini adalah praktik jual-beli *followwer* Snack Video.

G. Sistematika Penulisan

Dalam rangka supaya pembahasan skripsi ini dapat tersusun secara sistemis sehingga penjabaran yang ada dapat dipahami dengan baik, makapenyusun membagi pembahasan menjadi lima bab, dan masing-masing bab terbagi dalam beberapa sub bab.

Bab Pertama, Bab ini merupakan bab pendahuluan, bab ini menguraikan penjelasan yang bersifat umum, yaitu mengenal latar belakang masalah yang mendasari diadakannya penelitian, pokok masalah, tujuan dan kegunaan, telaah pustaka, kerangka teoretis, metode penelitian dan sistematika pembahasan

Bab Kedua, Bab ini membahas mengenai teori-teori terkait untuk menganalisis masalah dalam skripsi ini. Oleh karena itu dalam bab ini akan di jelaskan mengenai Gambaran umum dari teori Jual-beli dalam Islam, yang penjelasannya meliputi

¹⁷ Suteki and Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum : (Filsafat, Teori Dan Praktik)* (Depok: Rajawali Pers, 2018). 40.

beberapa sub bab yaitu : (a) Pengertian dan dasar hukum jual-beli,(b) Rukun dan syarat Jual-beli, (c) Subjek dan Objek akad Jual-beli,(d) Macam-macam Jual-beli, (e) Manfaat-manfaat dalam Jual-beli.

Bab Ketiga, bab ini akan di bahas mengenai gambaran umum Jual-beli *follower* sosial media, dengan beberapa hal yang berkaitan di dalam nya yaitu pengertian dan sejarah munculnya sosial media, macam peluang bisnis sosial media, pentingnya *follower*, sistematika Jual-beli *follower* dan jenis-jenis *follower*.

Bab Keempat, Bab ini membahas mengenai analisis yang di lakukan penyusun atas permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini dengan menggunakan teori yang ada di bab kedua, yaitu analisis hukum Islam terhadap Jual-beli *follower* di sosial media. Analisis terdiri dari dua sub bab yaitu, analisis terhadap praktik Jual-beli yang di lakukan dan, yang kedua lebih menitik beratkan terhadap objek yang di perjual-belikan.

Bab Kelima, Bab ini merupakan bagian penutup dari penelitian ini yang berisi tentang kesimpulan dan saran yang di berikan sesuai dengan permasalahan yang ada. Kesimpulan di tulis untuk menyimpulkan hasil analisis dalam bab ke empat sekaligus menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah pada bab pertama. permasalahan yang ada. Kesimpulan di tulis untuk menyimpulkan hasil analisis dalam bab ke empat sekaligus menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah pada bab pertama.

BAB II

HUKUM JUAL-BELI DALAM ISLAM

A. Jual-beli dalam Hukum Islam

1. Pengertian Jual-beli

Jual-beli atau perdagangan dalam istilah *Fiqh* disebut *al-ba'i* yang secara etimologi, berarti menjual atau mengganti yaitu sifat dari Jual-beli adalah tukar menukar antara harta dengan harta. Sedangkan secara terminologi, terdapat beberapa ulama yang telah mendefinisikan Jual-beli.¹⁸ Lafal *buyu* merupakan bentuk *jama* taksir dari lafal *al-bai* u, yang mana lafal *al-bai* mencakup dua pengertian, yaitu jual (*al-bai*) dan beli (*al-syira*).¹⁹ Lafal *al-ba* i (jual) dalam bahasa Arab digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu lafal *al-syira* (beli). Dengan demikian, lafal *al-bai* tidak saja bermakna jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.²⁰

Secara terminologi terdapat beberapa definisi Jual-beli yang dikemukakan oleh para ulama fiqh, antara lain: Pertama, menurut ulama Hanafiyah adalah pertukaran harta dengan harta secara khusus, atau pertukaran sesuatu yang diinginkan dan yang berguna

¹⁸ Shalah Ash-Shawi, *Fikh Ekonomi Keuangan Islam*, trans. Abu Umar Basyir (Jakarta: Darul Haq, 2008). 87.

¹⁹ Rizki Abdurahman, *Konsep Dasar Fiqih Muamalah* (Bandung: Insan Rabbani, 2016). 34.

²⁰ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah* (Jakarta: Prenada Media, 2019). 63.

(*mufid*) dengan cara khusus, yaitu adanya ungkapan *ijab* (ucapan/perbuatan yang menunjukkan penawaran) dan *qabul* (ucapan/perbuatan yang menunjukkan penerimaan).²¹

Kedua, menurut ulama Malikiyah Jual-beli ada dua macam, yaitu ada Jual-beli dalam arti umum dan Jual-beli dalam arti khusus. Jual-beli dalam arti umum adalah suatu perikatan tukar menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan kenikmatan. Maksudnya suatu akad yang mengikat kedua belah pihak yang mana salah satu pihak yang menyerah terimakan atas sesuatu yang ditukarkan oleh pihak lain adapun benda yang ditukarkan berupa zat atau berbentuk, yang berfungsi sebagai objek penjualan. Sedangkan Jual-beli dalam arti khusus adalah ikatan tukar menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan kelezatan yang mempunyai daya tarik, penukarannya bukan berupa emas atau perak, bendanya dapat direalisasikan dan ada seketika (tidak ditangguhkan), tidak merupakan utang, dan barang yang sudah diketahui sifatnya terlebih dahulu.²²

Ketiga, menurut ulama Syafi'iyah, Jual-beli adalah suatu akad tukar menukar harta dengan harta atas syarat yang akan diuraikan nanti untuk memperoleh kepemilikannya terhadap benda atau manfaat untuk

²¹ Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001). 73.

²² Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001). 73.

waktu selamanya. Keempat, menurut ulama Hanabillah, Jual-beli adalah alat tukar harta dengan harta atau tukar menukar manfaat yang mubah dengan manfaat yang mubah untuk waktu selamanya, bukan riba dan utang.²³

Menurut Imam Nawawi Jual-beli adalah merupakan tukar menukar barang atau sejenisnya, dan menurut Ibnu Qudamah, Jual-beli adalah pertukaran harta dengan harta (yang lain) untuk kepemilikan.²⁴ Selain itu, dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Buku II Bab I Pasal 20 ayat (20), ba‘i adalah Jual-beli antara benda dengan benda atau pertukaran benda dengan uang. Pengertian ini dapat diartikan sebagai penukaran harga atas dasar saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ganti yang dibenarkan menurut hukum Islam.²⁵

Berdasarkan definisi-definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa inti Jual-beli ialah suatu transaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang saling menyepakati, antara penjual dan pembeli untuk saling tukar menukar benda atau barang, hal ini penjual menyerahkan barangnya kepada pembeli dan pembeli menerima barang dan memberikan imbalan kepada

²³ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Amzah, 2010). 176.

²⁴ H Abd Rahman Ghazaly, H Ghufroon Ihsan, and Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada, 2010). 67-68.

²⁵ Mahkamah Agung Republik Indonesia, “Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2008 Tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah,” 14.

penjual sesuai dengan harga yang telah ditentukan di awal atas dasar kerelaan tanpa kecurangan dan kebatilan.

2. Dasar Hukum Jual-beli

Berdasarkan paparan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa Jual-beli adalah merupakan perjanjian tukar menukar barang dengan barang atau harta dengan harta yang mempunyai manfaat dengan cara-cara tertentu berdasarkan hukum Islam atau hukum syariat dengan tujuan kepemilikan. Dasar hukum Jual-beli terdapat dalam al-Quran, hadis, kaidah fiqh, dan ijma". Di bawah ini merupakan dasar-dasar hukum Jual-beli, yaitu sebagai berikut:

a. Al-Quran

Al Quran merupakan kalamullah, ayat-ayatnya bersumber langsung dari ujaran Allah SWT. Dasar hukum Jual-beli dalam Al-Quran yaitu:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“...Dan Allah telah menghalalkan Jual-beli dan mengharamkan riba...” (Q.S 2 [Al-Baqarah]: 275).²⁶

Sayyid Quthb dalam tafsirnya *Fi Zhilal Al-Quran* mengemukakan bahwa dalam ayat ini Allah SWT menghalalkan Jual-beli dan mengharamkan riba.

²⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahannya (Jakarta, 2019).

Berdasarkan penegasan itu dipahami bahwa Allah memberikan suatu perbandingan antara Jual-beli dengan riba. Hendaklah manusia mengetahui, memikirkan, dan memahami perbandingan itu. Karena tidak adanya unsur-unsur kepandaian, kesungguhan, dan keadaanalamiah dalam Jual-beli dan sebab-sebab lain yang menjadikan perniagaan pada dasarnya bermanfaat bagi kehidupan manusia. Sedangkan perbuatan riba pada dasarnya merusak kehidupan manusia.²⁷

Pada Jual-beli biasanya penjual dan pembeli melakukan pertukaran dan penggantian, ada manfaat dan keuntungan yang diperoleh dari kedua belah pihak. Namun pada riba tidak ada yang namanya penukaran dan penggantian yang seimbang, melainkan ada semacam pemerasan yang secara tidak langsung, yang dilakukan oleh pihak yang memiliki barang terhadap pihak yang sedang membutuhkan atau meminjam dalam keadaan terpaksa.

Dalam ayat lain Allah SWT berfirman:

وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ

“...Dan persaksikanlah apabila kamu berJual-beli...”. (Q.S 2 [Al-Baqarah]: 282).²⁸

²⁷ Sayyid Qutub, *Tafsir Fi Dzilalil Qur'an*, Jilid 1 (Jakarta: Gema Insani, 2000). 383.

²⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta, 2019).

Ayat di atas menjelaskan bahwa dalam Jual-beli harus ada dua saksi yang dipercaya oleh kedua belah pihak yang menyaksikan proses transaksi tersebut, supaya terhindar dari kesalahpahaman, kezaliman dan kedua belah pihak tidak merugi.

Persaksikan dalam muamalah sekurang-kurangnya dilakukan oleh dua orang laki-laki, apabila tidak ada dua orang laki-laki boleh dilakukan oleh seorang laki-laki dan dua orang perempuan.

Allah SWT berfirman:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ
وَأَنْ كُنْتُمْ مِّنْ قَبْلِهِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ
لِمَنِ الضَّالِّينَ

“Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu. Maka apabila kamu bertolak dari Arafah, berzikirlah kepada Allah di Masy’aril Haram. Dan berzikirlah kepada-Nya sebagaimana Dia telah memberi petunjuk kepadamu, sekalipun sebelumnya kamu benar-benar termasuk orang yang tidak tahu”. (Q.S 2 [Al-Baqarah]: 198).²⁹

²⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahannya (Jakarta, 2019).

Bahwasanya Al-Quran telah memberikan aturan yang jelas untuk diketahui, agar setiap manusia tidak tersesat dalam kehidupannya. Begitu pun dalam transaksi Jual-beli bahwasanya Allah telah menegaskan terhadap Jual-beli yang batil yang mana dapat merusak pada transaksi tersebut. Dan Allah menjelaskan bahwa dalam melaksanakan transaksi Jual-beli harus selalu mengingat, mendekatkan diri, dan berzikir kepada Allah SWT supaya terhindar dari perbuatan yang tidak diinginkan seperti terjadinya kecurangan dalam Jual-beli, tidak terpenuhinya syarat dan rukun, serta tindakan lainnya yang tidak sesuai dengan firman Allah.

Selanjutnya Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بَاطِلًا
إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَحْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.
(Q.S 4 [An-Nisaa]:29)³⁰

³⁰ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahannya (Jakarta, 2019).

Ayat ini merujuk pada pemiagaan atau transaksi-transaksi dalam muamalah yang dilakukan dengan jalan yang batil, sedangkan Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu mengambil tanpa adanya keridhaan dari pemilik harta atau menggunakan harta bukan hakiki yang bermanfaat dan tidak dibenarkan oleh syariat. Kita boleh melakukan transaksi terhadap harta orang lain namun harus dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha, dan saling ikhlas. Sehingga dapat digaris bawahi maksud dari harta orang lain di atas adalah janganlah menjual barang yang bukan kepemilikan sendiri atau tanpa izin dari pemilik barang tersebut.

b. As-sunnah

Dasar hukum yang berasal dari as-Sunnah antara lain adalah sebagai berikut :

عَمَلٌ : فَقَالَ الْكَسْبُ؟ ؛ أَيُّ مَ، ص النَّبِيِّ مُلٍ
مَبْرُورٍ بَيْعٍ وَكُلُّ بِيَدِهِ الرَّجُلِ.

“Nabi SAW ditanya tentang mata pencaharian yang paling baik. Beliau menjawab: Seseorang bekerja dengan tangannya dan setiap Jual-beli yang mabrur.” (HR. Bajjar,

Hakim menyahihkannya dari Rifa'ah Ibn Rafi')³¹

Dalam hadis tersebut menjelaskan bahwa pekerjaan yang baik adalah pekerjaan ditandai dengan niat yang baik, jujur tanpa adanya kecurangan dalam pekerjaan serta mendapatkan ridha dari Allah SWT. Maksud dari *mabrur* dalam hadis di atas adalah Jual-beli yang terhindar dari usaha menipu dan merugikan orang lain.

Selanjutnya dalam Hadits Rasulullah Saw yang diriwayatkan Sufyan dari Abu Hamzah dan Hasan dari Abi Said ³²:

تَرَاضٍ عَنِ الْبَيْعِ وَأَمَّا

“Jual-beli dipastikan harus saling meridai.”

(HR. Baihaqi dan Ibnu Majjah)

c. Ijma' Ulama

Dalil dari ijma para ulama bahwa umat Islam sepakat bila Jual-beli atau berdagang pada dasar hukumnya boleh dan terdapat beberapa hikmah di dalamnya. Jual-beli pada muamalah dengan sistem barter sudah ada sejak zaman dahulu.

³¹ Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Bulughul Maram : Terjemahan* (Semarang: Pustaka Nuun, 2011). 213.

³² Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001).75.

Dan Islam datang untuk memberi legitimasi dan memberi batasan-batasan serta memberi aturan agar di dalamnya tidak terdapat unsur-unsur kezaliman dan tindakan yang dapat merugikan salah satu pihak. Dengan diperbolehkannya Jual-beli maka manusia dapat terbantu atas kebutuhannya dan untuk memenuhi kebutuhan setiap orang dan dapat membayar atas kebutuhannya tersebut.³³

B. Jual-beli Online (*E-Commerce*)

1. Pengertian Jual-beli Online (*E-Commerce*)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jual-beli ialah persetujuan saling mengikat antara penjual dan pembeli, dimana penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual sesuai dengan kesepakatan di awal.³⁴

Kata Online berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari dua kata, yaitu “*on*” yang berarti hidup, dan “*line*” yang berarti garis, lintasan, atau jaringan. Kata Online dapat diartikan sebagai keadaan terkoneksi dalam jaringan internet. Dalam keadaan Online, kita dapat melakukan kegiatan secara aktif sehingga dapat menjalin

³³Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001).
75.

³⁴ Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa Kemendikbud, 2017).

komunikasi dengan satu perangkat dengan perangkat lainnya. Baik komunikasi satu arah seperti *browsing* (pencarian informasi di internet) ataupun komunikasi dua arah seperti mengirim e-mail atau chattingan. Jadi definisi Jual-beli Online (*e-commerce*) adalah Jual-beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui media internet atau secara Online.

Saat ini kegiatan Jual-beli Online atau orang banyak menyebutnya dengan Online shop sangat marak di kalangan masyarakat. Online shop disingkat menjadi olshop merupakan bentuk populer dari perdagangan elektronik (*e-commerce*) atau suatu istilah yang sering digunakan dalam transaksi Online seperti kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers*, dan pedagang penata (*intermediaries*). Dengan memanfaatkan teknologi internet sebagai sumber utama.

Jual-beli Online yang terjadi di media elektronik, dimana dalam transaksi Jual-beli tidak mengharuskan pihak penjual dan pihak pembeli bertemu secara langsung atau saling bertatapapan muka secara langsung (*face to face*), cukup dengan menentukan spesifikasi barang. Semakin mudahnya konsumen dan para pelaku bisnis dalam melakukan transaksi Jual-beli. Hal ini diakibatkan dari perkembangan teknologi dan informasi.

Media sosial Twitter, Instagram, Facebook, WhatsApp dan yang lainnya, bukan hanya sebagai alat

komunikasi melainkan sebagai alat untuk menciptakan peluang bisnis, sekaligus sebagai alat mediator untuk bertransaksi jarak jauh yang memudahkan produsen untuk memasarkan produknya kepada konsumen. Berinteraksi seperti inilah yang banyak digemari atau sudah menjamur di kalangan masyarakat.

Menurut Arsyad Sanusi terdapat tiga karakteristik Jual-beli Online, yaitu:

- a. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak
- b. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi
- c. Internet merupakan media utama dalam proses akad tersebut.

2. Jenis-jenis *E-Commerce*

a. Shopee

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang Jual-beli secara Online dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan smartphone. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara Online tanpa harus ribet menggunakan perangkat komputer. Namun, cukup menggunakan smartphone anda, Shopee akan menawarkan berbagai macam produk-produk Fashion hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee ikut meramaikan pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi sejak Juni

2015. Shopee merupakan sebuah anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Meningkatnya penetrasi pengguna gadget membuat PT Shopee Internasional Indonesia melihat peluang baru di dunia *e-commerce*. Kini Shopee telah menyebar di berbagai Negara di Kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, dan Indonesia.³⁵

Shopee memiliki berbagai keunggulan seperti:

- 1) Menjual barang dengan cukup cepat dan dapat dilakukan hanya dalam waktu 30 detik.
- 2) Memudahkan si penjual dalam memasarkan barang dagangannya dengan fitur foto. Sehingga bisa mengunggah foto barang hingga Sembilan foto. Hal ini dimaksudkan pembeli bisa menilik lebih jeli tentang barang yang akan ia beli.
- 3) Ada fitur pemberitahuan tentang sistem pembayaran sampai dengan penyelesaian transaksi. Sehingga memudahkan penjual dalam mengecek transaksi Jual-beli Online.
- 4) Memberi kemudahan dalam memilih produk seperti memilih varian motif, warna hingga ukuran. Jadi jangan khawatir apabila tidak sesuai.
- 5) Memiliki layanan gratis ongkos atau ongkos kirim.

³⁵ <https://careers.shopee.co.id/about>. diakses pada 1 Desember 2022.

- 6) Memiliki layanan terbaru yang bisa digunakan untuk membayar tagihan listrik PLN.
- 7) Memiliki tampilan yang dikemas menarik dan dapat digunakan dengan mudah walaupun oleh pengguna yang baru.
- 8) Menghadirkan fitur Live Chat yang memudahkan pembeli agar bisa langsung berbicara dengan si penjual untuk bisa bertransaksi atau bernegosiasi. Fitur ini sangat memudahkan pengguna shopee karena mengingat pada situs *e-commerce* atau aplikasi yang lain yang harus menyimpan nomor telepon terlebih dahulu ketik ingin bertransaksi.
- 9) Memiliki fitur tawar menawar yang memungkinkan si pembeli untuk menawar harga.
- 10) Memiliki fitur berbagi yang lengkap agar dengan mudah menyebarkan info ke berbagai situs media sosial atau aplikasi Messenger, seperti Facebook, Instagram, Twitter, Line, Pinterest, Whatsapp.
- 11) Shopee mengintegrasikan fitur media sosial yang mencakup fungsi hashtag, agar mempermudah pengguna dalam mencari barang atau produk yang sedang populer atau untuk mengikuti tren produk terbaru secara mudah.

b. Lazada³⁶

Lazada merupakan destinasi belanja dan berjualan Online nomor satu di Asia Tenggara – hadir di Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam. Sebagai pelopor ekosistem E-commerce di Asia Tenggara, melalui platform Marketplace yang didukung oleh berbagai macam layanan pemasaran yang unik, layanan data, dan layanan jasa lain, Lazada telah membantu lebih dari 135.000 penjual lokal dan internasional, serta 3.000 brand untuk melayani 560 juta konsumen di kawasan Asia Tenggara. Dengan lebih dari 300 juta SKU yang tersedia, Lazada menawarkan variasi produk dalam berbagai kategori mulai dari barang elektronik hingga barang keperluan rumah tangga, mainan, Fashion, perlengkapan olahraga dan kebutuhan sehari-hari. Sebagai bentuk komitmen Lazada untuk mengedepankan pengalaman berbelanja Online yang menyenangkan bagi para konsumen, Lazada menghadirkan berbagai metode pembayaran, termasuk cash-on-delivery (COD), pelayanan konsumen yang menyeluruh, dan layanan pengembalian barang yang mudah melalui jasa pengiriman First dan last mile milik Lazada, dan juga dengan lebih dari 100 mitra logistiknya.

³⁶ <https://www.lazada.co.id/about/>. diakses pada 1 Desember 2022.

3. Komponen Jual-beli Online

Menurut Hidayat ada beberapa komponen yang terdapat pada Jual-beli Online dan tidak ada dalam transaksi Jual-beli *Online*, yaitu:³⁷

- a. *Merchant* (penjual), yaitu pelaku usaha yang melakukan penjualan atau pihak yang menawarkan produk, jasa, atau informasi kepada para konsumen baik individu maupun organisasi.
- b. *Buyer* atau *Costumer*, yaitu sebagai pembeli atau sebagai target yang menerima penawaran produk, jasa, atau informasi dari penjual.
- c. *Product* (produk), yaitu baik barang ataupun jasa yang dapat diperjualbelikan atau ditawarkan ke sebuah *marketing*. Adapun perbedaan antara Jual-beli *Online* dengan Jual-beli *offline* terletak pada produk yang dijual. Pada jual beli *Online* penjual dapat secara langsung menjual produknya melalui internet.
- d. *Front end*, yaitu merupakan sebuah aplikasi web yang dapat berkomunikasi dengan pengguna secara langsung. Seperti, mesin pencari, katalog elektronik, dan lainnya.
- e. *Back end*, yaitu sebuah aplikasi yang secara tidak langsung mendukung aplikasi *front end*. Seperti,

³⁷ Adi Prasetya Nanda and Anggi Maharini, "Aplikasi Electronic Commerce Sebagai Media Penjualan Produk Makanan Ringan Business Development Center Kabupaten Pringsewu," *Jurnal Technology Acceptance Model* vol. 9, no. 2 (2018). 128.

pemesanan barang (*e-mail*, *WhatsApp*, *telephone*, *sms*, dan lainnya), proses pembayaran (tunai atau *credit card*), *packaging*, dan pengiriman barang (POS, JNE, JNT, dan lainnya).

- f. Infrastruktur, yang digunakan dalam Jual-beli *Online* seperti, perangkat keras, perangkat lunak, dan sistem jaringan.
- g. *Intermediary*, yaitu pihak ketiga yang menjembatani antara *merchant* dan *buyer*, membantu menyediakan infrastruktur, serta membantu menyelesaikan transaksi. Misalnya, distributor dan broker

4. Sistem Pembayaran dalam Jual-beli Online

Sistem pembayaran dalam Jual-beli *Online* (*e-commerce*) bisa menggunakan berbagai jenis jasa pembayaran di antaranya yaitu:

a. Transfer antar Bank

Metode pembayaran seperti ini banyak digunakan dalam Jual-beli *Online*. Caranya bisa mentransfer melalui bank ataupun ATM, terlebih apabila sudah mempunyai aplikasi *internet banking* atau *mobile* cukup dengan mentransfer ke rekening *bank* yang dituju. Dengan itu transaksi akan lebih cepat dilakukan.

b. COD (*Cash On Delivery*)

Dengan cara membayar langsung kepada penjual di tempat yang telah disepakati sebelumnya, sehingga pembeli dapat memeriksa kondisi produk yang telah dipesannya. Dengan cara membayar melalui jasa kurir (*delivery*), sebelumnya penjual dan pembeli sepakat untuk menggunakan jasa kurir dalam mengirim produk dari penjual. Pembeli membayar uang pembelian produknya melalui jasa kurir (*delivery*)

c. Dompot Virtual

Merupakan tempat penyimpanan uang di dunia maya atau sebuah aplikasi dimana penggunaannya tidak harus menggunakan kartu ataupun uang tunai. Pengguna cukup membawa *smartphone*. Dompot virtual yang sering digunakan seperti go-Pay, dana, daku, dan dompet virtual lainnya yang memudahkan dalam bertransaksi.

d. Kartu Kredit

Metode pembayaran melalui kartu kredit biasanya digunakan untuk transaksi dengan harga barang yang cukup mahal yang bersangkutan dengan perusahaan besar. Namun, karena kecepatan dalam bertransaksi dan dapat dikonfirmasi saat itu juga, metode ini mulai banyak digunakan meskipun dalam nominal yang kecil.

5. Kelebihan dan Kekurangan Jual-beli Online

Jual-beli Online saat ini banyak digandrungi oleh berbagai kalangan. Mulai dari kalangan remaja hingga orang tua. Namun, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor kelebihan dalam transaksi Jual-beli Online, selain kelebihan ada pula kekurangan dalam transaksi Jual-beli Online, di antaranya sebagai berikut:³⁸

a. Kelebihan

- 1) Konsumen tidak harus mendatangi toko untuk membeli barang, cukup terkoneksi dengan internet, pilih barang, pemesanan barang, pembayaran barang, dan barang akan dikirim ke alamat yang dituju.
- 1) Menghemat waktu, karena semua barang kebutuhan bisa dipesan dengan mengunjungi *Online shop* atau situs yang menjualbelikan barang yang dibutuhkan, dan bisa dilakukan kapan pun dan dimana pun.
- 2) Barang yang ditawarkan sangat bervariasi, sehingga sebelum melakukan pemesanan kita dapat membandingkan produk dan harga terlebih dahulu.
- 3) Dengan perantara internet, konsumen dengan mudah membeli barang dari luar negeri secara *Online*.

³⁸ Andi Sunarto, *Seluk Beluk E-Commerce* (Yogyakarta: Gaya Ilmu, 2009).

- 4) Banyak promo dan diskon, karena tingkat persaingan di media internet sangat ketat yang mengakibatkan perang promo dan diskon antar situs untuk menarik minat konsumen atau pelanggan.

b. Kekurangan³⁹

- 1) Kualitas barang tidak sesuai, merupakan salah satu kekurangan yang sering ditemukan dalam Jual-beli Online yaitu barang yang dipesan pembeli biasanya tidak sesuai dengan ekspektasi (harapan) atau tidak sama dengan aslinya yang ada di gambar yang ditawarkan.
- 2) Ongkos kirim mahal, karena dalam Jual-beli *Online* dimana pihak penjual dan pihak pembeli tidak bertemu secara langsung (*face to face*) mengakibatkan penambahan biaya untuk ongkos kirim barang. Namun untuk menyiasati hal tersebut cukup mencari barang dengan keterangan gratis ongkir (ongkos kirim). Contoh jasa pengiriman yaitu: JNT, JNE, TIKI, Pos Indonesia, dan lainnya.
- 3) Rawan penipuan, karena tidak semua bisnis *Online* terpercaya dan tidak sedikit orang yang

³⁹ Yusuf Sofie, *Pelaku Usaha Konsumen Dan Tindak Pidana Korporasi* (Jakarta: Galia Ilmu, 2002). 19.

tertipu. Harus teliti terlebih dahulu, pastikan situs yang dituju terpercaya, memiliki *rating* yang tinggi, memiliki *followers* (pengikut) yang banyak, dan memiliki *review* produk yang baik.

BAB III

APLIKASI SNACK VIDEO DAN FOLLOER

A. Pengertian Aplikasi Snack Video

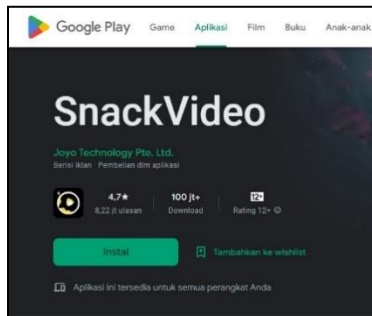
Snack Video merupakan sebuah platform aplikasi berbasis android dan iOS yang dikembangkan oleh Beijing Kuaishou Technology Co.,Ltd. Snack Video merupakan nama merek yang dipublikasikan perusahaan tersebut di Indonesia, sedangkan di negeri asalnya yaitu China, aplikasi ini disebut dengan “Kuaishou” atau di beberapa negara lain disebut dengan “Kwai Video”. Selain melalui *smartphone*, Snack Video juga dapat diakses melalui halaman web <https://www.snackvideo.com/> yang memuat berbagai informasi lebih lengkap mengenai aplikasi tersebut.

Dalam website resminya, *Developer* memperkenalkan Snack Video sebagai:

“Aplikasi video pendek untuk kaum milenial di seluruh dunia. Kaum milenial dapat mengekspresikan gaya unik dan menunjukkan kreativitasnya kepada dunia melalui Snack Video. Snack Video terkenal karena variasi dan keberagaman videonya serta pembuat kontennya; keduanya beresonansi baik dengan penggunaannya dengan lebih dari 10 juta pengguna di seluruh dunia.”⁴⁰

⁴⁰ <https://www.snackvideo.com/about>, diakses pada 25 Desember 2022.

Saat ini di Indonesia, Snack Video telah diunduh lebih dari 100 Juta kali dan diulas oleh lebih dari 8,22 Juta orang. Rating yang didapatkan oleh Snack Video di Google Play terbilang sangat baik karena mendapatkan 4,7 bintang dalam reviewnya karena memiliki fitur dan tampilan yang menarik sebagai berikut:



Gambar 1 : Aplikasi Snack Video di Google Playstore



Gambar 2 : Tampilan Aplikasi Snack Video

Fabriyani Fandi mengatakan bahwa Snack Video semulanya dikenal sebagai aplikasi hiburan berupa video

pendek seperti Tik Tok, namun belakangan aplikasi ini dipromosikan sebagai aplikasi penghasil uang dengan cara *chek-in*, *invite* dan *like* postingan sesuai dengan misi yang didapatkan oleh masing-masing *user* sesuai dengan lama dan tingkat keanggotaannya. Tawaran finansial tersebut menjadi sangat menarik bagi pengguna selain beberapa fitur menarik berikut ini:⁴¹

- a. Fitur *Explorer* video yang sangat beragam
- b. Fitur *editing* yang sederhana dan mudah digunakan
- c. Fitur mengunduh secara gratis

Namun terdapat beberapa kekurangan dari aplikasi Snack Video yang dirasakan oleh pengguna, berdasarkan review di platform Google Play sebagai berikut:

- a. Koneksi sering bermasalah sekalipun sinyal pengguna dalam keadaan baik
- b. Sistem penukaran koin terus berubah
- c. Tidak ada *opsi* penghemat kuota
- d. Tidak ada filter konten tidak pantas (porno, kekerasan, pembullyan dsb.)
- e. Berpotensi untuk diblokir kembali oleh Pemerintah

⁴¹ Fabriyani fandi dwi imaniawan, "Snack Video: bisa dapat uang dari konten, apakah aman digunakan?" diakses melalui <https://bintangsekolahindonesia.com/review/snack-video/>. pada 22 Desember 2022.

Sebelumnya pada 2 Maret 2021, Kominfo memblokir aplikasi Snack Video berdasarkan permintaan dan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) karena Snack Video dinilai tidak memiliki izin beroperasi di Indonesia dan tidak termasuk ke dalam Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) terdaftar. Namun, segera setelahnya yaitu pada tanggal 4 Maret 2021 Snack Video melakukan registrasi untuk mendapatkan izin kegiatan usaha elektronik dari Kominfo untuk selanjutnya terdaftar dalam sistem elektronik dengan Nomor Tanda Daftar 000251.01/DJAI.PSE/03/2021 *Platform* Snack Video menyatakan bahwa saat ini pihaknya berada di bawah naungan perusahaan bernama PT Karya Kreatif Nusantara.⁴²

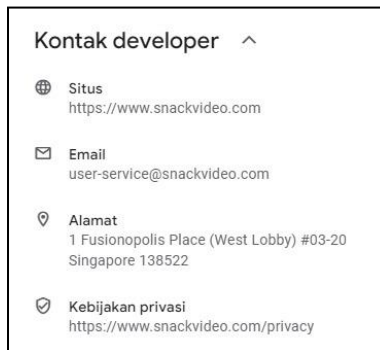
Satgas Waspada Investasi OJK juga telah melakukan normalisasi Snack Video pada 23 Maret 2021 sehingga Snack Video dinyatakan menjadi entitas legal karena telah memiliki izin usaha berupa PSE dan PMSE sebagaimana dijelaskan oleh Tongam L. Tobing selaku ketua OJK Republik Indonesia. Hal ini berbeda dengan *Platform* aplikasi TikTok Cash yang dinyatakan ilegal karena mengumpulkan uang dari penggunaanya dengan cara melawan hukum, sedangkan Snack Video tidak melakukan hal tersebut.

⁴² kumparanTech, "Sempat diblokir Kominfo, Snack Video bisa diakses lagi di Indonesia" diakses melalui <https://kumparan.com/semptadiblokirkominfo-snack-video-bisa-diakses-lagi-di-indonesia> pada 22 Desember 2022.



Gambar 3 : Pernyataan Snack Video melalui Instagram

Selain itu, kini Snack Video lebih terbuka untuk menerima pengaduan, kritik, saran dan kerja sama melalui berbagai kontak layanan sebagai berikut :



Gambar 4 : Kontak *developer* Snack Video

Fenomena lainnya yang tak kalah menariknya adalah bagaimana kebanyakan orang tertarik untuk mempopulerkan akun mereka, Tujuannya adalah untuk memperoleh *follower* sebanyak-banyaknya, ketika

seseorang sudah mempunyai banyak *followers* otomatis ia mempunyai reputasi untuk menarik perhatian minat vendor untuk memasang iklan (*endors*) di akun Snack Video mereka.

Caranya adalah dengan menawarkan produk yang di jual kepada seseorang yang dapat di kategorikan sebagai orang terkenal atau populer. Bisa artis, seniman, pejabat dan tokoh masyarakat.⁴³

Hingga saat ini Snack Video telah memiliki sejumlah fitur yang dapat di gunakan penggunanya yaitu, sebagai berikut.

- 1) *Live* (siaran langsung), yaitu fitur baru, unggulan Snack Video yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan siaran langsung. Serta berbagi kegiatan dan aktivitas yang kita lakukan.
- 2) *like*, yaitu sebuah fitur di dalam Snack Video itu sendiri dengan tujuan untuk menyukai video seseorang yang telah di upload sendiri, maka semakin banyak like pada foto atau video maka semakin populer foto atau video tersebut.⁴⁴ Di Snack Video itu sendiri like bersimbolkan dengan bentuk love (hati).
- 3) *Comment*, yaitu sebuah fitur untuk mengomentari sebagian foto atau video yang telah di posting atau di

⁴³ Rahmat Makmur, *Bisnis Online* (Bandung: Informatika, 2008).65-66.

⁴⁴ Wawancara dengan M. Susanto selaku Pengguna Aplikasi Snack Video pada 6 November 2022.

upload oleh pengguna Snack Video lainnya.

- 4) *Face Filter*, yaitu sebuah fitur di Snack Video yang dapat memberikan efek- efek yang unik serta lucu pada saat wajah kita menghadap kamera.
- 5) *Simpan atau Bookmark*, yaitu fitur yang di gunakan untuk menyimpan foto atau video pengguna Snack Video lainnya, dan dapat di lihat lagi pada lain waktu.

Fenomena lainnya yang sangat menarik dari sosial media Snack Video sendiri yaitu bagaimana kebanyakan orang khususnya di Indonesia tertarik untuk mempopulerkan akun mereka Tujuannya adalah memperoleh jumlah *follower* yang lebih banyak. Metode ini sama persis di gunakan pada sosial media Twitter yang banyak menghasilkan *selebtwit* di Indonesia.

Begitu pula dengan Snack Video yang juga banyak menghasilkan *artis Snack Video* yang menghasilkan ribuan bahkan jutaan *follower*. Dan ketika seseorang yang mempunyai banyak *follower* tersebut secara otomatis ia mempunyai reputasi atau peluang untuk menjadi *endors* dan menarik sejumlah *vendor* memasang iklan atau barang yang akan di jual di account Snack Video mereka.

Beberapa teknik yang digunakan oleh pengguna aplikasi Snack Video adalah sebagai berikut:

- a. Branding

Untuk membangun sebuah brand di perlukan waktu

yang tidak sedikit, artinya suatu proses dimana dapat di terima di masyarakat atau bagaimana masyarakat tahu akan brand tersebut. Contoh Branding di dalam Snack Video yaitu: *Account Snack Video @dotybink*⁴⁵. Account ini pada dasarnya memiliki konsep mengumpulkan model-model jombang/jenggot yang terawat dengan baik.

Namun juga di sisipkan sebuah produk owner dari Minoxidil, dengan brand Kirkland. Kirkland merupakan obat penumbuh brewok yang terpercaya menumbuhkan atau merangsang pertumbuhan brewok atau janggut. Dan sudah banyak customer yang puas dengan hasilnya. Jadi dapat dibuat suatu kesimpulan bahwasanya produk ini unggulan dan berikanlah informasi dan pelayanan yang optimal bagi para *follower*. Karena pada dasarnya para pengguna Snack Video adalah orang yang selalu melihat jumlah *follower* brand tersebut, apabila *follower* telah merasa nyaman, barulah penetrasi iklan dilakukan.⁴⁶

b. Endorsemen Technic

Teknik Endorsemen yang digunakan di Snack Video tidaklah diartikan dalam arti yang sempit, tapi digunakan secara luas. Endorsemen dapat diartikan sebagai suatu kegiatan atau aktivitas untuk mendukung

⁴⁵ Diakses dari akun Snack yang menjual obat brewok, yaitu pada akun @dotybink pada tanggal 7 Desember 2022.

⁴⁶ Rahmat Makmur, *Bisnis Online* (Bandung: Informatika, 2008). 61-62.

suatu hal. Agar terkesan adanya *Support* semacam ini secara legalitas dapat menggunakan bukti, misalnya sertifikasi. Cara lainnya adalah dengan meminta bantuan orang lain untuk men-support produk yang akan di-launching. Genre dari *Endorsement* dalam *study case* adalah sebagai berikut:

c. *Orang terkenal*

Ini yang paling umum. Caranya adalah dengan menawarkan produk yang dijual kepada seseorang yang dapat dikategorikan cukup terkenal atau populer ditengah-tengah masyarakat. Apabila penawaran tidak berhasil juga bisa dengan memberikan produk secara gratis, dapat dikategorikan semacam trial. Jangan lupa meminta pada seseorang yang terkenal itu untuk berfoto dengan produk yang dikirim.

d. *Ikuti event nasional dan internasional*

Ini semacam *shortcut* juga agar produk dapat dikenal luas. Biasanya orang penting atau dapat dikatakan pejabat negara akan meninjau pelaksanaan *event-event* berskala nasional dan internasional.

Mereka dapat didekati agar produk yang dipromosikan dikenal secara baik. Produk yang biasa-biasa saja atau memiliki cita rasa yang tidak terlalu istimewa, dengan menggunakan endorsemen dari orang yang terkenal akan mendapatkan “kepopuleran” dari mereka. Secara tidak langsung mereka dapat dijadikan Brand Ambassador dari produk tersebut.

e. *Traveller*

Bagi yang suka jalan-jalan lupa membawa produkmu kemanapun kamu pergi. Pemandangan di setiap lokasi akan membantu mendapatkan *background* gambar yang berbeda untuk produk yang akan dipromosikan.⁴⁷

B. *Follower Media Sosial*

Saking populernya menggunakan media sosial pada saat ini, menjadi lahan yang menarik untuk digunakan di beragam situasi. Di antaranya dari hal yang sifatnya terbatas pada interaksi dan komunikasi, hingga penggunaan sisi kepentingan sendiri. Setiap pengguna media sosial yang berhasil menampilkan sisi menarik dan membuat “penasaran” pengguna lain, pada akhirnya memiliki beberapa keuntungan posisi daya tawar tinggi dalam status sosial di masyarakat.

Salah satunya adalah potensi untuk menjadi seorang *influencer* atau orang yang memberikan pengaruh kepada orang lain. *Influencer* adalah orang yang punya *follower* yang kuat dan berpengaruh dengan cara marketing promosi secara efektif dengan menggunakan media sosial.⁴⁸ Dengan pemanfaatan yang tepat, pengguna media sosial memiliki posisi atau derajat tinggi di mata pengguna media sosial memiliki posisi atau derajat tinggi di mata pengguna lain.

⁴⁷ Rahmat Makmur, *Bisnis Online*, (Bandung: Informatika), 63-65.

⁴⁸ <http://m.kumparan.com/sociabuzz-influencer-marketing-platform/apa-itu-influencermarketing>.. Diakses 07 Januari 2023

Segala informasi yang diunggah dan dibagikan, seperti status dan foto, akan dapat menarik perhatian dan memberi banyak *feedback* berupa *ikon like*, emotikon, komentar, atau *share* yang berpotensi menjadiviral.

Bagi generasi masa kini, keseimbangan impian antara *following* (teman yang diikuti) dan *follower* (teman atau akun yang mengikuti) adalah saat jumlah *follower* lebih banyak dibanding dengan *following*, oleh karena itu , banyak media sosial yang mencari cara untuk menaikkan *follower* mereka dengan cara instan. Dan Snack Video merupakan media promosi yang sangat banyak digunakan oleh pebisnis *olshop*(Online shop), akun-akun paid promote dan akun endorse akan mendapatkan omset penjualan maupun penghasilan yang melimpah.

Menjaring *follower* yang banyak tentu menjadi daya saing mereka di media sosial ini. memberikan dampak positif tentunya bahwa *olshop* tersebut terpercaya, besar dan sudah berpengalaman, pengguna Snack Video atau konsumen di media sosial biasanya melihat kredibilitas sebuah *olshop* dari jumlah *follower* dan pelayanan yang diberikan oleh pemilik akun tersebut. Jadi sangat wajar jika banyak *olshop* berusaha untuk mendapatkan banyak *follower*, berbagai cara untuk mendapatkan *follower* yang banyak dengan cara membeli *follower*.⁴⁹

49

<https://www.kaskus.co.id/thread/56a77fe032e2e6455b8b456b/seberapa-pentingkah-followers-snackVideo/> diakses 06 Desember 2023.

Hal-hal seperti yang telah dikemukakan di ataslah menjadi latar belakang munculnya Jual-beli *follower*. Sehingga saat ini tidaklah sulit menemukan Online shop yang menawarkan *followers* di media sosial.

Kegiatan membeli *follower* memang bukanlah sesuatu kegiatan yang dilarang, tetapi hal ini bisa menjadi sesuatu perbuatan yang tidak baik apabila tujuan kita adalah untuk mempengaruhi atau mengubah pemikiran konsumen dan juga mengandung unsur-unsur provokatif yang bisa membuat pecah belah masyarakat. Sebagai contoh bila seseorang mempunyai akun yang mempunyai banyak *follower* tersebut memanfaatkan untuk menebar fitnah di dunia maya terutama di media sosial tersebut padahal kenyataannya tidak seperti itu.

Padahal ada begitu banyak cara agar mendapatkan *follower* yang banyak di Snack Video tanpa harus membeli. Berikut ini cara-cara menambah *follower* di media sosial pengguna Snack Video kepercayaan diri, *personal brand*, hingga nilai diri meningkat di tengah masyarakat.

a. Membuat konten yang bermanfaat dan berbobot

Konten dan konsep adalah salah satu hal yang penting di dalam media sosial termasuk Snack Video. Oleh karena itu agar bisa lebih dikenal lagi dan mendapat nilai lebih dari masyarakat harus mampu membuat konten yang bermanfaat. Misalnya, membuat akun Snack Video yang berisi dengan ceramah-ceramah agama dan juga cara mengajarkan kita mengaji dengan benar, atau karya-

karya ilmiah seperti puisi atau pantun atau hal-hal yang bermanfaat lainnya.

Konten seperti ini akan sangat menarik, sehingga dapat menarik perhatian para pengguna media sosial Snack Video untuk *mem-follow*. Seseorang yang membuat konten yang berbobot di bidangnya tersebut juga akan membuatnya dikenal dan terkenal.⁵⁰

b. Sering meng-update akun Snack Video

Dengan sering melakukan update di akun media sosial Snack Video, *follower* akan senang melihat postingan yang berkualitas setiap saat dan cenderung setia untuk mengikuti. Update yang dimaksud tidak hanya memposting status di Instastory tetapi juga harus mengunggah foto dan video yang menarik atau berupa tulisan yang terkesan menyentuh.

c. *Follow* dulu sebelum di-*follow*

Follow dulu sebanyak-banyaknya akun Snack Video yang akan di-*follow* atau yang diinginkan. Jika seseorang yang di-*follow* tersebut tertarik, maka mereka juga akan mem-*followback*.

d. Gunakan Hastag(tanda #)

Sertakan *hashtag* yang sedang menjadi tren dalam setiap mengupload foto, gambar, dan video yang menarik. Contohnya jika mengupload gambar atau foto dengan background pantai, maka sertakan *hashtag* #pantai,

⁵⁰ Wawancara Farah Maulida selaku Pengguna Aplikasi Snack Video pada 06 Desember 2022

#vitaminsea atau semacamnya.⁵⁶ Langkah ini dimaksudkan agar mereka tahu bahwa akun kita mempunyai sesuatu yang menarik di Snack Video dan jangan lupa *followback* akun-akun tersebut.⁵⁷

e. Membuat *Feeds* Menarik

Feeds adalah tema atau tata letak susunan video di galeri Snack Video pemilik akun. Dengan membuat susunan video yang kreatif maka akan menarik peminat orang untuk mem-follow akun tersebut

f. Kualitas dan Kejujuran

Bagi pemilik usaha olshop (*Online shop*) kualitas beserta kejujuran adalah kunci utama untuk menarik para konsumen atau pelanggan. Kualitas yang dimaksud adalah kualitas barang yang akan di jual sedangkan kejujuran adalah mengupload foto barang yang di jual sesuai dengan barang aslinya ketika sampai ditangan konsumen sehingga tidak akan mengecewakan pembeli.

C. Praktik Jual-beli *Follower* di Media Sosial

Perkembangan teknologi sudah semakin canggih dengan ini membuat segala aktivitas menjadi lebih mudah, tak terkecuali dalam hal ber-sosial media khususnya media Snack Video, Pada saat ini banyak pengguna sosial media terkhusus Snack Video yang terkenal karena akunnya memiliki *follower* dengan jumlah yang banyak yang telah mengikutinya. Karena fenomena tersebutlah kini banyak pengguna Snack Video yang sedang berlomba-lomba untuk

membuat konten yang menarik untuk mendapatkan *follower*. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang memilih cara-cara instan untuk mendapatkan jumlah *follower* yang banyak dengan cara membeli *follower*.

Keberadaan penjual *follower* ini sebenarnya sama dengan transaksi pada umumnya yaitu adanya penjual, pembeli, objek yang diperjual-belikan, Dalam hal Jual-beli *follower*, ada dua macam yang di tawarkan yaitu *follower* aktif dan *follower* pasif.

Follower aktif adalah akun yang masih aktif atau akun Snack Video yang masih di gunakan untuk melakukan aktivitas yang berkaitan dengan Snack Video, seperti mem-follow, meng-unfollow, comment, like, atau yang lainnya. Sedangkan *follower* pasif adalah akun yang sudah tidak di pergunakan lagi oleh pemiliknya. Biasanya *follower* pasif adalah *follower* dari akun Snack Video orang-orang luar negeri.

Setiap penjual menawarkan berbagai macam varian harga, berikut ini adalah harga *follower*, likes, dan viewer di Snack Video yaitu sebagai berikut.⁵¹

No	Nama Produk yang Ditawarkan	Harga
1	100 <i>Follower</i> aktif	Rp.50.000.00

⁵¹ Di akses dari akun Lazada yang menjual follower, likes dan viewer yaitu pada akun @Juallike.jualfollower pada tanggal 08 Desember 2022

2	100 <i>Follower</i> pasif	Rp.10.000.00
3	100 Like aktif	Rp.10.000.00
4	100 viewer Snack Video	Rp.5.000.00

Dan untuk pembayarannya dilakukan dengan mentransfer uang tunailangsung ke nomor rekening dari bank yang telah ditentukan oleh penjualataupun dibayar dengan menggunakan pulsa operator.

Ada berbagai cara yang digunakan penjual dalam memperoleh *follower*, *likes*, dan *viewer*, salah satunya dengan cara meminta username serta pasword akun yang akan di tambah *followernya*. Kemudian ia (penjual) mem-*follow* sebanyak mungkin akun-akun Snack Video dengan menggunakan *ussername* serta *pasword* milik pembeli. Dari akun-akun yang sudah di *follow* tersebut, penjual berharap mereka akan melakukan *followback*. Hal inilah yang menjadi perhitungan *achievement* dari jasa mereka. Setelah selesai proses penambahan *followers*, hasilnya ada tambahan lebih dari 500 *follower* baru dari akun tersebut.

Kemudian si penjual atau penyedia jasa penambah *follower* tersebut menawarkan untuk men-*unfollow* semua akun yang sebelumnya sudah di *follow*. Jasa penambah *follower* tersebut bisa mendapatkan dari perilaku orang Indonesia yang menggunakan Snack Video” kalau sudah di *follow* ya harus *follow* balik dong”, prinsip inilah yang

sangat membantu para penjual *follower* dalam memperoleh keuntungan.⁵²

Cara lain yang dapat digunakan oleh penjual dalam memperoleh *follower* adalah dengan menggunakan aplikasi penambah *follower* yaitu adalah hublagram. Untuk mendapatkan aplikasi penambah *follower* tersebut terlebih dahulu membeli kepada agen-agen penjual *follower*.

Langkah-langkah yang dilakukan penjual untuk *login* adalah sebagai berikut:

- a. Langkah yang pertama adalah memasukkan *username* dan *password*
- b. Tahap selanjutnya yaitu memasukkan *security* code yang sudah ditentukan
- c. Setelah berhasil *login* maka tahap berikutnya adalah memilih apa yang akan ditambahkan di akun pembeli, seperti opsi memilih, apakah *follower*, *likes*, atau *comment*.
- d. *Follower* yang diperoleh dari aplikasi tersebut yaitu berasal dari akun orang yang telah berlangganan dengan aplikasi hublagram dan *akun bot* yang di masukkan ke dalam aplikasi. Biasanya orang yang berlangganan tersebut adalah orang-orang yang menjual *follower*. Dalam hal berlangganan tersebut ada yang berbayar dan ada juga yang gratis. Bila berlangganan serta berbayar,

⁵² Diakses dari <https://shp.ee/9tqe2xn>. Pada tanggal 08 Desember 2022

keuntungannya yaitu bisa mendapatkan 1000 *follower* dalam sekali pemakaian aplikasi tersebut. Dan apabila gratis hanya bisa mendapatkan 100 *follower* dalam sekali pemakaian.⁵³

⁵³ Wawancara dengan Syaiful zuhri @my_storee123. 08 Desember 2022

BAB IV

PERSPEKTIF HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL-BELI *FOLLOWER* MEDIA SOSIAL SNACK VIDEO

A. Mekanisme Jual-beli *Follower* di Media Sosial Snack Video

Wawancara yang dilakukan di lapangan tentang mekanisme Jual-beli *follower* di media sosial Snack Video. Dari wawancara tersebut penulis mewawancarai tentang mekanisme Jual-beli *follower* terhadap penjual *follower* guna untuk mendapatkan informasi yang akurat. Berikut adalah beberapa hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap penjual tentang mekanisme Jual-beli *follower* media sosial Snack Video.

1. Proses pemesanan.

Mekanisme Jual-beli *follower* sosial media Snack Video berdasarkan hasil wawancara terhadap berbagai pihak, di antaranya: Menurut Syaiful Zuhri sebagai penjual *follower* sosial media Snack Video.

*"Cara memesan jumlah follower ya cukup dengan memesan lewat e commerce atau dengan menggunakan whatshap, kemudian cukup memberitahu jumlah follower yang akan di tambah dan memberi id atau usser name dengan password".*⁵⁴ Menurut Dwi Tatik sebagai penjual *follower* sosial media Snack Video.

⁵⁴ Wawancara dengan Syaiful Zuhri, pemilik akun @yu.ka_official. penjual *follower* media sosial Snack Video 07 Desember 2022

"Dengan cara memberitahu lewat dm atau whatshap atau no telpon yang sudah tertera di Snack Video, sesudah itu memberi tau jumlah follower yang akan diproses".⁵⁵

Menurut Ira Anggraini sebagai penjual *follower* sosial media Snack Video. *"Biasanya caranya lewat pesan E-commerce atau memberi tahu lewat whatshap kemudian memberi tau tentang jumlah follower Snack Video kemudian akan diproses".⁵⁶*

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara di atas bahwasanya, proses pemesanan dapat diperoleh dengan cara menghubungi akun penjual *followers* Snack Video secara langsung melalui via whatsapp atau dm di Shopee dan pemesanan ini tidak harus bertemu secara langsung, karena pada dasarnya Jual-beli ini adalah Jual-beli Online.

2. Proses akad.

Adapun hasil wawancara yang dihasilkan dalam prosesi akad: Menurut Syaiful Zuhri sebagai penjual *follower* sosial media Snack Video. *"Biasanya pembeli memberitahu berapa jumlah follower yang akan dipesan kemudian saya memberi tahu nominal harganya, kemudian jika sudah sepakat maka proses akan*

⁵⁵ Wawancara dengan Dwi Tatik, pemilik akun @ my_store123 penjual follower media sosial Snack Video 07 Desember 2022

⁵⁶ Wawancara dengan Ira Anggraini, pemilik akun @followers_official store, penjual follower media sosial Snack Video 07 Desember 2019.

dilanjutkan, biasanya 100 *follower* aktif dengan harga Rp. 50.000.00 dan kalau 100 *follower* pasif dengan harga Rp, 10.000.00, dan saya biasanya memberi tahu konsekuensi membeli *follower* aktif dan pasif kepada pembeli apabila pembeli menanyakannya ".⁵⁷

Menurut Dwi Tatik penjual *follower* sosial media Snack Video. "*Pembeli memberitahu jumlah follower yang akan dipesan terus aku memberi tahu jumlah harga yang harus dibayar dan kalau biasa harga normal yang saya iklankan itu kalau 100 follower aktif dengan harga Rp.20.000.00 dan berbeda harga dengan 100 follower pasif dengan harga Rp.10.000.00. dan saya memberi tahu akibat atau konsekuensi yang akan diterima pembeli tentang follower aktif dan follower pasif, kalau pembeli bertanya*".⁵⁸

Menurut Ira Anggraini penjual *follower* sosial media Snack Video. "*Pembeli mengutarakan keinginannya dengan permintaan jumlah follower kemudian terjadi proses pembayaran, dan harga yang saya patok di akun media sosial saya yaitu 100 follower aktif dengan harga Rp.50.000.00 dan apabila 100 follower pasif dengan harga Rp.10.000.00, saya akan menjelaskan tentang konsekuensi dari jenis follower yang dibeli sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pembeli apabila*

⁵⁷ Wawancara dengan Syaiful Zuhri, pemilik akun @yu.ka_official. penjual follower media sosial Snack Video 07 Desember 2022

⁵⁸ Wawancara dengan Dwi Tatik, pemilik akun @ my_store penjual follower media sosial Snack Video 07 Desember 2022

*pembeli menanyakannya, tentu semua ini bagian dari layanan pelanggan*⁵⁹

Dapat disimpulkan bahwasanya proses akad dalam Jual-beli *follower* pembeli memberitahukan berapa jumlah *follower* yang akan dipesan atau dibeli kemudian penjual memberitahu jumlah nominal yang akan pembeli bayar oleh pembeli dan nominal nya itu berbeda ada yang mematok harga 100 *follower* aktif dengan harga Rp.50.000 dan ada juga Rp.20.000 sedangkan kalau *follower* pasif mereka mematok harga yang sama 100 *follower* pasif dengan harga Rp.10.000. Sedangkan mereka sepakat untuk memberi tahu konsekuensi apa yang akan dihadapi apabila pembeli membeli *follower*, dengan konsekuensi apabila membeli *follower* aktif maka suatu saat *follower* tersebut akan berkurang, karena *follower* ini *follower* yang asli atau real akun, dan bisa saja sang pemilik akun meng- unfoll, dan sedangkan *follower* pasif konsekuensi yang akan ditanggung adalah *follower* pasif ini *follower* yang berupa bot atau buatan yang bersifat mati, atau tidak bisa melakukan like dan coment ke sesuatu yang kita upload dan berbeda dengan *follower* yang aktif atau real usser.

⁵⁹ Wawancara dengan Ira Anggraini, pemilik akun @followers_official store, penjual follower media sosialSnack Video 07 Desember 2019.

3. Proses transaksi.

Adapun hasil wawancara yang dihasilkan dalam proses transaksi: Menurut Syaiful Zuhri sebagai penjual *follower* sosial media Snack Video. *"Caranya ya biasanya lewat pembayaran yang sudah di sediakan oleh E-commerce, kemudian transaksi sudah selesai maka akan masuk tahap proses selanjutnya dan di dalam proses transaksi gak ada harus ada syarat".*⁶⁰

Menurut Dwi Tatik sebagai penjual *follower* sosial Snack Video. *"Caranya dengan membayar melalui pembayaran yang sudah di sediakan oleh E-commerce, kemudian transaksi sudah selesai maka akan segera diproses, dan proses akad ini gak ada unsur paksaan dan syarat".*⁶¹

Menurut Ira Anggraini sebagai penjual *follower* sosial Snack Video. *"Caranya dengan membayar melalui pembayaran yang sudah di sediakan oleh E-commerce, sesudah transaksi dilakukan maka baru akan diproses, proses akad ini tanpa ada syarat dan unsur paksaan mas, ngapain juga dipaksa kan pembeli yang butuh".*⁶² Dapat disimpulkan bahwa proses transaksi ini dapat dibayar melalui pembayaran yang sudah

⁶⁰ Wawancara dengan Syaiful Zuhri, pemilik akun @yu.ka_official. penjual follower media sosial Snack Video pada tanggal 07 Januari 2022

⁶¹ Wawancara dengan Dwi Tatik, pemilik akun @my_storee penjual follower media sosial sosial Snack Video pada tanggal 07 Januari 2022

⁶² Wawancara dengan Ira Anggraini, pemilik akun @followers_official store, penjual follower media sosial Snack Video pada tanggal 07 Desember 2022

disediakan oleh E_commers, apabila proses transaksi selesai maka akan diproses selanjutnya dan transaksi Jual-beli *follower* ini di dalamnya tidak unsur paksaan dan syarat yang harus dipenuhi pembeli.

Adapun hasil wawancara yang dihasilkan dalam proses menambah *follower* Snack Video: Menurut Syaiful Zuhri sebagai penjual *follower* sosial media Snack Video. "*Caranya dengan menggunakan aplikasi tertentu, aplikasi tersebut bisa didownload tapi itu aplikasi yang gak gratis, caranya dengan memasukkan id pengguna dan memasukkan pasword sampai login, sesudah login barulah diinput follower dengan jumlah yang dipesan dengan pembeli, dan objek yang diperjualbelikan itu bukan milik saya dan tanpa sepengetahuan pemilik apabila itu follower aktif*".⁶³

Menurut Dwi Tatik sebagai penjual *follower* sosial media Snack Video. "*Caranya dengan memakai sistem software tersendiri untuk penambahan jumlah follower, dengan cara memasukkan ussename atau id kemudian pasword sampai login, kemudian sesudah login barulah pilih apa yang mau ditambahkan, kemudian masukan jumlah penambahannya, biasanya follower aktif itu objeknya bukan milik saya, itu kan akun orang lain jadi*

⁶³ Wawancara dengan Herry Irawan, pemilik akun @CV. BENGKULU OJEK ONLINE pada tanggal penjual *follower* media sosial Snack Video 20 Januari 2019

itu diambil lewat aplikasi secara acak dan tanpa sepengetahuan pemilik".⁶⁴

Menurut Ira Anggraini sebagai penjual *follower* sosial media Snack Video. "*Caranya dengan menggunakan aplikasi hulggram berbayar, dengan cara memasukkan id pengguna kemudian sama pasword sampai login kemudian baru memasukkan jumlah follower yang akan ditambahkan sesuai dengan permintaan pembeli dan follower aktif itu kan akun real jadi itu kepemilikannya bukan kepemilikan saya, jadi kalau dibilang itu kepemilikan orang lain yang diambil lewat aplikasi penambah follower dengan acak, tanpa sepengetahuan pemilik kak".⁶⁵*

Dapat disimpulkan bahwa proses penambahan *follower* dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi tertentu dari penjual dan dimasukan id atau ussername pembeli dan pasword sampai login, kemudian barulah pembeli memasukkan jumlah *follower* yang akan ditambahkan sesuai dengan permintaan pembeli dan objeknya yang diperjualbelikan bukan dari penjual dan tanpa sepengetahuan pemilik objek.

⁶⁴ Wawancara dengan Veggy Gemilang, pemilik akun @Juallike.jualfollowers padatanggal penjual follower media sosial Snack Video 21 Januari 2019

⁶⁵ Wawancara dengan Affief Husamudin, pemilik akun @jual_follower-murah, penjual follower Snack Video 23 Desember 2019

4. Proses penyerahan barang.

Adapun hasil wawancara yang dihasilkan dalam proses penyerahan barang: Menurut Syaiful Zuhri sebagai penjual *follower* sosial media Snack Video. *"Biasanya proses penyerahan barang paling lama 3 hari atau lebih tergantung jenis follower, kalau follower aktif bisa sampai lebih 3 hari tergantung dengan jumlah follower yang dipesan, dan kalau follower pasif lebih cepat prosesnya, sudah semua diproses maka baru dikonfirmasi kepada pembeli "*.⁶⁶

Menurut Dwi Tatik sebagai penjual *follower* sosial media Snack Video *"Prosesnya biasanya memakan waktu lama sekitar 3-4 hari tergantung jumlah follower dan jenis follower, kalau pasif prosesnya sebentar dan sedangkan aktif prosesnya lumayan lama"*.⁶⁷

Menurut Ira Anggraini sebagai penjual *follower* sosial media Snack Video. *"Dalam melakukan proses sampai ke tangan pembeli biasanya memakan waktu lama 4 hari paling lama dan ditentukan dengan jenis follower dan jumlah follower yang dipesan, apabila follower aktif maka prosesnya memakan waktu lama,*

⁶⁶ Wawancara dengan Syaiful Zuhri, pemilik akun @yu.ka_official penjual follower media sosial Snack Video. Pada tanggal 07 Desember 2022

⁶⁷ Wawancara dengan Dwi Tatik, pemilik akun @my_storee penjual follower media sosial Snack Video. Pada tanggal 07 Desember 2022.

*dan apabila follower pasif memakan waktu yang sebentar”.*⁶⁸

Dapat disimpulkan bahwa proses penyerahan barang biasanya dapat diserahkan kepada pembeli dengan waktu 3-4 hari sesuai dengan jenis *follower* dan jumlah *follower* yang akan ditambah, dan apabila prosesnya sudah selesai maka penjual memberitahu pembeli bahwasanya *follower* di media sosial Snack Video sudah ditambahkan. Kemudian penulis juga mencoba mewawancarai pembeli *follower* terkait manfaat dan tujuan mereka membeli *follower* tersebut dan menanggapi tentang objeknya yang kurang jelas. Berikut beberapa hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap pembeli *followers* Snack Video.

Farah Maulida, pembeli *follower* sosial media sosial Snack Video. *"Alasan aku membeli follower Snack Video ya karena ingin popularitas naik gitu, biar percaya diri aja dan biar jadi endorse mengiklankan barang, kalau setelah membeli manfaatnya sih gak terasa kalau beli yang pasif, sudah jera aku, tapi kalau yang aktif manfaatnya ya ada tapi sedikit, biasanya selang waktu beberapa minggu jumlah follower yang di beli berkurang, karena di unfoll sama pemilik akunnya, kalau di rasa merugikan sih, ya nggak ya mas, soalnya*

⁶⁸ Wawancara dengan Ira Angraini, pemilik akun @jual_follower-murah, penjual follower media sosial Snack Video. Pada tanggal 07 Desember 2022

sudah tau apa konsekuensinya jadi ya biasa aja, kalau ada duit aku beli lagi kok follower aktif, biar makin banyak aja gitu, biasanya aku membeli follower aktif dengan jumlah 1000 follower dengan harga Rp.200.000.00 biasanya kalau sudah mau habis ya tergantung berapa lama jumlah nya habis, kalau dalam waktu 1 bulan sudah berkurang drastis aku gak mau beli lagi, dalam 6 bulan terakhir aku beli sekitar 3000 follower mba⁶⁹.

Riski Wijianarto, pembeli *follower* sosial media Snack Video. *"Alasan aku membeli follower ya karena iseng-iseng aja terus untuk gaya- gayaan aja biar di kata terkenal mas, kalau untuk aku sih manfaatnya gak ada, ya hanya sekedar gaya-gayaan, ya kalau follower aktif itu kekurangannya bisa hilang atau unfoll, jadi percuma kira membelinya kan, biasanya dalam waktu 2 minggu follower aktif berkurang sendiri, kalau kerugiannya sih itu follower pasif jadi gak ada guna karena akun fake tapi kalau aktif dia berkurang sendiri jadi ya rugi aku, aku beli follower aktif dan pasif mas, kalau follower pasif aku beli bulan kemaren 1000 dan yang aktif 100 mas dan total nya Rp.120.000.00."⁷⁰.*

⁶⁹ Wawancara dengan Farah Maulida, pembeli follower media sosial Snack Video 08 Desember 2022.

⁷⁰ Wawancara dengan Riski Wijianarto, pembeli follower media sosial Snack Video 08 Desember 2022.

Yulanda Asela, pembeli *follower* sosial media Snack Video. *"Alasan saya yaitu untuk mempromosikan barang dagangan saya, ya secara menjalankan bisnis Online di Snack Video, manfaatnya ya semakin banyak follower kan semakin percaya orang terhadap akun Online shop, kerugian yang dialami ya biasanya follower aktif bisa saja dia meng-unfoll kita biasanya dalam tempo waktu 3 minggu jadi ya sia-sia saya membeli tapi ujung-ujungnya berkurang juga, tapi aku gak pernah membeli yang pasif karena itu percuma dia kan fake, ya saya mengalami kerugian tapi ya mau kayak gimana lagi kan itu sudah konsekuensinya, biasanya aku membeli follower aktif 2000 dengan harga Rp.400.000.00 bulan kemaren mas, dan berkurang sampai sekarang sekitar 500 akun yang memfollow sudah berkurang"*⁷¹.

Dari wawancara tersebut menurut penulis dapat disimpulkan bahwa Jual-beli *follower* adalah suatu modal perdagangan yang baru di zaman sekarang dan baru terjadi di kalangan pengguna media sosial Snack Video. Jenis Jual-beli ini tidak jauh berbeda dengan Jual-beli Online lainnya yaitu dengan memesan barang terlebih dahulu, pesanan ini dapat diperoleh dengan menghubungi akun *E-commerce* penjual *follower*, setelah kita melakukan pemesanan dan

⁷¹ Wawancara dengan Yulanda Asela, pembeli follower media sosial Snack Video.

sudah dikonfirmasi dengan pihak penjual *follower* Snack Video, maka setelah itu akan memasuki tahap metode pembayaran terlebih dahulu, kemudian transaksi baru akan diproses oleh penjual. Dalam proses membutuhkan jangka waktu pemrosesan yaitu antara satu atau tiga hari sesuai dengan berapa jumlah *follower* yang pembeli pesan, biasanya semakin banyak *follower* yang di pesan, maka semakin lama pula jangka waktu pemrosesannya.

Dalam jangka waktu tersebut penjual bekerja dengan menggunakan sebuah aplikasi tertentu untuk menambahkan *follower* secara bertahap, hingga pesanan pembeli terpenuhi. Bagi penjual yang menggunakan aplikasi penambah *follower* ini dengan menggunakan versi berbayar atau versi yang kita download harus bayar terlebih dahulu, dan dapat menambahkan 1000 *follower* dalam sekali penggunaan aplikasi tersebut apabila penjual yang memakai aplikasi tersebut dengan versi yang tidak menggunakan versi berbayar dapat menambahkan 100 *follower* dalam sekali penggunaan.⁷²

Biasanya proses penyerahan barang dilakukan tidak dengan bertemu secara langsung antara pembeli dan penjual, karena transaksi penambahan *follower* dapat dilakukan di media sosial sehingga tidak harus bertemu antara penjual dan pembeli, dan sedangkan dalam proses transaksi biasanya dilakukan dengan mentransfer uang

⁷² Wawancara dengan Dwi Tatik, pemilik akun @my_storee penjual *follower* media sosial Snack Video. Pada tanggal 07 Desember 2022.

melalui rekening bank yang di tentukan atau dengan membayar menggunakan pulsa operator.⁷³

Biasanya para pembeli menyadari bahwa transaksi yang dilakukan tidak mengandung manfaat sama sekali terkecuali hanya untuk memenuhi kebutuhan zaman atau disebut dengan tren masa kini. Dan para pembeli juga merasa dalam hal Jual-beli *follower* ini tidak ada mengandung unsur- unsur paksaan di dalamnya, maka hal ini telah sesuai dengan dasar-dasar hukum Jual-beli yang terdapat dalam surah An-nisaa ayat 29. Dan juga termasuk konsekuensi yang harus di tanggung oleh pembeli mengenai tipe atau jenis *follower* yang di akan di beli dan biasanya penjual bersedia menjelaskan apabila ada konsumen atau pembeli meminta penjelasan terlebih dahulu, sebagai contoh, apabila pembeli membeli *follower* aktif, maka konsekuensinya yang harus diterima pembeli adalah berkurangnya jumlah *follower* karena *follower* yang kita beli tersebut bisa saja meng- unfollow.⁷⁴

Objek yang terdapat diperjualbelikan yaitu berupa penambahan *follower*, dan akun Snack Video yang nantinya diperjualbelikan bukan milik dari penjual, maka dari itu dapat menyebabkan *follower* yang di beli dapat berkurang karena pemilik akun Snack Video tersebut dapat meng- unfollow sewaktu waktu, dan dapat merugikan pembeli itu

⁷³ Wawancara dengan Syaiful Zuhri, pemilik akun @yu.ka_official penjual follower media sosial Snack Video. Pada tanggal 07 Desember 2022

⁷⁴ Wawancara dengan Farah Maulida, pembeli follower media sosial Snack Video 08 Desember 2022.

sendiri. Berkaitan dengan masalah ini maka tidak sesuai dengan syarat objek Jual-beli yaitu objek yang akan di transaksi bukan milik penjual, maka tidaklah sah menjual barang yang bukan milik kita sendiri tanpa ada izin dari pemilik barang tersebut. Masalah ini berkaitan dengan hukum Jual-beli dalam Islam yaitu Jual-beli fudhul. Jual-beli fudhul adalah Jual-beli milik orang lain tanpa seizin dari pemilik barang. Menurut ulama Hanafiyah dan ulama Malikiyah, Jual-beli tersebut ditangguhkan sampai ada izin dari pemilik.

B. Perspektif Hukum Islam terhadap Jual-beli *Follower* Media Sosial Snack Video.

Jual-beli merupakan akad yang dibolehkan berdasarkan Alquran, sunnah, dan ijma⁷⁵ para ulama. Seperti yang dijelaskan pada firman Allah SWT:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Dan Allah telah menghalalkan Jual-beli dan mengharamkan riba.” (Q.S 2 [Al-baqarah]: 275)⁷⁵

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِاِئْتَابٍ إِلَّا
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
 إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

⁷⁵ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Kemenag RI, 2019).

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S 4 [An-nisa’]: 29)

Dilihat dari aspek hukum, Jual-beli hukumnya mubah kecuali Jual-beli yang dilarang oleh syara.⁷⁶ Orang yang memulai terjun ke dunia usaha harus mengetahui hal-hal yang dapat mengakibatkan Jual-beli itu sah atau tidak (fasid). Ini dilakukan agar muamalah berjalan sah dalam segala bidang dan tindakan jauh dari mudharat dan hal yang dapat menimbulkan kerugian dan kerusakan yang tidak dibenarkan. Tidak sedikit kaum muslim yang paham tentang konsep bermuamalah dengan benar dan mereka melalaikan aspek ini, sehingga tak peduli kalau mereka memakan barang haram, sekalipun usahanya meningkat dan meraup keuntungan yang banyak. Sikap yang seperti ini merupakan kesalahan besar yang harus dicegah supaya orang yang terjun ke dunia Jual-beli dapat membedakan, mana yang haram dan mana yang halal dan menjauhkan dari syubhat.⁷⁷

Di dalam sebuah transaksi Jual-beli ada rukun dan syarat yang harus di penuhi agar suatu Jual-beli tersebut di anggap

⁷⁶ Drs, H. Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta Amzah 2017), h. 177

⁷⁷ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah 12* (Bandung: Al-Ma’arif, 1993). 46.

sah, yaitu: sighthat (ijab qabul), Orang yang berkad, dan Objek akad. Dalam pembahasan ini di ketahui bahwa rukun Jual-beli dari usaha Jual-beli *follower* media sosial Snack Video sebagai berikut.

1. Ijab qabul

Pada dasarnya ijab qabul dilaksanakan saat pembeli memesan sejumlah *follower* kepada penjual, kemudian penjual bersedia untuk menambahkan jumlah *follower* yang telah di sepakati yang di inginkan oleh pembeli dan ijab kabul antara penjual dan pembeli tidak harus bertemu karena pada dasarnya Jual-beli ini termasuk Jual-beli Online jadi cukup memesan melewati via whatshap atau dm di Snack Video.

2. Akad

Orang yang berakad yaitu adanya interaksi antara penjual dan pembeli, kemudian terjadilah transaksi yang telah disepakati antara penjual dan pembeli antara jumlah *follower* atau tipe *follower* dan penjual menyepakati jumlah harga.

3. Objek akad

Di dalam akad Jual-beli, objek akad yang akan diperjualbelikan berupa *follower* di Snack Video, objek akad tersebut bukan dari kepemilikan penjual dan tanpa sepengetahuan dari orang yang mempunyai objek tersebut, dan objek tersebut bisa saja menghilang sewaktu-waktu dikarenakan sang pemilik akun meng-unfoll akun yang telah di follow.

Adapun syarat-syarat Jual-beli yang harus terpenuhi sebagaimana yang telah di jelaskan dan di uraikan pada pembahasan Bab II, bahwa ada syarat-syarat Jual-beli yang harus terpenuhi. Pada pembahasan yang telah di uraikan pada bab ii, maka Jual-beli *follower* pada media sosial Snack Video tidaklah sah karena syarat yang terdapat di dalam Jual-beli tersebut tidak memenuhi salah satu dari syarat Jual-beli, yaitu sebagaimana objek yang di transaksikan harus dimanfaatkan sebagaimana mestinya serta tidak menimbulkan kerusakan dan objek Jual-beli haruslah jelas kepemilikan penuh dari penjual sesuai dengan hadist yaitu:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ (أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ
 عَلَيْهِ وَسَلَّمَ هَمَّى عَنْ بَيْعِ الثَّمَارِ حَتَّى تَرْهَى . قِيلَ: وَمَا
 زَهُومَهَا؟ قَالَ: تَحْمَارٌ وَتَصْفَارٌ) مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ , وَاللَّفْظُ
 لِلْبُخَارِيِّ

“Dari Anas bin Malik r.a bahwa Rasullah saw, melarang menjual buah-buahan sebelum matang. Ada yang bertanya, bagaimana kematangannya? Beliau menjawab, Hingga memerah atau menguning”. (HR. Bukhari – Muslim)⁷⁸

⁷⁸ Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Bulughul Maram : Terjemahan* (Semarang: Pustaka Nuun, 2011). 360.

عَبْدُ اللَّهِ بْنِ يُوسُفَ أَحْبَرَنَا مَالِكٌ عَنْ نَافِعٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ
 بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
 وَسَلَّمَ نَهَى عَنْ بَيْعِ حَبْلِ الْحَبْلَةِ وَكَانَ بَيْعًا يَتَّبَاعُهُ أَهْلُ
 الْجَاهِلِيَّةِ كَانَ الرَّجُلُ يَبْتَاعُ الْجُزُورَ إِلَى أَنْ تُنْتَجَ النَّاقَةُ ثُمَّ
 تُنْتَجُ الَّتِي فِي بَطْنِهَا

"Dari Abdullah bin Umar r.a. bahwasanya Rasulullah melarang Jual-beli janin yang masih di dalam perut unta, hal itu merupakan Jual-beli yang dilakukan di masa jaman jahilliyah". (HR. Mutafaq `Alaih).⁷⁹

Di dalam Jual-beli *follower* yang di Jual-belikan objek tersebut bukan barang yang dimiliki oleh penjual sepenuhnya, karena objek *follower* yang diperjualbelikan bersifat sementara, dimana pemilik akun bisa meng-unfollow kapan saja ketika pemilik akun sadar bahwa akunnya meng-follow secara otomatis. Bila dilihat dari segi kemanfaatannya Jual-beli ini tidak mengandung manfaat, yaitu sebaliknya lebih banyak mengandung kemudhratan di dalamnya.

Jenis akad yang digunakan adalah jenis akad Jual-beli salam. Jual-beli salam adalah Jual-beli yang menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya disebutkan dengan jelas dengan

⁷⁹ Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Bulughul Maram : Terjemahan* (Semarang: Pustaka Nuun, 2011). 146.

pembayaran modal terlebih dahulu, sedangkan barangnya diserahkan di kemudian hari. Di dalam konteks Jual-beli *follower* pembeli melakukan pemesanan terlebih dahulu kepada penjual, dalam transaksi ini biasanya terjadi tawar-menawar harga karena biasanya penjual mencantumkan daftar harga dalam iklan atau promosinya di Snack Video sehingga pembeli tau daftar harga dan pembeli secara otomatis ia telah menyepakati harga yang telah ditentukan. Setelah melakukan transaksi pembayaran, barulah penjual memproses apa yang telah diinginkan oleh pembeli *follower*.

Di dalam Jual-beli *follower* ketika orang memanfaatkan banyaknya *follower* untuk mengiklankan barang, personal branding, bahkan untuk mempopulerkan diri adalah sebuah kebolehan kalau ada kemanfaatannya dan tidak melanggar syarat Islam, sesuai dengan syarat-syarat objek yang diperjualbelikan (Ma'qud A'laih), yaitu barang yang dapat diambil manfaatnya. Begitu juga ketika tujuan dari membeli *follower* adalah untuk bertujuan promosi yang sifatnya memperkenalkan produknya terhadap calon konsumen, karena pada dasarnya konsumenlah yang menentukan untuk membeli atau tidak, dan biasanya konsumen memilih akun Jual-beli yang banyak *follower* karena dapat dipercaya.

Selain melihat dari manfaat Jual-beli *follower* di atas maka ada beberapa hal yang dapat kita perhatikan dalam Jual-beli *follower* adalah ketika seseorang pembeli membeli *follower* pasif untuk kepentingan promosi dan juga personal

branding, bahkan untuk mempopulerkan diri, maka tujuan tersebut tidak akan tercapai karena *follower* pasif yang dibelinya tidak dapat melakukan aktivitas apapun karena *follower* pasif adalah *follower* bot, karena itu maka *follower* tersebut tidak akan bisa melakukan aktivitas layaknya *follower* aktif yaitu menyukai postingan, mengomentari postingan berupa foto dan video. Maka ketika para konsumen mengetahui bahwa Online shop yang membeli *follower* pasif dengan tujuan menarik minat beli konsumen, maka bisa berdampak hilangnya reputasi Online shop tersebut dan dampak lainnya adalah akun Online shop tersebut bisa dijadikan untuk menipu masyarakat yang kurang teliti dan mudah tertipu dengan banyaknya jumlah *follower* pada akun Snack Video shop tersebut.

Dampak kerugian lainnya adalah apabila seseorang pembeli membeli *follower* aktif, maka konsekuensi yang harus ditanggung adalah *follower* yang dibeli bisa saja meng-unfollow. Pada dasarnya *follower* aktif yang dibeli biasanya menyadari bahwa akunnya secara otomatis mem-follow akun yang tidak diinginkan. Dan kerugian lainnya adalah apabila penjual melakukan penipuan dengan cara mencampur *follower* aktif dengan *follower* pasif, maka konsumen mengalami kerugian. Maka apabila melihat fenomena di atas maka Jual-beli *follower* media sosial Snack Video pada dasarnya lebih banyak mendatangkan kemudhratan dari pada manfaatnya. Di dalam masalah ini yang merasakan kerugian bukan hanya pembeli tetapi juga

masyarakat umum yang kurang teliti karena bisa saja masyarakat yang kurang teliti tertipu oleh Online shop dengan banyaknya jumlah *follower*, padahal bukanlah *follower* asli dari akun Online shop tersebut. Jual-beli tersebut dilarang dalam Islam karena tidak sesuai dengan syarat-syarat Jual-beli yaitu berupa mendatangkan unsur manfaat serta menghindari kemudhratan. Dari prinsip ini adalah segala muamalah yang dapat merusak dan mengganggu kehidupan masyarakat tidak dibenarkan karena Jual-beli *follower* adalah bentuk Jual-beli yang dalam bentuk penipuan atau ketidakjujuran (pembohongan publik) dan objek yang dijual bukan pemilik dari penjual sesuai dengan:

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

“*dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran*”. (Q.S 3 [Al-Maidah]: 2)⁸⁰

Selain itu Jual-beli dalam kaidah fiqih juga ditemukan penjelasan sebagai berikut :

الأصل في الأشياء الإباحة

“*Asal pada sesuatu perkara adalah boleh*”⁸¹

⁸⁰ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Kemenag RI, 2019).

⁸¹ *Mausu'ah al-Qawaid al-Fiqhiyyah* ; 2/115

الأصل في الإنسان وتصرفاته الحرية والإباحة

*“Asal pada manusia dan tingkah lakunya ialah kebebasan dan boleh”.*⁸²

Berdasarkan kepada kaidah-kaidah Fiqh yang disebut di atas, ia menunjukkan keharusan dalam setiap perkara termasuklah dalam isu muamalat, namun ia terpakai sebagaimana tiada nas ataupun hukum yang melarang daripadanya. Seperti mana kaidah Fiqh yang berbunyi:

الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم

*“Asal bagi sesuatu perkara adalah harus sehinggalah datangnya dalil yang menunjukkan kepada keharaman (perkara tersebut).”*⁸³

Berbalik kepada persoalan yang dikemukakan mengenai hukum Jual-beli *followers*. Sebelum dibahas lebih lanjut hukum bagi perbuatan tersebut, maka terlebih dahulu perlulah diketahui maksud dan gambaran Jual-beli *followers*. Ini juga sesuai berdasarkan suatu kaidah Fiqh yaitu:

الحكم على الشيء فرعٌ عن تصوُّره

“Hukum atas sesuatu adalah cabang dari gambarnya”

⁸² Ma’lamah Zayd; 3/165

Follower atau dalam bahasa ialah pengikut. Istilah ini banyak digunakan dalam media sosial seperti Snack Video, Instagram, Facebook dan lain-lain. Media sosial yang dahulunya menjadi medan komunikasi kini menjadi medium untuk mempromosi barangan, mencari popularitas dan sebagainya. *Follower* ini juga menjadi peranan penting dalam sebuah akun sosial dengan cara makin ramai *follower*, maka makin meningkatlah popularitas akun tersebut. Disebabkan itu, orang ramai khususnya para peniaga mula menggunakan peluang ini untuk mempromosikan barangan mereka dan menjualnya secara atas talian

Follower boleh diperolehi dengan cara manual yakni tanpa perlunya kepada sebarang perbelanjaan dan pembiayaan, namun ia memakan masa yang lama. Ini kerana kita perlu menunggu maklum balas (respon) daripada akun sasaran kita, dan mereka juga boleh menentukan sama ada untuk follow back atau unfollow. Maka, peningkatan *follower* boleh jadi berlaku atau tidak, ataupun mungkin ia berlaku namun peningkatannya agak perlahan dan sedikit.

Namun, berikutan dengan kemajuan dan kemodernan arus teknologi masa kini, wujudnya sistem untuk menambah *follower* dengan cara yang cepat dan banyak, namun ia perlu kepada bayaran. Maka, ia sememangnya termasuk dalam hal Jual-beli dan terpakai ke atasnya rukun

dan juga syarat-syarat Jual-beli. Rukun-rukun Jual-beli ialah:

- a. Pihak yang melakukan akad (Penjual dan Pembeli)
- b. Sighat Akad
- c. Barang jualan dan harganya.

Maka , di sini penulis tunjukkan melalui dua situasi yaitu situasi pertama yang seharusnya menjadi hukum dan situasi kedua yaitu hukum yang melawan hukum.

1) Situasi 1: Seharusnya

Di antara gambaran Jual-beli *followers* adalah seseorang membeli akun media sosial dari seseorang yang memiliki banyak *followers* dengan maksud untuk digunakan sebagai strategi pemasaran dan periklanan produk atau barang yang dijual dan sebagainya. Juga alasan lain bagi para pedagang, agar informasi tentang barang jualan dan lain sebagainya segera sampai ke pengetahuan para pengikut dan cepat tersebar di kalangan masyarakat.

Di sini jika melihat prinsip Jual-beli yang ada di dalamnya, penjual di sini adalah pemilik asli dari akun media sosial yang asli (berisi banyak *followers*) yang asli (bukan abal-abal seperti akun palsu), pembeli adalah pembelinya. orang yang menginginkan akun untuk kegiatan bisnis dan lain-lain (bukan tujuan buruk atau ingin menipu). Keduanya (penjual dan pembeli) adalah orang yang waras, bebas dalam membuat akad (bukan

karena paksaan) dan keduanya adalah orang yang berbeda. Jual-beli juga tidak terikat oleh syarat atau jangka waktu apapun. Selanjutnya yang menjadi nilai jual di sini adalah akun media sosial. Itu ada ketika akad dilaksanakan, menguntungkan menurut syara' dan juga 'urf .

Oleh karena itu, berdasarkan uraian tersebut dan juga menurut metode Fiqh, kami katakan bahwa hukum asal bagi pengikut Jual-beli adalah selama memenuhi prinsip dan syarat Jual-beli yang dijelaskan oleh syara'.

2) Situasi 2: Haram

Haram hukumnya jika maksud pembeli (pedagang) adalah memonopoli pembelian semua pengikut atau memonopoli barang, atau menyuap pengikut agar tidak membeli barang dari orang lain, atau menipu pembeli dengan mengatakan bahwa barang yang dijual itu bagus. kualitas yaitu pembelinya banyak padahal sebenarnya tidak banyak Selain itu, mungkin juga menjadi ilegal sedemikian rupa sehingga seseorang membeli akun palsu yang memiliki banyak pengikut , atau membeli akun yang memiliki pengikut palsu , atau menggunakan dan mengambil akun orang lain tanpa izin dan persetujuan mereka, atau mungkin dia membeli akun orang lain. rekening dalam hal jumlah pengikut dan sebagainya dan ada juga alasan lain yang menyebabkan perubahan hukum.

Dalam hal ada yang membeli akun atau *follower* media sosial palsu atau menggunakan aplikasi E_commers yang ada di media sosial seperti Snack Video, Instagram dan Facebook serta media lainnya. Jika kita melihat lebih dekat di sini, maka kita dapat melihat bahwa sebenarnya ini berkaitan dengan syarat-syarat hukum Jual-beli. Mereka menggunakan *followers* palsu ini tidak lain untuk tujuan menipu *followers* akun media sosial mereka yang lain ketika melihat *followers* yang jumlahnya banyak membuat mereka percaya atau yakin bahwa apa yang mereka posting itu benar atau bahwa barang yang mereka jual itu baik dan benar, kualitas baik. Oleh karena itu, hal ini juga dilarang keras dalam Islam karena niat untuk menipu.

Beli dan jual Pengikut karena Anda ingin menipu sangat dilarang dan dilarang yaitu dengan cara seseorang membeli *followers* kemudian mempromosikan barangnya dan mengatakan bahwa barang tersebut laris manis dan banyak pembelinya dengan melihat banyaknya pengguna yang mengikuti akunnya. Jadi di sini ada unsur penipuan karena kualitas barang tidak terjamin dan juga bertentangan dengan fakta yang sebenarnya. Hal ini juga berdasarkan hadis Nabi Muhammad SAW:

«لَيْسَ مِنَّا مَنْ غَشَّ»

“Bukan dari kalangan kami (umat Muhammad SAW) yang menipu”.

Hadits ini jelas menunjukkan larangan menyontek bagi seluruh umat Islam. Tindakan curang ini juga bisa terjadi dengan cara seseorang (pembeli akun) menggunakan nama pemilik akun tanpa izin dan persetujuannya dan memberikan komentar baik pada barang yang dijual, kemudian pengikutnya orang lain akan melihat seolah-olah item tersebut adalah pilihan terbaik. Cara lain adalah menggunakan dengan tujuan untuk menaikkan harga barang, biasanya ini terjadi seolah-olah lelang, tetapi berbeda dengan cara dia menggunakan akun yang dibeli untuk menawarkan harga yang lebih tinggi dari harga asli barang tersebut. dijual tanpa niat membeli, maka pelanggan lain yang ingin membeli harga tersebut akan tertipu dan membelinya dengan harga yang lebih tinggi. Jual-beli ini sama dengan Jual-beli najasyi, sabda Nabi Muhammad SAW:

وَلَا تَنَاجَشُوا

“ dan jangan melakukan Jual-beli yang kotor...”

Dan sabda Nabi Muhammad SAW lainnya:

نَهَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ النَّجَشِ

“ Nabi SAW melarang Jual-beli barang najis ”

Jual-beli najasyi ialah seorang yang berpura-pura melakukan penawaran terhadap suatu barang, akan tetapi dia tidak berniat (keinginan) untuk membeli barang tersebut. Tujuannya adalah untuk memberikan keuntungan

kepada penjual atau membuat calon pembeli lain yang bersungguh-sungguh ingin memilikinya membeli barangan tersebut. Orang yang melakukan perbuatan ini disebut dengan istilah naajisy.

Jual-beli *Follower* untuk Bermegah-megah. Perkara ini boleh dilihat apabila seseorang itu membeli *followers* dengan tujuan meramaikan *follower* supaya dia boleh bermegah-megah dengannya. Perkara ini amatlah ditegah dan dilarang sama sekali dalam Islam. Firman Allah SWT dalam surah al-Takathur yang artinya :

*“Kamu telah terlantar (dari beramal) dengan tindakan berlomba-lomba untuk mendapatkan sebanyak-banyaknya (harta, anak, pangkat dan pengaruh). Sampai masuk kubur. Jangan pernah (lakukan itu)! Anda akan tahu nanti (akibat buruk ketika akan mati) ”.*⁸⁴

Allah SWT melarang hamba-Nya daripada sikap bermegah-megahan ataupun berbangga-bangga dengan harta dan keturunan. Sibuk dengan hal tersebut sehingga melalaikan dan memalingkan diri dari beribadah kepada Allah S.W.T dan beramal untuk akhirat. Dan dalam masalah Jual-beli *follower* media sosial Snack Video maka dapat disimpulkan bahwa hal tersebut tidaklah sesuai dengan

⁸⁴ Kementrian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: Kemenag RI, 2019

rukun dan syarat Jual-beli yang sudah di uraikan oleh penulis di dalam bab sebelumnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Mekanisme dalam Jual-beli *follower* Snack Video dilakukan melalui beberapa tahapan. Awalnya pembeli melakukan pemesanan barang dengan melakukan pembayaran terdahulu, baru kemudian penjual memulai memproses apa yang diinginkan oleh pembeli berupa jumlah *follower* yang diinginkan. Berbagai cara yang dapat dilakukan oleh penjual untuk mendapatkan *follower* yang dijualnya yaitu dengan cara menggunakan aplikasi *E-commerce* dengan cara berbayar dan untuk mendapatkan aplikasi tersebut harus membeli kepada agen-agen penjual *follower*. Kerja dari aplikasi ini adalah dengan memasukkan *username* dan *password* *Snack Video*, dan apabila sudah masuk akun pembeli maka tahap selanjutnya adalah menambahkan apa yang mau ditambah yaitu jumlah *follower* dengan jumlah yang telah disepakati, bisa berupa *follower aktif* dan juga *follower pasif*.
2. Berdasarkan Perspektif Hukum Islam terhadap mekanisme Jual-beli *follower* Snack Video. Ditarik kesimpulan bahwa Jual-beli *follower* Snack Video akad yang dilakukan tidaklah sah karena merupakan Jual-beli yang dilarang atau haram. Karena tidak memiliki syarat-syarat dalam Jual-beli seperti status kepemilikan objek

dari penjual, maka Jual-beli *follower* termasuk Jual-beli yang bathil. Dan tidak ada kejelasan dalam objek tersebut dan juga status objek tersebut bukan dari pemilik penjual karena menjual objek tanpa sepengetahuan pemilik, Jual-beli ini lebih banyak mendatangkan mudharat dari pada manfaat. Jual-beli ini tetap ada manfaatnya namun bersifat fiktif, bahkan dapat menimbulkan penipuan yang dapat dirugikan masyarakat dan konsumen.

B. Saran

Hasil dari penelitian ini, maka ada beberapa saran dari penyusun untuk pengguna akun media sosial Snack Video terkhususkan kepada pihak yang membeli *follower* yang menggunakannya untuk kepentingan pribadi maupun untuk membuka usaha bisnis Online serta menghasilkan penghasilan yang halal dan berkah dan berikut ini adalah saran dari penyusun.

1. Bagi para penjual *follower* media sosial Snack Video pelajari dulu mekanisme Jual-beli tersebut, apakah memenuhi rukun dan syarat Jual-beli di dalam hukum Islam atau belum memenuhi ketentuan tersebut. Sehingga dapat menghindar atau mencegah hal yang tidak di inginkan atau merugikan konsumen di media sosial Snack Video.
2. Bagi para penjual dalam melakukan pengiklanan atau promosi sebaiknya harus jujur, dan menjelaskan objek yang akan dijual tersebut yaitu berupa kelebihan dan juga

berupa kekurangan yang dapat merugikan konsumen, serta menyediakan garansi kepada konsumen apabila ada sesuatu yang tidak diinginkan pada objek tersebut.

3. Bagi para pengguna Snack Video yang membeli *follower*
 - a. Jika menginginkan *follower* yang banyak dan ingin populer di media sosial khususnya Snack Video maka lebih baik gunakan cara yang manual saja yaitu dengan cara membuat suatu kreativitas atau karya yang membanggakan dan juga sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat yang melihat akun tersebut atau dengan cara membuat kreativitas yang berupa tulisan dengan kata menyentuh dan foto *traveling* atau foto dan videoyang unik, sehingga orang banyak mem-*follow* akun tersebut dan *real follower* yang tertarik dengan suatu hal yang dilakukan.
 - b. Manfaatkan sosial media tersebut dengan baik dan benar dengan membuat dampak positif bagi para pengguna Snack Video. Dan jadikanlah manfaat Snack Video tersebut sebagai sarana menimba ilmu agama dan belajar pengetahuan yang lain dan dapat bermanfaat baik bagi diri sendiri maupun orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Kadir, Muhammad. *Hukum Dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.
- Abdurahman, Rizki. *Konsep Dasar Fiqih Muamalah*. Bandung: Insan Rabbani, 2016.
- Al-Asqalani, Ibnu Hajar. *Bulughul Maram : Terjemahan*. Semarang: Pustaka Nuun, 2011.
- Ash-Shawi, Shalah. *Fikh Ekonomi Keuangan Islam*. Translated by Abu Umar Basyir. Jakarta: Darul Haq, 2008.
- H Abd Rahman Ghazaly, H Ghufron Ihsan, and Sapiudin Shidiq. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Hadikusuma, Hilman. *Metode Pembuatan Kertas Kerja Atau Skripsi Ilmu Hukum*. Bandung: Mandar Maju, 1995.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: Kemenag RI, 2019.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa Kemendikbud, 2017.
- Makmur, Rahmat. *Bisnis Online*. Bandung: Informatika, 2008.
- Mukti Fajar Nd, and Yulianto Achmad. *Dualisme Penelitian Hukum : Normatif & Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

- Muslich, Ahmad Wardi. *Fiqih Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Nadzir, Muhammad. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.
- Sabiq, Sayyid. *Fiqih Sunnah 12*. Bandung: Al-Ma'arif, 1993.
- Sanusi, Arsyad. *E-Commerce Hukum Dan Solusinya*. Jakarta: Mizan Grafika Sarana, 2001.
- Sayyid Qutub. *Tafsir Fi Dzilalil Qur'an*. Jilid 1. Jakarta: Gema Insani, 2000.
- Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah*. Jakarta: Prenada Media, 2019.
- Sofie, Yusuf. *Pelaku Usaha Konsumen Dan Tindak Pidana Korporasi*. Jakarta: Galia Ilmu, 2002.
- Suhendi, Hendi. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Sunarto, Andi. *Seluk Beluk E-Commerce*. Yogyakarta: Gaya Ilmu, 2009.
- Suteki, and Galang Taufani. *Metodologi Penelitian Hukum : (Filsafat, Teori Dan Praktik)*. Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Syafe'i, Rachmat. *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2001.

Jurnal dan Penelitian Ilmiah

Anwar, Rifky Fadillah. *Jual-beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Wilayah Instagram Bengkulu)*. Bengkulu: Fakultas Syariah, IAIN Bengkulu, 2019.

Herdani, Mufida. *Jual-beli Follower Social Media Twitter Dalam Perspektif Hukum Islam*. Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga, 2019.

Nanda, Adi Prasetya, and Anggi Maharini. "Aplikasi Electronic Commerce Sebagai Media Penjualan Produk Makanan Ringan Business Development Center Kabupaten Pringsewu." *Jurnal Technology Acceptance Model* vol. 9, no. 2 (2018).

Zuhri, Moh. Afifudin. *Skripsi: Perspektif Hukum Islam Terhadap Jual-beli Follower Twitter*. Surabaya: Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Ampel, 2018.

Wawancara

Wawancara dengan Dwi Tatik selaku pemilik akun @my_storee penjual *follower* media sosial sosial Snack Video pada tanggal 07 Januari 2022

Wawancara dengan Ira Anggraini selaku pemilik akun
@followers_official store,penjual *follower* media
sosial Snack Video pada tanggal 07 Desember 2022

Wawancara dengan M. Susanto selaku Pengguna Aplikasi
Snack Video pada 6 November 2022

Wawancara dengan Salman Alfarisi selaku Pengguna Snack
Video (@Salmandolk) pada 1 Desember 2022

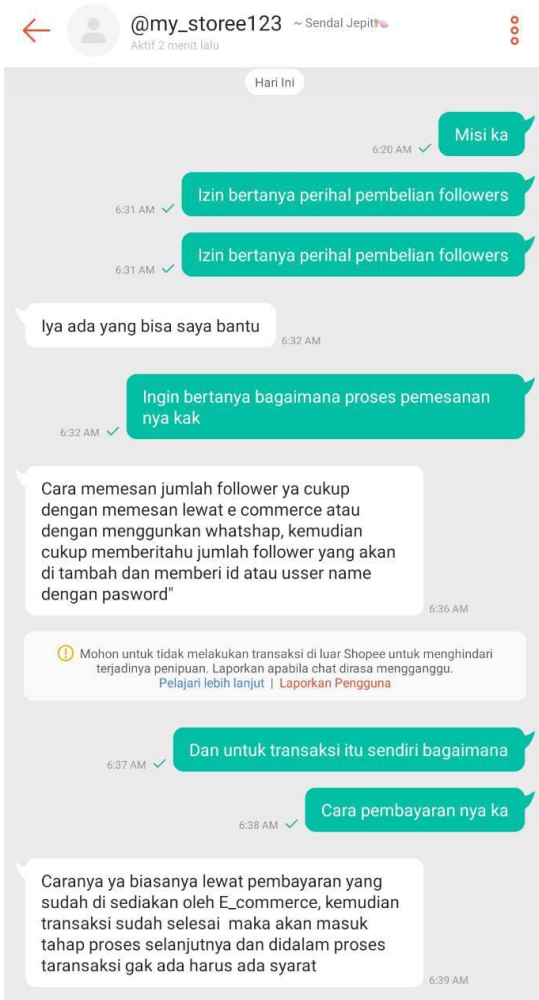
Wawancara dengan Syaiful Zuhri selaku pemilik akun
@yu.ka_official. penjual *follower* media sosial Snack
Video pada tanggal 07 Januari 2022

Wawancara dengan Vega Gemilang Rmadhan selaku Pengguna
Snack Video (@Juallike.Jualfollowers) pada 26 Maret
2022

Wawancara Farah Maulida selaku Pengguna Aplikasi Snack
Video pada 06 Desember 2022

LAMPIRAN

Wawancara dengan Penjual *E-commerce*





04/01 21:36

permisi kaa



Dibaca

peringatan

Hindari melakukan transaksi di luar aplikasi atau situs Lazada atau memberikan data pribadi Anda termasuk KODE PIN kepada siapapun melalui link resi pengiriman, hadiah cashback atau cara lainnya kepada siapapun yang mengatasnamakan Lazada atau penjual. Pelajari lebih lanjut <https://lzd.co/blnjaman>. Laporkan isu <https://lzd.co/laporisu>

05/01 09:13



hii kak ada yang bisa Lily bantu

05/01 16:39

untuk kekurangan dan ke unggulan produk apa ya



Dibaca

07/01 21:13



keunggulan nya bisa selesaikan misi kak



ke kuragan nya Ndak word aja atau followers luar



@my_storee123 ~ Sendal Jepit

Aktif 15 detik lalu



Cara pembayaran nya ka

6:38 AM ✓

Caranya ya biasanya lewat pembayaran yang sudah di sediakan oleh E_commerce, kemudian transaksi sudah selesai maka akan masuk tahap proses selanjutnya dan didalam proses transaksi gak ada harus ada syarat

6:39 AM

Untuk harganya per followers itu brp ya ka?

6:40 AM ✓

Dan apakah followers itu pasif atau aktif

6:42 AM ✓

Biasanya pembeli memberitahu berapa jumlah follower yang akan dipesan kemudian saya memberi tahu nominal harganya, kemudian jika sudah sepakat maka proses akan dilanjutkan, biasanya 100 follower aktif dengan harga Rp. 50.000.00 dan kalau 100 follower pasif dengan harga Rp, 10.000.00, dan saya biasanya memberi tahu konsekuensi membeli follower aktif dan pasif kepada pembeli apabila pembeli menanyakannya

6:42 AM

Untuk penambahan followers itu sendiri menggunakan aplikasi atau bagaimana ka

6:43 AM ✓

Caranya dengan menggunakan aplikasi tertentu, aplikasi tersebut bisa didownload tapi itu aplikasi yang gak gratis, caranya dengan memasukan id pengguna dan memasukan pasword sampai login, sesudah login barulah diinput follower dengan jumlah yang dipesan dengan pembeli, dan objek yang diperjualbelikan itu bukan milik saya dan tanpa sepengetahuan pemilik apabila itu follower aktif".

6:44 AM



Wawancara dengan pembeli

The screenshot shows a WhatsApp chat interface. At the top, there is a back arrow, a profile picture of a landscape, the name "Farah (Pembeli Followe...", and icons for voice call, video call, and a menu. A date separator "Hari ini" is visible. A yellow system message states: "Pesan dan panggilan terenkripsi secara end-to-end. Tidak seorang pun di luar chat ini, termasuk WhatsApp, yang dapat membaca atau mendengarkannya. Ketuk untuk info selengkapnya." The chat contains several messages:

- Buyer: "Assalamualaikum" (07.45) ✓✓
- Buyer: "Pagi ka" (07.45) ✓✓
- Buyer: "Jadi ada beberapa hal nih yang mau aku tanyain perihal waktu km beli followers" (07.45) ✓✓
- Seller: "Walaikumsalam" (07.47)
- Seller: "Alasan saya yaitu untuk mempromosikan barang dagangan saya, ya secara menjalankan bisnis online di Snack Video, manfaatnya ya semakin banyak follower kan semakin percaya orang terhadap akun online shop, kerugian yang dialami ya biasanya follower aktif bisa saja dia meng-unfoll kita biasanya dalam tempo waktu 3 minggu jadi ya sia-sia saya membeli tapi ujung-ujungnya berkurang juga, tapi aku gak pernah membeli yang pasif karena itu percuma dia kan fake, ya saya mengalami kerugian tapi ya mau kayak gimana lagi kan itu sudah konsekuensinya, biasanya aku membeli follower aktif 2000 dengan harga Rp.400.000.00 bulan kemaren mas, dan berkurang sampai sekarang sekitar 500 akun yang memfollow sudah berkurang" (07.47)
- Buyer: "Ka boleh minta Biodata dirinya ka. Hehe buat lampiran di skripsi aku" (07.47) ✓✓
- Notification: "2 pesan belum dibaca"
- Buyer: "Boleh" (07.49)
- Seller: "Nama : Farakh Maulida
Alamat : Jetis Kidul RT 04 RW 04 Parakan Kauman Temanggung
Ttl : Temanggung, 17 Oktober 1999" (07.51)



DAFTAR RIWAYATHIDUP

A. Biodata Pribadi

Nama : Ryzke Nur Afifah Abidin Putri
Tempat, tgl lahir : Semarang, 24 Januari 2000
Agama : Islam
Alamat : Ds Kudu Kramat Rt 06 Rw 02
Kel. Kudu Kec. Genuk, Semarang
Email : ryzkeputri24@gmail.com
No Whatsapp : 089648026719

B. Riwayat Pendidikan

- a. MI Futuhiyyah 01 : Lulus tahun 2012
- b. SMP IT Amtsilati : Lulus tahun 2015
- c. MA Amtsilati : Lulus tahun 2018
- d. UIN Walisongo Semarang

C. Pengalaman Kerja dan Magang

1. Outlet Waiters MINUM , Tlogosari Semarang
2. Guru di SMP NURUL ULUM Semarang

D. Pengalaman Organisasi

1. Madin Amal Sholeh Semarang
2. IPNU – IPPNU Ranting Kudu Semarang