

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI
SUBSCRIBE DI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
dalam Ilmu Syariah



Disusun Oleh:
Muhammad Machtum
1402036122

**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYAR'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2019**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Prof. Dr. Hamka km. 2 Kampus III Ngaliyan Telp. /Fax.
(024) 760129 Semarang 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lampiran : 4 (lembar) eks
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi
a.n. Sdr. Muhammad Machtum

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah melalui proses pembimbingan dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Muhammad Machtum
NIM : 1402036122
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI**
SUBSCRIBE DI MEDIA SOSIAL

Untuk syarat dimunaqosahkan. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

H. Tolkah, S.Ag., M.A.
NIP. 19690507 199603 100

Semarang, 16 September 2019
Pembimbing II

Raden Arfan, R. SE, M.Si.
NIP. 19800610 200901 1



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

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

PENGESAHAN

Nama : Muhammad Machtum
NIM : 1402036122
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Fakultas : Syariah dan Hukum
Judul : **Tinjauan hukum islam terhadap jual beli subscribe palsu di media sosial youtube**

Telah di munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude / baik / cukup pada tanggal : **8 oktober 2019**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata 1 tahun akademik 2019/2020

Semarang, 08 oktober 2019

Mengetahui, dosen penguji

Ketua Sidang/penguji

Dr. MAHSUN, M.Ag.

NIP. 196711132005011001

Penguji Utama I

AFIF NOOR, S.Ag S.H., M.Hum

NIP. 197606152005011005

Pembimbing I

H. Tolkah, S.Ag., M.A.

NIP. 196905071996031005

Sekretaris Sidang/penguji

H. Tolkah, S.Ag. M.A.

NIP. 196905071996031005

Penguji Utama II



MOHAMMAD HAKIM JUNAIDI, M.Ag

NIP. 197105091996031002

Pembimbing II

Raden Arfan, R, SE, M.Si

NIP. 198006102009011

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ

اللَّهُ 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 sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”¹

(QS. An-Nisa’: ayat 29)

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an Dan Terjemahan*, (Bandung: Syaamil Qur’an), hlm. 83.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur hanya untuk Allah penulis panjatkan yang telah mengiringi dalam menyelesaikan skripsi yang penuh dengan usaha ini, maka dari itu penulis persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini untuk:

1. Kedua orang tua yang penulis banggakan yang selalu mendo'akan disetiap shalatnya, Bapak Maskhan dan Ibu Sumarni. Tanpa dari do'a orang tua penulis tidak akan mampu sampai pada saat sekarang ini. Semoga mereka tetap dalam limpahkan rahmat dan lindungan-Nya.
2. Kakak penulis tercinta, Muhammad Lutfi Azis, Ahmad Munir Mulhaq, dan Muhammad Irfani, yang telah banyak membantu dan selalu mendukung setiap langkah yang penulis lakukan. Semoga diberikan kelancaran dalam setiap urusannya.
3. Kepada calon istri
4. Teman-teman jurusan Muamalah terutama MUD-14 yang selalu memberi semangat dan menjadi bagian dari perjalanan menyelesaikan semuanya sampai hari ini. Semoga kekeluargaan dan silaturahmi kita tetap terjaga sampai kapanpun.

DEKLARASI

Bismillahirrohmanirohim

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah di tulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 16 September 2019

Deklarator,



Muhammad Machtura
NIM. 1402036122

ABSTRAK

Media pengiklanan melalui internet atau sosial media lebih banyak diminati karena jangkanya yang lebih besar dan luas dibandingkan dengan jaringan komersial lainnya. Media sosial yang banyak diminati untuk memasang iklan adalah *Youtube*. *Youtube* menjadi jejaring sosial besar dengan pertumbuhan paling pesat ditahun 2014. Sehingga pundi-pundi rupiah bisa didapatkan melalui *Youtube*. sayangnya banyak dari *Youtuber* menggunakan jasa penambahan *subscriber*. Hal ini dikarenakan syarat yang diberikan oleh pihak *Youtube* mengharuskan *Youtuber* mencapai seribu *subscriber* agar akun *Youtube* nya bisa dikomersilkan dengan iklan. Syarat itu lumayan sulit apalagi untuk para *Youtuber* pemula. Hal itu mengakibatkan banyak dari para *Youtuber* menggunakan Jasa penambahan *subscriber* dalam akun *youtube* nya. Praktik jual beli yang mengandung ketidak jelasan dalam islam disebut *gharar*. Apalagi *subscriber* merupakan sebuah fitur *Youtube* yang apabila di tekan akan menjadi langganan atau diingatkan ketika creator *Youtube* tersebut mengunggah sebuah video baru. Jadi *subscriber* tidak bisa permanen karena bisa saja para *subscriber* tidak lagi berlangganan atau *unsubscribe*..

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian normatif-empiris. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah wawancara yang dilakukan oleh penulis langsung dengan narasumber yang bersangkutan. Sumber data sekunder yaitu penulis menggunakan sumber yang dari dokumen-dokumen, laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel, *website* dan majalah ilmiah yang masih berkaitan dengan materi penelitian.

Hasil dari analisa dapat disimpulkan bahwa dalam proses jual beli *subscribe* palsu Secara hukum Islam hal itu tidak melanggar rukun jual beli dalam Islam akan tetapi melanggar syarat jual beli dalam Islam yaitu objek barang yang mengandung *gharar*.

Kata kunci: *Subscribe*, Hukum Islam, Jual beli.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah yang telah memberikan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Subscribe* di Media Sosial”.

Media sosial yang banyak diminati untuk memasang iklan adalah *Youtube*. *Youtube* menjadi jejaring sosial besar dengan pertumbuhan paling pesat ditahun 2014. Sehingga pundi-pundi rupiah bisa didapatkan melalui *Youtube*. sayangnya banyak dari *Youtuber* menggunakan jasa penambahan *subscriber*. Hal ini dikarenakan syarat yang diberikan oleh pihak *Youtube* mengharuskan *Youtuber* mencapai seribu *subscriber* agar akun *Youtube* nya bisa dikomersilkan dengan iklan. Syarat itu lumayan sulit apalagi untuk para *Youtuber* pemula. Hal itu mengakibatkan banyak dari para *Youtuber* menggunakan Jasa penambahan *subscriber* dalam akun *youtube* nya.

Tulisan hanyalah sebuah bentuk pengantar dengan pembahasan yang masih singkat dan sederhana, sehingga ia masih memerlukan koreksi penyempurnaan lebih lanjut. Walaupun dalam tulisan ini, penulis banyak mengutip pendapat dan gagasan dari sumber-sumber lain, namun secara eksklusif penulis bertanggung jawab atas setiap kesalahan dan kekurangan yang ada. Sehingga saran dan kritik maupun komentar akan sangat membantu dalam rangka kesempurnaan tulisan ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan dari pihak lain. Untuk itu penulis sampaikan banyak terima kasih kepada bapak H. Tolkah, S.Ag., M.A., selaku pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktu untuk mengarahkan dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada bapak Raden Arfan, R, SE, M.Si. selaku pembimbing II yang telah senantiasa membantu dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini. Kemudian penulis juga sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Masih banyak kekurangan dari segi penyajian maupun penyampaian materi. Untuk itu kami sangat harapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif, untuk memperluas wawasan penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, menambah keilmuan bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Semoga kita semua tetap berada dalam lindungan Allah S.W.T.

Semarang, 13 Juli 2019

Penyusun

Muhammad Machtum

NIM: 1402036122

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penulisan	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Telaah Pustaka	14
F. Sistematika Penulisan	22

BAB II TEORI JUAL BELI *SUBSCRIBER* PALSU DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE*

A. PRINSIP <i>MUAMALAH</i>	24
B. ETIKA BISNIS DALAM ISLAM	29
a. Pengertian Etika.....	29

b.	Pengertian Bisnis	30
c.	Pengertian Etika Bisnis Dalam Islam	32
d.	Tujuan Umum Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam.....	33
C.	PENGERTIAN MEDIA SOSIAL	
	<i>E-commerce</i>	35
a.	Ruang Lingkup <i>E-commerce</i>	37
b.	Manfaat <i>E-commerce</i>	38
c.	<i>E-commerce</i> Dalam Perspektif Islam	40
D.	<i>YOUTUBE</i>	42
a.	Pengertian <i>Youtube</i>	42
b.	Fitur-Fitur <i>Youtube</i>	43
E.	Jual Beli Dalam Islam	47
a.	Dasar Hukum Jual Beli	49
b.	Rukun Dan Syarat Jual Beli	52
c.	Macam-Macam Jual Beli	58
d.	Jual Beli Yang Dilarang Dalam Islam	59
F.	BA'IAS-SALAM	71

**BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN
PRAKTEK JUAL BELI SUBSCRIBER DI MEDIA
YOUTUBE**

A.	PENYEDIA JASA ULASAN PALSU.....	77
a.	Profil <i>website</i> <i>JasaAllSosmed.co.id</i>	77
b.	Tampilan <i>Website</i> <i>JasaAllSosmed.co.id</i>	78

B. PENERAPAN ULASAN PALSU DI <i>YOUTUBE</i>	100
a. Profil Akun <i>Youtube</i> Pesilat Muda.....	101
b. Hasil Penerapan Pembelian <i>Subscriber</i>	102

**BAB IV ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP
PRAKTIK JUAL BELI SUBSCRIBER PALSU
DI YOUTUBE**

A. Analisis Hukum Islam	104
B. Analisis Jual beli <i>Subscriber Youtube</i>	109

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	121
B. Saran	123
C. Penutup	124

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Seiring dengan perkembangan zaman, motif seseorang untuk mencari informasi melalui media juga ikut berkembang. Dahulu media yang digunakan adalah media cetak dan elektronik, dan sekarang beralih ke media berbasis internet. Media internet mampu mengembangkan berbagai media sosial sebagai sara komunikasi antara penggunaanya dari satu negara ke negara lain.

Dewasa ini, internet banyak digunakan sebagai media pemasaran *online* suatu produk. Media pemasaran melalui internet atau sosial media lebih banyak diminati karena jangkauannya yang lebih besar dan luas dibandingkan dengan jaringan komersial lainnya.¹

¹Kotler dan Gary Armstrong *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2008), Cet. Ke-12, Jilid 1, hal 36.

Salah satu jual beli yang menggunakan teknologi sebagai medianya yaitu jual beli *online*. Jual beli secara *online* banyak dilakukan oleh sebagian masyarakat karena kemudahannya dalam melakukan transaksi yaitu tidak harus bertemu secara langsung antara penjual maupun pembeli. Namun dengan semakin berkembangnya zaman, jual beli *online* saat ini tidak hanya mencakup jual beli barang keperluan sehari-hari saja, tetapi ada pula transaksi yang menjual belikan berupa penambahan *follower/subscriber*, *likes* dan *viewer* di media sosial. Pada umumnya pembeli menggunakan *follower/subscriber*, *likes* dan *viewer* untuk kepentingan bisnis, terutama bagi mereka yang mempunyai *online shop*, karena dengan semakin banyaknya *follower/subscriber*, *likes* dan *viewer* maka otomatis akan semakin banyak pula orang yang mengenal *onlineshop*-nya tersebut. Namun tidak sedikit juga dari mereka merupakan perorangan yang menggunakan *follower/subscriber*, *likes* dan *viewer* tersebut sebagai ajang untuk mempopulerkan dirinya sendiri agar terkenal dikalangan pengguna.

Sejak pesatnya perkembangan berbagai media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Youtube* dan lain-lain. *Youtube* menjadi jejaring sosial dengan pengguna lebih dari satu miliar pengguna per bulan di seluruh dunia, hampir sepertiga dari jumlah pengguna internet secara keseluruhan. *Youtube* merupakan salah satu *platform online* paling populer saat ini. Popularitasnya diproyeksikan akan terus meningkat seiring dengan jumlah pengguna. Bahkan, lembaga riset pasar Statista memprediksi bahwa **jumlah penggunanya akan mencapai angka 1,8 miliar orang pada tahun 2021** nanti.²

Popularitas tinggi tersebut dilatar belakangi oleh meningkatnya nilai guna *platform* berbagi video tersebut terhadap pengguna internet. Pengguna internet mengunjungi *Youtube* bukan hanya untuk mendapatkan hiburan, tetapi juga untuk belajar atau mendapatkan informasi. Google mengatakan bahwa 57% pengguna *Youtube* mencari konten

² <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia>

hiburan, serta 86% juga menyatakan terbiasa mengunjungi situs tersebut untuk mempelajari informasi baru.³

Peningkatan minat serta keberagaman dalam audiens tersebut sangat menguntungkan bagi kreator konten *Youtube* di Indonesia. Jumlah kreator Indonesia yang memperoleh *Gold Play Button* (penghargaan yang diberikan *Youtube* bagi kreator dengan lebih dari satu juta *subscriber*) telah meningkat secara pesat dalam beberapa tahun terakhir. Ini menunjukkan peningkatan jumlah warganet Indonesia yang menggunakan *Youtube*. Selain itu, kualitas konten buatan kreator Indonesia juga makin meningkat hingga berhasil menarik audiens yang lebih luas.

Saat ini, menjadi seorang kreator *Youtube* merupakan profesi yang banyak digemari kalangan anak-anak muda. Selain mendapat popularitas, menjadi seorang *Youtuber* bisa mendapatkan penghasilan. Hal ini bisa terjadi apabila vidio yang di buat telah ditonton ribuan orang. Sehingga banyak

³ <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia>

Youtuber berlomba untuk memiliki *subscriber* yang banyak. Keuntungan memiliki banyak *subscriber* maka penonton yang akan melihat video pun juga semakin banyak. Apabila video bisa mencapai ratusan ribu *views* dalam sehari, maka bisa mengumpulkan ratusan *dollar* dalam sebulan bukanlah sesuatu yang mustahil.

Seiring perkembangannya, banyak kreator *Youtube* yang menggunakan cara instan untuk memperoleh kepopulerannya. Tidak sedikit yang menyewa jasa *online* untuk menambah *subscriber*. Karena dengan memiliki *subscriber* yang banyak tidak jarang seorang *Youtuber* mendapatkan tawaran *endorse* dari sebuah *brand*.

Maraknya jual beli *subscriber* palsu barang yang diperjual belikan adalah bukan barang yang nyata melainkan berupa penambahan *subscriber* pada akun *Youtube* seseorang pembeli. Apakah penambahan sebuah *subscriber* adalah sebuah objek transaksi yang berwujud, bernilai dan dapat dimanfaatkan bagi perseorangan? Dan bagaimanakah cara seorang penjual mendapatkan akun *Youtube* yang nantinya

akan mereka jual sebagai *subscriber*, Serta bagaimana dengan resiko yang akan ditanggung oleh pembeli ketika para *subscriber* tersebut berhenti mem-*subscribe* ? Disini menarik sekali untuk diteliti dari sisi hukum Islam. Menurut peneliti, jual beli semacam ini perlu dikaji lebih lanjut karena sesuatu yang diperjual belikan mengandung unsur penipuan, dimana *subscriber* tersebut bukan merupakan *subscriber* sejati. Sedangkan *subscriber* tersebut dimanfaatkan untuk kepentingan berbisnis bagi pembeli. Hal tersebut merupakan model perdagangan baru yang perlu ditinjau dari segi hukum Islamnya. Oleh karena itu peneliti bertujuan untunk meneliti permasalahan ini dengan judul: Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Subscriber* di Media Sosial *Youtube*.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalahnya adalah

1. Bagaimana praktek jual beli *subscriber* palsu di *Youtube* ?
2. Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap praktek jual beli *subscriber* palsu di *Youtube* ?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. TUJUAN

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui praktik yang dilakukan jasa *subscriber* palsu di *Youtube*.
- b. Untuk mengetahui pandangan hukum islam mengenai pratik jual beli *subscriber* palsu di *Youtube*.

2. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Diharapkan penelitian ini memberikan perubahan keamanan dan keaslian terhadap metode *verifikasi subscriber* asli yang difasilitasi oleh *Youtube*.

- b. Diharapkan penelitian ini memberikan bahan informasi untuk penelitian lebih lanjut.

D. TELAAH PUSTAKA

Dalam melakukan penelitian skripsi ini, penulis bukanlah yang pertama dalam membahas jual beli *follower/subscriber* palsu. Banyak hasil penelitian lain yang membahas tentang tema ini diantaranya :

Pertama, penelitian dari Mufidah Herdani program studi ilmu Hukum Islam 2014, dengan judul *Jual Beli Follower Sosial Media Twitter dalam Perspektik Hukum Islam*, jual beli *Follower* merupakan salah satu jenis dari macam-macam jual beli yang dilakukan secara *online*, dilihat secara keseluruhan proses transaksi, dari penawaran barang yang di lakukan pembeli keberadaan objek akad, hingga kesepakatan antara kedua belah pihak, kemudian pembayaran dan penyerahan objek akad melalui media *online* atau internet. Dengan demikian jenis akad yang sesuai dengan jual beli *Follower* sosial media *Twitter* adalah *bai' as-salam* karena transaksi di lakukan secara berkala, yaitu melakukan

pembayaran di awal sejak terjadinya kesepakatan dan penyerahan barang di akhir sesuai dengan waktu yang di sepakati bersama, kemudian pelayanan baru akan diberikan oleh penyedia jasa jual beli *Follower Twitter* ketika sudah melakukan pembayaran sejumlah biaya yang dibebankan terhadap jenis pesanan masing-masing pelanggan sesuai dengan patokan perpaket. Tidak jauh beda dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yang membedakan peneliti berfokus terhadap jual beli ulasan palsu.⁴

Kedua, penelitan dari Nur Anisa program studi Muamalah 2014 dengan judul *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Follower, Likes dan Viewer di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @sosmedlampung)*, skripsi ini menyatakan jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* ini tidaklah sah dan merupakan jual beli yang haram untuk dilakukan, karena tidak memenuhi salah satu dari beberapa syarat dalam jual beli yaitu tentang objek jual

⁴ Mufidah Herdani, *Jual Beli Follower Sosial Media Twitter dalam Perspektik Hukum Islam*, UIN Sunan Kalijaga, 2014. hal 90

beli harus merupakan kepemilikan dari penjual, maka jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* ini adalah termasuk jual beli yang *bathil*. Begitu juga bila dilihat dari segi Prinsip Muamalah yaitu unsur mendatangkan manfaat serta menghindarkan mudharat, jual beli ini tetap ada manfaatnya namun bersifat fiktif, bahkan bisa mendatangkan *mudharat* karena ada unsur penipuan yang dapat merugikan pembeli, konsumen dan masyarakat umum. Manfaat yang bersifat fiktif tersebut ingin peneliti kaji lebih mendalam, mengingat bahwa *subscriber* yang banyak menjadi acuan untuk disematkannya iklan dalam video seorang kreator *Youtuber*.⁵

Ketiga, penelitian dari Mustiqoh Septiyani dengan judul skripsi *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Followers Di Media Sosial Instagram*, program studi Hukum Ekonomi Syariah 2013. Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli *followers* di media sosial istagram telah memenuhi rukun jual beli seperti

⁵ Nur Anisa, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Follower, Likes dan Viewer di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @sosmedlampung)*, UIN Raden Intan, 2018. hal 87

adanya *'aqid* (penjual dan pembeli), adanya lafal (*ijab* dan *qabul*) dan adanya *ma'qud'alaih*. Namun dari segi obyek akad dalam jual beli *followers* termasuk jual beli yang tidak sah. Adapun alasan hukumnya bahwa jual beli *followers* tersebut merupakan jual beli yang dilakukan oleh seseorang terhadap benda yang bukan miliknya maka transaksi tersebut termasuk transaksi *fudhuli* (jual beli tanpa seizin pemiliknya), maka transaksi tersebut dianggap batal.⁶

Keempat, penelitian dari Munir Salim dalam jurnal UIN Alaudin dengan judul *Jual Beli Secara Online Menurut Padangan Hukum Islam*. Berbisnis melalui *online* satu sisi dapat memberi kemudahan dan menguntungkan bagi masyarakat. Namun kemudahan dan keuntungan itu jika tidak diiringi dengan etika budaya dan hukum yang tegas akan mudah terjebak dalam tipu muslihat, saling mencurangi dan saling menzalimi. Disinilah Islam bertujuan untuk melindungi umat manusia sampai kapanpun agar adanya aturan-aturan

⁶ Mustiqoh Septiyani, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Followers Di Media Sosial Instagram*, IAIN Purwokerto, 2017 hal.78

hukum jual beli dalam Islam yang sesuai dengan ketentuan syari'at agar tidak terjebak dengan keserakahan dan kezaliman yang meraja lela. Transaksi bisnis lewat *online* jika sesuai dengan aturan-aturan yang telah disebut di atas akan membawa kemajuan bagi masyarakat dan negara. Transaksi *online* dibolehkan menurut Islam berdasarkan prinsip-prinsip yang ada dalam perdagangan menurut Islam, khususnya dianalogikan dengan prinsip transaksi *as-salam*, kecuali pada barang/jasa yang tidak boleh untuk diperdagangkan sesuai syariat Islam.⁷

Kelima, penelitian dari Sri Anggraeni Kusuma Dewi dalam jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasia ASIA (JITIA) dengan judul *Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Elektronik Commerce (E-Com)*. Perjanjian Jual Beli Barang Melalui *Elektronik Commerce (E-Com)* merupakan suatu transaksi jual beli secara *online (e-commerce)* tidak dapat terlepas dari ketentuan-ketentuan hukum perikatan (khususnya perjanjian)

⁷ Munir Salim, *Jual Beli Secara Online Menurut Padangan Hukum Islam*, Jurnal, UIN Alauddin, Desember 2017 hal, 54

sebagaimana diatur dalam KUH Perdata. Dalam melakukan transaksi jual beli secara *online (e-commerce)*, ada beberapa aspek hukum yang harus diperhatikan antara lain ; Perjanjian jual beli, Penawaran dan persetujuan antara penjual dan pembeli, Persyaratan persyaratan yang telah disepakati oleh pihak-pihak terkait, terutama yang menyangkut mengenai masalah pembayaran penyerahan barang dan pengembalian, Jenis transaksi berupa adanya perjanjian tertulis dan adanya tanda tangan asli dari kedua pihak yang bertransaksi, Kinerja Perjanjian dan Persengketaan dapat terjadi apabila salah satu kedua pihak yang telah berjanji tidak memenuhi satu atau lebih butir-butir perjanjian terkait, maka akan ada tindakan-tindakan hukum yang diberlakukan sesuai dengan jenis kasus dan aturan yang berlaku.⁸

⁸ Sri Anggraeni Kusuma Dewi, *Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Elektronik Commerce (E-Com)*, Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasia ASIA (JITIA), Vol 9, Agustus 2015.

E. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah metode ilmiah dalam mencari, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan.⁹ Penelitian ilmiah yang dimaksud bukan hanya meliputi kegiatan mengumpulkan, mencari bukti, informasi, data, dan berfikir saja tetapi juga kegiatan menulis. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Suatu penelitian dapat memperoleh keterangan yang lengkap, sistematis serta dapat dipertanggung jawabkan, maka diperlukan suatu metode penelitian guna memberikan arah dalam pelaksanaan penelitian. Penelitian ini berdasarkan pada penelitian hukum yang dilakukan dengan pendekatan doktrinal kualitatif.¹⁰

Jenis Penelitian yang digunakan ialah jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bertujuan untuk mempelajari

⁹ Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Hukum*, (Jakarta : Granit, 2004) hal 1.

¹⁰ Soetandyo Wignjosoebroto, *Silabus Metode Penelitian Hukum*, (Surabaya: Program Pasca sarjana Universitas Airlangga, 2006), hal 3.

secara intensif latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial tentunya bersifat apa adanya, bisa berbentuk individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.¹¹ Dalam penelitian ini data yang diperoleh adalah hasil dari interaksi penulis dengan penyedia jasa *subscriber*.

Sementara itu pendekatan yang akan digunakan ialah pendekatan normatif-empiris, yaitu cara pendekatan terhadap masalah yang diteliti dengan melihat bagaimana pandangan Hukum Islam terhadap *subscriber* palsu dan bagaimana praktek *subscriber* palsu tersebut terjadi.

2. Sumber Data

Data atau bahan keterangan ialah fakta yang dapat ditarik menjadi suatu kesimpulan dalam kerangka persoalan yang digarap.¹² Berdasarkan cara perolehannya, sumber data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

¹¹ Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hal 46.

¹² Hendri Tanjung, Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2013) hal 76.

Data Primer yaitu data yang belum tersedia dan untuk memperoleh data tersebut peneliti harus menggunakan beberapa instrument penelitian seperti, wawancara, observasi dan sebagainya.¹³ Data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti.¹⁴ Data ini diperoleh dari hasil *interview* dengan penyedia jasa *subscriber* palsu melalui bantuan alat komunikasi dan hasil penerapan ulasan palsu pada akun *Youtube*.

b. Data Sekunder

Data yang sudah siap dipublikasikan oleh pihak instansi terkait dan langsung dapat dimanfaatkan oleh peneliti.¹⁵ Misalnya berupa dokumen-dokumen, laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel, *website* dan

¹³ *Ibid.* hal 76.

¹⁴ Suteki, Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), hal 139.

¹⁵ Hendri Tanjung, *Op Cit.* hal 76.

majalah ilmiah yang masih berkaitan dengan materi penelitian.¹⁶

3. Teknik Pengumpulan dan Penarikan Data

Secara umum ada 4 metode riset dasar yang digunakan dalam penelitian untuk segala bidang ilmu, yaitu survei (kuesioner dan wawancara), eksperimen, observasi dan studi data sekunder (dokumen).¹⁷ Teknik yang dipakai dalam pengumpulan data dari penelitian ini terdiri dari tiga teknik yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara penelitian adalah suatu metode penelitian yang meliputi pengumpulan data melalui interaksi verbal secara langsung antara pewawancara dan responden.¹⁸ Teknik wawancara digunakan penulis guna memperoleh data primer. Wawancara dilakukan penulis

¹⁶ Suteki, Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), hal 140.

¹⁷ Hendri Tanjung, Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2013) hal 78.

¹⁸ Suteki, Galang Taufani, *Op Cit.* hal 143.

dengan penyedia jasa *subscriber* palsu menggunakan media komunikasi.

b. Observasi

Data berikutnya yang digunakan untuk penelitian ini merupakan data yang dihasilkan dari observasi. Data ini diperoleh dari observasi peneliti terhadap tata cara dan hasil penerapan *subscriber* palsu di *Youtube*.

c. Dokumentasi

Dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi pengetahuan, fakta dan data. Dengan demikian maka dapat dikumpulkan data-data dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen, buku-buku, jurnal ilmiah, majalah, *website* dan lain-lain.¹⁹

¹⁹ *Pedoman Penulisan Skripsi*, Fakultas Syariah IAIN Walisongo, (Semarang, 2012), hal. 67

Tipe-tipe penarikan data dapat dibagi dalam dua garis besar, yaitu tipe-tipe penarikan data berpeluang (*probability sampling*) dan tipe-tipe penarikan data tidak berpeluang (*non probability sampling*).²⁰ Teknik penarikan sampling yang dipakai dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jenis *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah metode dimana peneliti mengambil sampel awal dengan metode *probability*, sedangkan tambahan sampel diperoleh dari referensi sampel awal yang terpilih.²¹ Sehingga sampling objek yang digunakan merupakan gambaran umum terhadap sampling-sampling yang lain. Hal ini terjadi karena terdapat persamaan sistem dalam penerapan ulasan palsu.

²⁰ Hendri Tanjung, Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2013) hal 116.

²¹ *Ibid.* hal 118.

4. Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan dari data ke dalam bentuk yang lebih mudah diinterpretasikan.²² Analisis data dalam penelitian kualitatif terdiri dari tiga komponen pokok, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Dalam menganalisis data diperoleh dari catatan lapangan, gambar, foto, dokumen berupa laporan, artikel dan lain sebagainya.²³

Data yang telah diperoleh penulis selanjutnya dapat dianalisis ke berbagai langkah-langkah yaitu:

a. Reduksi Data

Pada tahap ini, dilakukan pemilihan tentang relevan tidaknya antara data dengan tujuan penelitian. Informasi dari lapangan sebagai bahan mentah diringkas,

²² Matthew B. Milles, A.M. Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2007), hal 16.

²³ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007). hal 103.

disusun lebih sistematis, serta difokuskan pokok-pokok yang penting sebagai lebih mudah dikendalikan.

b. Penyajian Data

Pada tahap ini, peneliti berupaya mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengkodean pada setiap sub pokok permasalahan, dan digunakan untuk memudahkan memperoleh kesimpulan dari lapangan.

c. Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahap ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan dari verifikasi data. Tahap ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan atau perbedaan. Verifikasi dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep-konsep dasar penelitian ini lebih tepat dan objektif. Sehingga

dapat diketahui hasil pandangan Hukum Islam mengenai *subscriber* palsu.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan dalam proposal penelitian ini, penulis membagi lima bab, dalam bab-bab itu sendiri terdiri dari sub bab. Adapun sistematika penulisannya yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TEORI UMUM TENTANG JUAL BELI DALAM ISLAM

Dalam bab ini akan di diskusikan tentang jual beli dalam islam, *e-commerce*, *Youtube* beserta fitur-fitur di dalamnya, serta *ba'i as salam*.

BAB III :PRAKTIK JUAL BELI SUBSCRIBER DI
YOUTUBE

Bab ini meliputi tentang gambaran umum praktik yang dilakukan oleh *subscriber* palsu atas permintaan para kreator *Youtube*.

BAB IV : ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP
PRAKTIK JUAL BELI *SUBSCRIBER* DI
YOUTUBE

Bab menjelaskan tentang hasil penelitian, yaitu analisis terhadap praktik yang dilakukan oleh *subscriber* palsu atas permintaan kreator *Youtube* dalam tinjauan islam.

BAB V :PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran, dilanjutkan penelitian ini ditutup dengan daftar pustaka.

BAB II

TEORI JUAL BELI *SUBSCRIBER* DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE*

A. Prinsip *Muamalah*

Islam adalah agama yang sempurna yang meliputi dan mengatur segala aspek kehidupan manusia (*syumul*), ia mengatur sistem berakidah (*tauhid*), beribadah dan juga ber-*muamalah*, di mana yang satu dan lainnya saling berhubungan erat. *Muamalah* dalam Islam memiliki porsi yang memadai sebagaimana terdapat dalam dua dimensi lainnya.

Awalnya cakupan *muamalah* di dalam *fiqh* meliputi permasalahan keluarga, seperti perkawinan dan perceraian. Akan tetapi setelah terjadi disintegrasi di dunia Islam, khususnya di zaman Utsmani (Turki Ottoman), terjadi perkembangan pembangian *fiqh*. Cakupan bidang *muamalah* di persempit, sehingga masalah yang berhubungan dengan hukum keluarga tidak masuk lagi dalam pengertian *muamalah*.

Hukum keluarga dan segala yang terkait dengannya disebut *al-ahwal al-syakhshiyah* (masalah pribadi). *Muamalah* kemudian di pahami sebagai hukum yang berkaitan dengan perbuatan manusia dengan sesamanya yang menyangkut harta dan hak serta penyelesaian kasus di antara mereka.¹ Pengertian ini memberikan gambaran bahwa muamalah hanya mengatur permasalahan hak dan harta yang muncul dari transaksi antara seseorang dengan orang lain, atau antara seseorang dengan badan hukum, atau antara badan hukum dengan badan hukum yang lain.

Fikih *muamalah* menjelaskan dengan sangat jelas mengenai prinsip-prinsip *muamalah*. Ada beberapa prinsip-prinsip yang harus diperhatikan dalam ber-*muamalah*. Misalnya saja dalam memberikan hak atau melakukan segala sesuatu hal. Dianjurkan tindakan yang dilakukan tidak boleh menimbulkan kerugian terhadap orang lain. Setiap tindakan

¹*Ensiklopedi Islam*, 2005, jilid 5, (Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve), hal. 49

yang dapat merugikan orang lain, sekalipun tidak sengaja, maka akan dimintai pertanggung jawabannya.

Prinsip-prinsip utama dalam ber-*muamalah* adalah terjadinya unsur saling adanya kerelaan antara kedua belah pihak. Prinsip tersebut telah dijelaskan oleh Allah swt dalam surat An-Nisaa, 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukasama-suka di antarakamu ...*”

Bisnis (*tijarah*) merupakan salah satu komponen utama dalam sistem *muamalah*. Olehn yaitu, Islam menganjurkan pemeluknya untuk menggeluti bidang ini secara profesional (*itqan*), sehingga dapat member manfaat bagi dirinya, keluarganya dan kaum muslimin secara umum.

Hukum asal transaksi bisnis dalam Islam adalah *mubah* (dibolehkan), selama tidak ada dalil yang menunjukkan bahwa jenis dan bentuk transaksi tersebut diharamkan. Prinsip ini menjadi dasar penting bagi pelaku

bisnis (*tajir/mustatsmir*) untuk melakukan *inovasi (tanmiyah)* dalam melakukan aktivitas bisnis selama tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah syariah serta prinsip-prinsip dasar (*maqasid*) dalam Islam.

Berikut ini, dipaparkan secara sederhana beberapa prinsip dan etika bisnis dalam Islam yang perlu diperhatikan oleh setiap muslim yang akan menggeluti atau telah bergelut dalam dunia bisnis:²

1. Pada asalnya muamalah itu boleh sampai ada dalil yang menunjukkan pada keharamannya. Kaidah ini disampaikan oleh Ulama Syafi'i, Maliki, dan Imam Ahmad.
2. Muamalah itu mesti dilakukan atas dasar suka sama suka;
3. Muamalah yang dilakukan itu mesti mendatangkan maslahat dan menolak madarat bagi manusia;
4. Muamalah itu terhindar dari kezaliman, penipuan, manipulasi, spekulasi, dan hal-hal lain yang tidak di benarkan oleh syariat.

²Hafidz Anshari, et. al, *Ensiklopedi Islam*, (Jakarta: PT. Ichtiar Baru van Hoeve, 1994).

Prinsip-prinsip muamalah juga mengenal adanya keterbukaan dalam transaksi (aqad), dan prinsip itu di antaranya³:

1. Setiap transaksi pada dasarnya mengikat orang (pihak) yang melakukan transaksi itu sendiri, kecuali transaksi yang dilakukan jelas-jelas telah melanggar aturan syariat.
2. Syarat-syarat transaksi itu dirancang dan dilaksanakan secara bebas tetapi penuh dengan tanggung jawab, selama tidak bertentangan dengan syariat.
3. Setiap transaksi dilakukan dengan cara sukarela, dengan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.
4. Syari (hukum) mewajibkan agar setiap perencanaan transaksi dan pelaksanaannya di dasarkan atas niat yang baik, sehingga segala bentuk penipuan, kecurangan dan penyelewengan dapat dihindari.

³A. Djazuli dan Yadi Janwar, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat (Sebuah Pengenalan)*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002).

5. Setiap transaksi dan hak yang muncul dari satu transaksi, di beri kan penentuannya pada urfatauadat yang menentukan criteria dan batas-batasnya.

B. Etika Bisnis Dalam Islam

1. Pengertian Etika

Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma atau moralitas. Dengan demikian, moral berbeda dengan etika. Norma adalah suatu pranata dan nilai mengenai baik dan buruk, sedangkan etika adalah refleksi kritis dan penjelasan rasional mengapa sesuatu itu baik dan buruk. Menipu orang lain adalah buruk. Ini berada pada tataran moral, sedangkan kajian kritis dan rasional mengapa menipu itu buruk apa alasan pikirannya, merupakan lapangan etika.

Pada dasarnya etika (nilai-nilai dasar) dalam bisnis berfungsi untuk menolong pebisnis (dalam hal ini pedagang) untuk memecahkan problem-problem (moral) dalam praktek bisnis merek.

Secara etimologi, Etika (*ethics*) yang berasal dari bahasa Yunani *ethikos* mempunyai beragam arti : pertama, sebagai analisis konsep-konsep terhadap apa yang harus, mesti, tugas, aturan-aturan moral, benar, salah, wajib, tanggung jawab dan lain-lain. Kedua, aplikasi ke dalam watak moralitas atau tindakan-tindakan moral. Ketiga, aktualisasi kehidupan yang baik secara moral.

Menurut Ahmad Amin memberikan batasan bahwa etika atau akhlak adalah ilmu yang menjelaskan arti yang baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.⁴

2. Pengertian Bisnis

Kata bisnis dalam Al-Qur'an biasanya yang digunakan *al-tijarah*, *al-bai'*, *tadayantum*, dan

⁴ Ahmad Amin, *Fairul Islam*, (Kairo : Muktabah an Nahdloh al Mishriayah), 1964. Hal 32

isy tara. Tetapi yang seringkali digunakan yaitu *al-tijarah* dan dalam bahasa arab *tijaraha*, berawal dari kata dasar t-j-r, *tajara*, *tajran wa tijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. *At-tijaratun walmutjar* yaitu perdagangan, perniagaan (menurut kamus al-munawwir).⁵

Menurut ar-Raghib al-Asfahani dalam *al-mufradat fi gharib al-Qur'an*, *at-Tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan.⁶

Menurut Ibnu Farabi, yang dikutip ar-Raghib, *,fulanun tajirun bi kadza*, berarti seseorang yang mahir dan cakap yang mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usahanya.⁷

Dengan demikian dapat dipahami bahwa, Etika bisnis adalah norma-norma atau kaidah etik yang dianut oleh bisnis,

⁵ Ahmad Warson Munawwir, Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap, (Surabaya, Penerbit Pustaka Progressif, 1984. Hal 60.

⁶ Imam, Abi al-Qasim al-Husayn bin Muhammad al-Raghib al-Asfahani, *AL-Mufradat fi Gharib al-Qur'an* (Haitham Tuaima ': Dar Ihya Al-Turath Al-Arabi'). Hal 36

⁷ Al-Raghib-Asfahani, *Mu'jam Mufradat Alfaz al Qur'an*, (Beirut: Dar al Fiker.t th.). hlm 160.

baik sebagai institusi atau organisasi, maupun dalam interaksi bisnisnya dengan “*stakeholders*”nya.

3. Pengertian Etika Bisnis dalam Islam

Dengan demikian, bisnis dalam Islam memposisikan pengertian bisnis yang pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah S.W.T. Bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadap masyarakat, Negara dan Allah S.W.T.

a. Dasar Hukum

At Taubah : 24

قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِينُ تُرَضُّونَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّىٰ يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْهَاسِبِينَ

Artinya: “*Katakanlah: "Jika bapa-bapa, anak-anak, saudara-saudara, isteri-isteri, kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatiri kerugiannya, dan tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai dari*

Allah dan RasulNya dan dari berjihad di jalannya, Maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan NYA". dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang fasik."

An Nur : 37

رَجَالٌ لَا تُلْمِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ
الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهَا الْقُلُوبُ بِوَالٍ أَبْصَارُ

Artinya: “laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.

As Shaff : 10

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ
عَذَابٍ أَلِيمٍ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih?.

4. Tujuan Umum Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam

Dalam hal ini, etika bisnis islam adalah merupakan hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis profesional. Sebagaimana diungkapkan oleh Dr. Syahata,

bahwa etika bisnis Islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut:⁸

- a. Membangun kode etik islami yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari resiko.
- b. Kode ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggungjawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan diatas segalanya adalah tanggungjawab di hadapan Allah S.W.T.
- c. Kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
- d. Kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja.

⁸ Ahmad Syahata, *Etika Bisnis dalam Islam*. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar 2001) hal. 89

- e. Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama antara mereka semua.⁹

C. Pengertian Media Sosial E-commerce

Electronic commerce (e-commerce) merupakan perdagangan atau jual beli melalui media elektronik. Pengertian elektronik disini tidak terbatas menurut alat elektronik yang digunakan. *e-commerce*, bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *world wide web* internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi internet.¹⁰

E-commerce disebut juga *Online shopping* adalah proses di mana konsumen langsung membeli barang atau jasa dari penjual secara *real-time*, tanpa perantara pelayanan. Adanya internet mempermudah aktivitas banyak orang. Salah satunya adalah berbelanja, orang tak perlu lagi keluar rumah

⁹ Badroen, Faishal dkk. *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Kencana 2007) hal . 76

¹⁰Adi Nugroho, *E-commerce: memahami perdagangan modern di dunia maya*. (Bandung: Informatika. 2006), hal 67

dan berbelanja di swalayan, supermarket, plaza, butik, ataupun pasar, orang cukup duduk di depan komputer, atau malah sekarang bisa lewat ponsel, memilih dan memesan barang kesukaannya, jual beli via internet.¹¹

Berdasarkan definisi di atas, *e-commerce* diartikan sebagai seperangkat teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang secara dinamis menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Jadi dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan proses pembelian dan penjualan produk, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan computer.

e-commerce memiliki karakteristik sebagai berikut:¹²

- a. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak,
- b. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi, dan

¹¹Ollie. *Membuat toko online dengan multiply*. (Jakarta : Media Kita, 2008), hal 6.

¹²Haris Asnawi. F., *Transaksi Bisnis E-commerce perspektif Islam*. (Yogyakarta: Raja Gravindo Persada, 2004), hal 17

- c. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut

1. Ruang lingkup *E-Commerce*

E-commerce sebagai suatu cara untuk melakukan aktivitas perekonomian dengan infrastruktur internet yang memiliki jangkauan penerapan yang sangat luas. Secara garis besar *E-commerce* saat ini diterapkan untuk melaksanakan aktivitas ekonomi *business-to-business*, *business-to-consumer*, dan *consumer-to-consumer*. Ketiga aktivitas ekonomi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Business-to-business*, merupakan sistem komunikasi bisnis *online* antar pelaku bisnis atau dengan kata lain transaksi secara elektronik antar perusahaan.
- b. *Business-to-consumer*, merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu.
- c. *Consumer-to-consumer*, merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antar konsumen untuk

memenuhi kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula.¹³

2. Manfaat *E-Commerce*

Manfaat *E-commerce* atau *online shopping* untuk pembeli atau konsumen adalah sebagai berikut:¹⁴

- a. Kemudahan, pelanggan dapat memesan produk 24 jam sehari dimana mereka berada. Mereka tidak harus berkendara, berbelanja melewati jalan untuk mencari dan memeriksa barang. Dan mereka tidak harus berkendara ke toko atau *mall*, hanya untuk menemukan barang yang dicari.
- b. Informasi, pelanggan dapat memperoleh setumpuk informasi komparatif tentang perusahaan, produk, dan pesaing tanpa meninggalkan kantor atau rumah mereka. Mereka dapat memusatkan perhatian pada kriteria objektif seperti harga, kualitas, kinerja, dan ketersediaan.

¹³Haris Asnawi F., *Transaksi Bisnis E-commerce perspektif Islam*. (Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hal 22

¹⁴Ollie. *Membuat toko online dengan multiply*. (Jakarta : Media Kita, 2008), hal 8.

- c. Tingkat keterpaksaan yang lebih sedikit, pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan.

Sedangkan manfaat *e-commerce* bagi konsumen sebagai berikut:¹⁵

- a. Efektif, konsumen dapat memperoleh informasi tentang produk/jasa yang dibutuhkannya dan bertransaksi dengan cepat dan murah.
- b. Aman secara fisik, konsumen tidak perlu mendatangi toko tempat perusahaan menjajakan barangnya dan ini memungkinkan konsumen dapat bertransaksi dengan aman sebab di daerah-daerah tertentu mungkin sangat berbahaya jika berkendara dan membawa uang tunai dalam jumlah yang besar.
- c. Fleksibel, konsumen dapat melakukan transaksi dan berbagai lokasi, baik dari rumah, kantor, warnet, atau tempat-tempat lainnya. Konsumen tidak perlu bedandan rapi seperti pada perdagangan tradisional umumnya.

¹⁵Adi Nugroho, *E-commerce: memahami perdagangan modern di dunia maya*. (Bandung: Informatika. 2006), hal 20

3. *E-Commerce* Dalam Perspektif Islam

Transaksi dengan menggunakan *e-commerce*, barang diserahkan tidak pada transaksi, hal ini berbeda dengan sifat transaksi yang tradisional, dimana setelah transaksi barang langsung dibawa oleh pembeli. Islam mengenal transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai, tetapi penyerahan barang ditangguhkan (transaksi *as-salam*). Ada juga transaksi lain, yaitu transaksi yang pembayarannya disegerakan/ditangguhkan sesuai kesepakatan dan penyerahan barang ditangguhka/transaksi *istisna*.¹⁶

Mengacu pada bentuk transaksi dalam Islam, tentunya penyerahan barang yang ditangguhkan seperti dalam proses transaksi *e-commerce* tidak masalah, karena ini dalam rangka memudahkan umat-Nya ketika bermuamalah. Jadi yang terpenting dalam Islam sendiri tidak melarang bahwa penyerahan barang tersebut bisa dilakukan saat selesai, yang

¹⁶HarisAsnawi F.,. *Transaksi Bisnis E-ommerce perspektif Islam*. (Yogyakarta: Raja Gravindo Persada, 2004), hal 92

terpenting sifat benda tersebut harus dinyatakan secara konkrit.¹⁷

Bisnis melalui *online* dalam islam diperbolehkan selagi tidak melanggar nilai-nilai islam. Hukum jual beli dalam Islam yang sesuai dengan ketentuan *syari'at* agar tidak terjebak dengan keserakahan dan kezaliman yang merajalela. Sehingga transaksi bisnis lewat *online* harus sesuai dengan aturan-aturan dalam Islam

Berikut adalah Jual beli (transaksi) yang di haramkan oleh Allah S.W.T sebagai berikut:

- a. *Gharar* menurut bahasa berarti (bahaya atau resiko) sedangkan artinya melakukan sesuatu tanpa pengetahuan dan tidak memikirkan konsekuensinya.
- b. *Tadlis* merupakan kegiatan penipuan hanya salah satu pihak yang mengetahui.
- c. *Ba'i Najasy* merupakan promosi atau iklan palsu dan menciptakan penawaran palsu (rekayasa penawaran).

¹⁷Haris Asnawi F., *Transaksi Bisnis E-ommerce perspektif Islam*. (Yogyakarta: Raja Gravindo Persada, 2004), hal 93

- d. *Riswah* merupakan tindakan suap.
- e. *Ikhtikar* (penimbunan) merupakan tindakan monopoli yang mengambil keuntungan di atas harga normal.¹⁸

D. Youtube

1. Pengertian *Youtube*

Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang di buat oleh tiga karyawan *Pay Pal* pada februari 2005. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagai video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna atau kreator, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu, konten amatir seperti *blog* video, video orisinal pendek, dan video pendidikan juga ada dalam situs ini kebanyakan konten di *youtube* di unggah oleh individu.¹⁹

¹⁸ Haris Asnawi F., *Transaksi Bisnis E-commerce perspektif Islam*. (Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hal 94

¹⁹ Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir, *Youtube sebagai sarana komunikasi bagi Komunitas makassarvidgram*, Jurnal, Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, *Jurnal Komunikasi KAREBA* Vol. 5 No.2, 2016. Hal 259.

Youtube didirikan oleh Chad Hurly, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang sebelumnya merupakan karyawan pertama *Pay Pal*. Hurly belajar desain di Indiana University of Pennsylvania, sementara Chen dan karim belajar ilmu komputer di University of Illinois at Urbana-Champaign.²⁰

2. Fitur-fitur *Youtube*

Dalam video *Youtube*, selain bisa menontonnya, ada beberapa fitur-fitur yang bisa digunakan untuk kepentingan tontonan :

a. Autoplay

Autoplay adalah fitur yang berfungsi untuk menjalankan video selanjutnya secara otomatis ketika video yang sedang diputar telah selesai. Fitur ini sangat membantu karena dengan algoritma *Youtube* yang pintar,

²⁰ Tjanatjantia. Widika. *Sejarah Berdirinya Youtube _ Sejarah Dunia*. Retrieved from <https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-Youtube>. (2013) Diakses pada hari minggu, 20 Oktober 2019 (10:20).

video selanjutnya yang akan diputar selalu berkaitan dengan yang sedang berjalan.²¹

Hal ini sangat membantu ketika sedang melihat dan mendengarkan video klip musik. Musik yang sedang didengarkan akan menjadi acuan untuk video selanjutnya. Biasanya *Youtube* akan memberikan referensi dengan penyanyi yang sama atau genre musik yang sama. Jadi musik akan selalu berjalan mengikuti.

b. Anotasi

Anotasi disini merupakan sebuah link berbentuk video ataupun kotak yang berada dalam video yang sedang diputar. Fitur ini biasanya dimanfaatkan oleh pengunggah video agar video lain miliknya ikut ditonton juga.

Hal ini memang menguntungkan bagi si pengunggah video tentunya, namun kadang tidak dengan

²¹ Tjanatjantia. Widika. *Sejarah Berdirinya Youtube _ Sejarah Dunia*. Retrieved from <https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-Youtube>. (2013) Diakses pada hari minggu, 20 Oktober 2019 (10:20)

penonton. Jika si pengunggah video menambahkan anotasi dengan wajar dan tidak berlebihan tentu tidak akan menjadi masalah. Tapi masih ada pengunggah yang menyertakan anotasi yang berlebihan sehingga penonton menjadi terganggu dan tidak menikmati video yang ditontonnya. Dan fitur ini sangat membantu tentunya jika kita menemukan hal tersebut.

c. Mengatur Kecepatan Video

Fitur ini membuat kita bisa mempercepat atau memperlambat video. Fitur ini biasanya dimanfaatkan saat melihat sebuah tutorial, video akan diperlambat agar tutorial tidak ketinggalan atau bahkan dipercepat jika memang merasa sudah sedikit paham. Caranya cukup mudah, anda tinggal klik *gear* yang ada dibawah kanan lalu klik *kecepatan* dan pilih kecepatan yang diinginkan.

d. *Subtitle*

Fitur yang satu ini adalah fitur yang paling membantu saat ini. Fitur ini membuat kita mengerti arti dari perkataan dari video yang menggunakan bahasa asing. Baik itu video klip lagu, trailer film, video tutorial, video percakapan dan masih banyak lagi. Caranya sangat mudah, tinggal klik *gear* di kanan bawah lalu klik *Subtitel/CC*, tinggal terjemahkan otomatis ke bahasa yang anda inginkan.

e. Download Video

Fitur ini memungkinkan untuk mendownload video *Youtube* yang nantinya bisa ditonton secara *offline*. Fitur ini sudah disediakan oleh *Youtube* pada aplikasinya di *smartphone*. Tinggal klik tanda panah kebawah yang berarti download atau unduh, secara otomatis video yang sudah diunduh dapat ditonton secara *offline*.

f. *Subscribe*

Fitur gratis ini berfungsi bagi pengguna untuk bisa berlangganan (*subscribe*) video terbaru dari akun

yang sudah kita klik tombol *subscribenya*. Pemberitahuan langsung didapatkan melalui kotak masuk yang ada dalam email penggunanya.

g. *Live Streaming*

Fitur *live streaming* ini adalah fitur yang dimiliki internet bagi pemilik konten ataupun pengguna yang sudah memiliki akun *Youtube* tentunya sangat berguna. Asalkan terhubung dengan koneksi internet ataupun memiliki kuota yang memadai, semua dapat menyiarkan video yang sedang berlangsung saat itu juga.²²

E. Jual Beli Dalam Islam

Secara etimologi, jual beli berarti menukar harta dengan harta. Sedangkan secara terminologi, terdapat beberapa ulama yang mendefinisikan jual beli. Menurut ulama Hanafiyah, jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta (yang lain)

²² Tjanatjantia. Widika. *Sejarah Berdirinya Youtube _ Sejarah Dunia*. Retrieved from <https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-Youtube>. (2013) Diakses pada hari minggu, 20 Oktober 2019 (10:20)

berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan). Unsur-unsur definisi ini mengandung pengertian bahwa cara yang khusus yang dimaksudkan ulama Mazhab Hanafi adalah melalui ijab (ungkapan membeli dari pembeli) dan kabul (pernyataan menjual dari penjual), atau juga bisa melalui saling memberikan barang dan harga antara penjual dan pembeli.²³ Disamping itu, harta yang diperjualbelikan itu harus bermanfaat bagi manusia, sehingga bangkai, minuman keras, dan darah tidak termasuk sesuatu yang boleh diperjual belikan, karena benda-benda tersebut tidak bermanfaat bagi kaum muslimin. Apabila jenis-jenis barang seperti itu tetap diperjual belikan, menurut ulama hanafi, jual belinya tidak sah.²⁴

Berdasarkan pemaparan berbagai definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah perjanjian tukar menukar harta dengan harta yang mempunyai manfaat

²³ Shalah Ash-Shawi, dan Abdullah al-Muslih, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, terjemahan Abu Umar Basyir (Jakarta: Darul Haq, 2008), h. 87.

²⁴ H. A. Khumaidi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, (Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan IAIN Raden Intan Lampung, 2015), hal. 139.

dengan cara tertentu berdasarkan ketentuan yang telah dibenarkan syara' untuk tujuan kepemilikan.

1. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai bagian dari mu'amalah mempunyai dasar hukum yang jelas, baik dari Al-Qur'an, as-Sunnah dan telah menjadi ijma' ulama dan kaum muslimin.²⁵

a. Dasar dalam Al-Quran

Firman Allah dalam surat al- Baqarah ayat 275:

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

Artinya : *Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu*

²⁵Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal. 13.

(sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Firman Allah dalam surat an-Nisaa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

b. Dasar dalam as Sunnah

Hadist Rasulullah S.A.W. yang diriwayatkan

Rifa'ah bin Rafi' alBazzar dan al-Hakim:

سئل رسول الله – صل الله عليه وسلم – اي الكسب اطيب او افضل قال : " عمل

الرجل بيده وكل بيع مبرور"

Artinya: *“Rasulullah S.A.W. Bersabda ketika ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah S.A.W. ketika itu*

menjawab: “Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati”(HR. alBazar dan al-Hakim).²⁶

Maknanya adalah jual beli yang jujur, tanpa diiringi kecurangan dan mendapatkan berkah dari Allah S.W.T.

Hadist Rasulullah S.A.W. yang diriwayatkan Sufyan dari Abu Hamzah dari Hasan dari Abi Sa'id:

عن سفيان عن ابي حمرة عن الحسن عن ابي سعيلى عن ابي -
صلى الله عليه وسلم - قال : التاجر الصدوق الامين مع النبيين و
الصديقين والشهداء (رواه الترمذى)

Artinya: “Dari Sufyan dari Abu Hamzah dari Hasan dari Abi S'aid dan Nabi S.A.W. bersabda: pedagang yang jujur dan terpercaya itu sejajar (tempatny disurga) dengan para Nabi, shiddiqin dan syuhada.²⁷

c. Ijma'

Dalil dari ijma' bahwa umat Islam sepakat bila jual beli itu hukumnya boleh dan terdapat hikmah di

²⁶Ensiklopedi Hukum Islam, editor Abdul Azis Dahlan...[et.al.]. Cet. 1, (Jakarta : Ichtiar van Hoeve, 1996), hal. 828.

²⁷Abi Isa Muhammad Al-Tirmidzi, *Sunan At-Tirmidzi*, juz III, (Beirut: daar Al-Fikri,t.th), hal. 515.

dalamnya.²⁸ barter adalah salah satu jenis jual beli yang telah ada sejak zaman dahulu. Islam datang memberi legitimasi dan memberi batasan dan aturan agar dalam pelaksanaannya tidak terjadi kezaliman atau tindakan yang dapat merugikan salah satu pihak.²⁹ Dengan diperbolehkannya jual beli, maka manusia dapat saling membantu untuk memenuhi kebutuhan setiap orang dan membayar atas kebutuhannya itu.

2. Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli yang sesuai dengan syariat Islam harus memenuhi rukun dan syarat dari jual beli itu sendiri, karena transaksi jual beli merupakan perbuatan hukum yang mempunyai konsekuensi peralihan hak atas sesuatu barang dari pihak penjual kepada pihak pembeli dan juga jual beli merupakan suatu akad, maka harus dipenuhi rukun dan syaratnya.

²⁸Wahbah Al Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu jilid V*, terjemahan: Abdul Hayyie alKattani, (Jakarta: Gema Insani, 2011), hal. 27.

²⁹Imam Mustofa, *Op. Cit.*, hal. 25.

a. Rukun Jual Beli

Mengenai rukun dan syarat jual beli, para ulama berbeda pendapat. Menurut ulama Hanafiyah, rukun jual beli adalah ijab dan qabul yang menunjukkan pertukaran barang secara ridha, baik dengan ucapan maupun perbuatan. Rukun jual beli ada tiga yaitu sebagai berikut.

- 1) Orang yang Berakad
- 2) Ijab dan Qobul
- 3) Objek akad³⁰

b. Syarat Jual Beli

Suatu transaksi jual beli dikatakan sah apabila memenuhi syarat-syaratnya. Syarat-syarat ini secara umum bertujuan untuk menghindari sengketa diantara manusia, melindungi kepentingan kedua belah pihak, menjamin bahwa jual beli yang dilakukan akan membawa kebaikan bagi kedua belah pihak dan tidak ada

³⁰Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hal. 75-76.

yang dirugikan.³¹ Diantara syarat-syarat jual beli yang berkaitan dengan rukun jual beli adalah sebagai berikut:

32

1) Orang yang Berakad

Pelaku akad disyaratkan orang yang berakal dan mumayyiz (dapat membedakan antara yang hak dan yang batil). Akad jual beli tidak sah dilakukan oleh orang gila, orang mabuk, dan anak-anak kecil yang belum mumayyiz.

Bagi orang gila yang terkadang sadar dan terkadang kambuh, akad jual beli yang dia lakukan ketika sadar hukumnya sah, sedangkan yang dilakukan saat kambuh (penyakit gilanya) tidak sah. Syarat bagi orang yang berakad selanjutnya adalah atas kehendak sendiri dan tidak ada unsur paksaan.

³¹Sulaiman Al-Faifi, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq Terj Kamaluddin A. Marzuki*, (Jakarta: Beirut Publishing,2014), hal. 765.

³²Sulaiman Al-Faifi, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq Terj Kamaluddin A. Marzuki*, (Jakarta: Beirut Publishing,2014), hal. 765

2) Ijab dan Qobul

Ada beberapa hal yang disyaratkan dalam ijab dan qabul:

- a) Qabul harus sesuai dengan ijab. Misalnya, penjual mengatakan: “Saya jual buku ini seharga Rp.15.000,-”. Lalu pembeli menjawab “saya beli dengan harga Rp. 15.000,-”. Apabila antara ijab dengan qabul tidak sesuai, maka jual beli tidak sah.
- b) Ijab dan qabul itu dilakukan dalam satu majelis. Artinya adalah para pihak yang bertransaksi berada dalam satu tempat secara bersamaan, atau berada dalam suatu tempat yang berbeda, namun keduanya saling mengetahui. Perbedaan tempat bisa dianggap satu majelis atau satu lokasi dan waktu karena berbagai alasan.

- c) Tidak terpisah. Maksudnya adalah antara ijab dan qabul tidak terdapat pemisah yang menggambarkan adanya penolakan.
 - d) Tidak dikaitkan dengan sesuatu. Artinya akad tidak boleh dikaitkan dengan sesuatu yang tidak berhubungan dengan akad.²⁸ Contoh: “Kalau saya jadi pergi saya jual barang ini”.
- 3) Syarat Objek Akad
- a) Barang yang dijadikan objek transaksi harus benar-benar ada dan nyata. Transaksi terhadap barang yang belum atau tidak ada tidak sah, seperti jual beli buah yang belum nampak, jual beli anak hewan yang masih berada dalam kandungan induknya.
 - b) Hendaknya objek transaksi berupa barang yang bernilai, halal, dapat dimiliki, dapat disimpan dan dimanfaatkan sebagaimana mestinya serta tidak menimbulkan kerusakan.

- c) Barang yang dijadikan objek transaksi merupakan milik sendiri. Maka tidaklah sah menjual barang orang lain dengan tidak se-izin pemiliknya atau barang-barang yang baru akan menjadi miliknya.
- d) Dapat diserahkan dengan cepat maupun lambat tidaklah sah menjual binatang yang sudah lari dan tidak dapat ditangkap lagi. Barang-barang yang sudah hilang atau barang yang sulit diperoleh kembali karena samar, seperti seekor ikan jatuh ke kolam, tidak diketahui dengan pasti ikan tersebut sebab dalam kolam tersebut terdapat ikan-ikan yang sama.³³

³³Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hal. 78

3. Macam-macam Jual Beli

Beberapa klasifikasi hukum jual beli yang terkait dengan syarat dan rukun jual beli, yaitu:³⁴

a. Jual beli sah dan halal

Apabila syarat dan rukunnya terpenuhi maka hukum jual beli adalah mubah, jual beli yang diperbolehkan (mubah) adalah jual beli yang halal. Inilah hukum asal bagi jual beli.

b. Jual beli sah tetapi haram

Apabila jual beli tersebut melanggar larangan Allah SWT. Seperti jual beli pada saat ibadah, hingga melalaikan ibadah, jual beli dengan menghadang barang sebelum sampai pasar, jual beli dengan menimbun barang hingga menimbulkan spekulasi dan lain sebagainya.

³⁴Dja'far Amir, *Ilmu fiqih*, (Solo: Ramadhani, 1991), hal. 161.

c. Jual beli tidak sah dan haram

Apabila memperjualbelikan benda yang dilarang oleh syara'. Misalnya jual beli tanah sejauh lemparan batu, jual beli buah yang masih di pohon yang belum tampak hasinya, jual beli binatang dalam dan lain sebagainya.

d. Jual beli sah dan disunnahkan

Seperti jual beli dengan maksud menolong untuk meringankan beban orang lain.

e. Jual beli sah dan wajib

Seperti menjual barang milik orang yang sudah meninggal untuk membayar utangnya.

4. Jual beli yang dilarang dalam Islam

Transaksi jual beli dikatakan tidak islami atau dilarang dalam Islam bila tidak memenuhi syarat yang ditetapkan dalam fiqh dan terdapat pula larangan nabi padanya dan oleh karenanya hukumnya haram. Banyak sekali

jual beli yang dilarang dalam Islam, menurut jumhur ulama tidak ada perbedaan antara istilah jual beli bâtil dan fâsid. Praktek transaksi jual beli ini biasanya telah berlangsung dikalangan orang Arab sebelum masuk Islam. Diantaranya adalah sebagai berikut:³⁵

a. Jual beli yang dilarang karena *ahliah* atau ahli akad (penjual dan pembeli), antara lain:

1) Jual beli orang gila

Ulama fiqih sepakat bahwa jual beli yang dilakukan oleh orang gila tidak sah, begitu juga dengan orang yang mabuk dan sejenisnya, karena ia di pandang tidak berakal.

2) Jual beli anak kecil

Ulama fiqih sepakat bahwa jual beli yang dilakukan oleh anak kecil (belum mumayyiz)

³⁵Rachmat Syaferi, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hal. 110

dipandang tidak sah, kecuali dalam perkara-perkara ringan.

3) Jual beli orang buta

Menurut jumhur ulama jual beli yang dilakukan oleh orang buta dianggap sah bila barang yang dibelinya diterangkan sifat-sifatnya. Namun sebaliknya, jika tidak diterangkan sifatnya dipandang tidak sah, karena ia dianggap tidak bisa membedakan barang yang jelek dan yang baik.

4) Fudhûl

Adalah jual beli milik orang lain tanpa seizin pemiliknya. Menurut ulama Hanafiyah dan Malikiyah, jual beli tersebut ditanggihkan sampai ada izin pemilik. Adapun menurut ulama Hanabillah dan Syafi'iyah, jual beli fudhul tidak sah.

5) Jual beli orang yang terhalang

Maksud dari terhalang disini adalah terhalang dikarenakan sakit ataupun karena kebodohnya. Jual beli yang dilakukannya pun tidak sah, sebab tidak ada ahli dan ucapannya dipandang tidak dapat dipegang.

6) Jual beli Malja`

Adalah jual beli orang yang sedang dalam bahaya, yakni untuk menghindar dari perbuatan zalim. Jual beli tersebut fâsid, menurut ulama hanafiyah dan batal menurut ulama *Hambali*.

- b. Jual beli yang dilarang karena objek jual beli (barang yang diperjualbelikan).

Secara umum, barang yang diperjualbelikan disebut sebagai *ma'qûd alaih* yaitu harta yang dijadikan alat pertukaran oleh orang yang berakad, yang biasa

disebut *mabi'* (barang jualan) dan harga. Yang termasuk dalam jual beli ini yaitu:³⁶

1) *Gharar*

Adalah jual beli yang mengandung unsur-unsur penipuan dan penghianatan, baik karena ketidak jelasan dalam objek jual beli atau ketidakpastian dalam cara pelaksanaannya. Jual beli ini dilarang karena dapat merugikan salah satu pihak yang berakad serta berdasarkan sabda Rasulullah S.A.W :

نهى رسول الله صل الله عليه وسلم عن بيع الحصاة وعن بيع الغرر

Artinya: “dari Abu Hurairah, dia berkata, “Rasulullah melarang jual beli hashat (sejauh lemparan batu) dan jual beli gharar”.³⁷

³⁶Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hal. 120

³⁷Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Ringkasan Sahih Muslim*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2005). Hal 67

Alasan haramnya adalah tidak pasti dalam objek, baik barang atau uang atau cara transaksinya itu sendiri. Karena larangan dalam hal ini langsung menyentuh esensi jual belinya, maka disamping haram hukumnya transaksi itu tidak sah.

2) Jual beli *mulâmasah*

Yaitu jual beli secara sentuh menyentuh. Misalnya seseorang menyentuh sebuah barang dengan tangannya, maka orang yang menyentuh tersebut harus membelinya. Jual beli seperti ini dilarang oleh agama, karena mengandung unsur tipuan (akalakalan) dan kemungkinan dapat menimbulkan kerugian pada salah satu pihak.

3) *Munâbadzah*

Yaitu jual beli secara lempar melempar, sehingga objek barang tidak jelas dan tidak pasti.

4) Jual beli Mukhâdarah

Yaitu menjual buah yang belum masak, karena buah yang masih muda sebelum dipetik sangat rentan terkena hama, tetapi bila warna buahnya telah berubah menjadi kekuning-kuningan atau kemerah-merahan dibolehkan.

5) Jual beli *Muhâqalah*

Yaitu menjual tanaman yang masih ada di ladang atau disawah. Jual beli macam ini dilarang karena mengandung *gharar*.

6) Jual beli barang yang tidak dapat diserahkan

Maksudnya bahwa jual beli terhadap barang yang tidak dapat diserahkan, contohnya yaitu jual beli burung yang ada di udara dan ikan yang ada di

air dipandang tidak sah, karena jual beli seperti ini dianggap tidak ada kejelasan yang pasti.

7) Jual beli barang yang tidak jelas (*majhûl*)

Menurut ulama Hanafiyah, jual beli seperti ini adalah fâsid, sedangkan menurut jumhur batal sebab akan mendatangkan pertentangan diantara manusia.

8) Jual beli barang yang tidak ada di tempat akad (gaib), tidak dapat dilihat. Menurut ulama Hanafiyah, jual beli seperti ini dibolehkan tanpa harus menyebutkan sifat-sifatnya, tetapi pembeli berhak khiyar ketika melihatnya.

9) Jual beli barang yang dihukumkan najis oleh agama (Al-Qur'an) Yaitu jual beli terhadap barang-barang yang telah ditetapkan hukumnya oleh agama seperti arak, babi, dan berhala adalah haram.

10) Jual beli muzabânah

Yaitu menjual buah-buahan secara barter atau menjual kurma basah dengan kurma kering dengan ukuran yang sama. Jual beli ini haram, karena akan menimbulkan perselisihan dan persengketaan. Dasarnya hadist Rasulullah S.A.W sebagai berikut:

وَعَنْ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ : نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ الْمَزَابِنَةِ : أَنْ يَبِيعَ تَمْرٌ حَالِطُهُ أَنْ كَانَ نَخْلًا بِتَمْرٍ كَيْلًا وَأَنْ كَانَ كُرْمًا أَنْ يَبِيعَهُ بِزَبِيبٍ كَيْلًا وَأَنْ كَانَ زُرْعًا أَنْ يَبِيعَهُ بِكَيْلٍ طَعَامٍ وَنَهَى عَنْ ذَلِكَ كُلِّهِ مَتَّفِقٌ عَلَيْهِ

Artinya: “*Dari Ibnu Umar Radhiyallahu Anhuma, ia berkata, “Rasulullah Saw. melarang jual beli muzabnah, yaitu seseorang yang menjual buah kebunnya, jika kurma basah dijual dengan kurma kering bertakar, anggur basah dijual dengan anggur kering bertakar, dan tanaman kering dijual dengan makanan kering bertakar. Beliau melarang itu semua.*”³⁸

Alasan haramnya adalah karena ketidakjelasan dalam barang yang dipertukarkan ini dalam takarannya. Jual beli dalam bentuk ini menurut kebanyakan ulama tidak sah dengan

³⁸Subullus Salam-Syarah Bulughul Maghram (Jilid 3), terjemahan Ali Fauzan, Darwis, dkk (Jakarta: Darus Sunnah Pers, 2017), hal. 30.

alasan ketidak jelasan yang dapat membawa kepada tidak rela diantar keduanya.

c. Jual Beli yang dilarang karena lafadz (ijab qabul)

Ulama fiqih telah sepakat atas sahnya jual-beli yang didasarkan pada keridhaan diantara pihak yang melakukan akad, ada kesesuaian diantara ijab dan kabul; berada disatu tempat, dan tidak terpisah oleh suatu pemisah. Jual beli yang tidak memenuhi ketentuan tersebut dipandang tidak sah. Beberapa jual beli yang dipandang tidak sah atau masih diperdebatkan oleh para ulama adalah:³⁹

1) Jual beli *mu'âtha'ah*

Jual beli *mu'âtha'ah* adalah jual beli yang telah disepakati oleh pihak penjual dan pembeli, berkenaan dengan barang maupun harganya, tetapi tidak memakai ijab-qabul. Jumhur ulama

³⁹Rachmat Syaifei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hal. 125

menyatakan sah apabila ada ijab dari salah satunya. Sebagian ulama Syafi'iyah membolehkannya, seperti Imam Nawawi. Menurutnya, hal itu dikembalikan kepada kebiasaan manusia. Begitu pula Ibn Suraj dan Ar-Ruyani membolehkannya dalam hal-hal kecil.

2) Jual beli melalui surat atau melalui utusan

Disepakati ulama fiqh bahwa jual beli melalui surat atau utusan adalah sah. Tempat berakad adalah sampainya surat atau utusan dari aqid pertama kepada aqid kedua. Jika qabul melebihi tempat, akad tersebut dipandang tidak sah, seperti surat tidak sampai ketangan yang dimaksud.

3) Jual beli dengan isyarat atau tulisan

Disepakati kesahihan akad dengan isyarat atau tulisan khususnya bagi yang uzur sebab sama dengan ucapan. Selain itu, isyarat juga menunjukkan

apa yang ada dalam hati aqid. Apabila isyarat tidak dapat dipahami dan tulisannya jelek (tidak dapat dibaca), akad tidak sah.

4) Jual beli barang yang tidak ada ditempat akad

Ulama fiqih sepakat bahwa jual beli atas barang yang tidak ada ditempat adalah tidak sah sebab tidak memenuhi syarat in`iqâd (terjadinya akad).

5) Jual beli tidak bersesuaian antara ijab dan qabul

Hal ini dipandang tidak sah menurut kesepakatan ulama. Akan tetapi, jika lebih baik, seperti meninggikan harga, menurut ulama Hanafiyah membolehkannya, sedangkan ulama Syafi'iyah menganggapnya tidak sah.

6) Jual beli munjiz

Jual beli munjiz adalah yang dikaitkan dengan suatu syarat atau ditangguhkan pada waktu yang akan datang. Jual beli ini, dipandang fâsid menurut ulama hanafiyah, dan batal menurut jumbuh ulama.

7) Jual beli Najasyi

Yaitu jual beli yang dilakukan dengan cara menambah atau melebihi harga temannya, dengan maksud mempengaruhi orang agar orang itu mau membeli barang kawannya. Jual beli seperti ini dipandang tidak sah, karena dapat menimbulkan keterpaksaan (bukan kehendak sendiri).

F. Ba'i As-Salam

Salam berasal dari kata *At-taslim* (mendahulukan). Kata ini semakna dengan *as-salaf* yang bermakna memberikan sesuatu dengan mengharapkan hasil di kemudian

hari. *As-salam* berarti pesanan. Pengertian ini terkandung dalam firman Allah S.W.T dalam surat al-Haqqah ayat 24:

كُلُوا وَاشْرَبُوا هَنِيئًا بِمَا أَسْلَفْتُمْ فِي الْأَيَّامِ الْخَالِيَةِ

Artinya : (kepada mereka dikatakan): "Makan dan minumlah dengan sedap disebabkan amal yang telah kamu kerjakan pada hari-hari yang telah lalu". (Q.S. Al-Haqqah/69:24).

Kriteria khusus jual beli *as-Salam*:

- a. Pembayaran dilakukan di depan (kontan di tempat akad), oleh karena itu jual beli ini dinamakan juga *as-salaf*.
- b. Serah terima barang ditunda sampai waktu yang telah ditentukan dalam majlis akad.

Salam merupakan akad jual beli *muslam fih* (barang pesanan) dengan penangguhan pengiriman oleh muslim *ilaihi* (penjual) dan pelunasannya dilakukan segera oleh pembeli sebelum barang pesanan tersebut diterima sesuai dengan syarat-syarat tertentu.

Salam dapat diartikan sebagai transaksi jual beli di mana barang yang diperjual belikan belum ada. Oleh karena

itu barang diserahkan secara tangguh sedangkan pembayaran dilakukan secara tunai.

Konsumen bertindak sebagai pembeli, sementara produsen sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti.

Dalam praktik jual beli, ketika produsen akan menjualnya kepada konsumen itu sendiri secara tunai atau secara cicilan.

Adapun Fitur dan mekanisme *as-salam* adalah:⁴⁰

- a. Konsumen bertindak sebagai pihak penyedia dana dalam kegiatan transaksi salam dengan Produsen.
- b. Produsen dan Konsumen wajib menuangkan kesepakatan dalam bentuk perjanjian tertulis berupa akad pembiayaan atas salam.
- c. Penyediaan dana oleh Konsumen kepada Produsen harus dilakukan di muka secara penuh yaitu pembiayaan atas

⁴⁰Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama , 2007), hal. 116.

dasar akad *salam* disepakati atau paling lambat 7 hari setelah pembiayaan atas dasar akad *salam* disepakati.

- d. Pembayaran oleh Konsumen kepada Produsen tidak boleh dalam bentuk pembebasan utang Produsen tersebut.

Rukun jual beli *salam*:⁴¹

- a. Ada nya al-muslim dan al-muslim ilaihi, yaitu penjual dan pembeli.
- b. Ada modal *as-salam* (*ra'su malis salam*), yaitu benda atau barang dan uang.
- c. Ada shighat (akad) yaitu ijab dan qabul, baik tertulis maupun terucap. Seperti diketahui sebelumnya, Ijab diambil dari kata *aujuba* yang artinya meletakkan, dari pihak penjual yaitu pemberian hak milik, dan qabul yaitu orang yang menerima hak milik.

Syarat-syarat jual beli *salam*:⁴²

⁴¹Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama , 2007), hal. 120.

⁴²Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama , 2007), hal. 123

- a. Uang hendaklah dibayar di tempat akad. Berarti pembayaran dilakukan terlebih dahulu.
- b. Barangnya menjadi utang bagi si penjual
- c. Barangnya dapat diberikan sesuai waktu yang dijanjikan. Berarti pada waktu yang dijanjikan barang itu haruslah sudah ada. Oleh sebab itu, mensalam buah-buahan yang waktunya ditentukan bukan pada musimnya tidak sah
- d. Barang tersebut hendaklah jelas ukurannya, baik takaran, timbangan, ukuran, ataupun bilangannya menurut kebiasaan cara menjual semacam itu.
- e. Diketahui dan di sebutkan sifat-sifat barangnya. Dengan sifat itu berarti harga dan kemauan orang pada barang tersebut dapat berbeda. Sifat-sifat ini hendaknya jelas sehingga tidak ada keraguan yang akan mengakibatkan perselisihan nanti antara kedua belah pihak (si penjual dan si pembeli). Begitu juga macamnya, harus pula disebutkan, misalnya daging kambing, daging sapi, atau daging kerbau.

- f. Disebutkan tempat menerimanya, kalau tempat akad tidak layak buat menerima barang tersebut. Akad *salam* mesti terus, berarti tidak ada khiyar syarat.

BAB III

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN PRAKTEK JUAL BELI SUBSCRIBER DI MEDIA YOUTUBE

A. Penyedia Jasa Ulasan

Perusahaan jasa atau sering disebut sebagai perusahaan penyedia layanan jasa menawarkan keahlian tertentu yang bermanfaat untuk konsumen. Seiring dengan kemajuan teknologi saat ini, penyedia layanan jasa tidak terbatas konvensional melainkan sudah beralih ke penyedia jasa berbasis *online*. Seperti halnya penyedia jasa *subscriber*. Ada beberapa penyedia jasa *subscriber* di Indonesia salah satunya JasaAllSosmed.co.id.

1. Profil *Website* JasaAllSosmed.co.id

Website JasaAllSosmed.co.id merupakan agensi jasa layanan *digital marketing* di Indonesia. Berdiri sejak bulan April tahun 2015, JasaAllSosmed.co.id merupakan satu-satunya agensi jasa instan sosial media *marketing* terbaik di

Indonesia yang sudah dipercaya lebih dari lima belas ribu klien baik perusahaan, *brand/merk*, bisnis, *public figure* maupun akun pribadi.¹

JasaAllSosmed.co.id memiliki kantor di Jl. Diponegoro No. 19 Magetan Jawa Timur dan jam operasional pukul 09.00 s/d 21.00 WIB. JasaAllSosmed.co.id memiliki beberapa akun media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube* yang kesemuanya memiliki *username* Jasa All Sosmed.

2. Tampilan WebsiteJasaAllSosmed.co.id

a. Tampilan Awal WebsiteJasaAllSosmed.co.id

Gambar 1. Tampilan Awal Website JasaAllSosmed.co.id

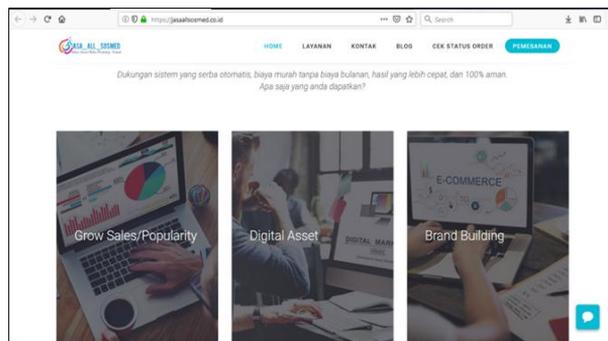


Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2019)

¹ www.JasaAllSosmed.co.id

Tampilan awal situs www.JasaAllSosmed.co.id terdapat *header* logo diujung kiri atas bertulis Jasa All Sosmed. Di kolom atas terdapat enam menu utama yaitu *Home*, *Layanan*, *Kontak*, *Blog*, *Cek Status Order* dan *Pemesanan*.

Gambar 2. Keuntungan Menggunakan JasaAllSosmed.co.id



Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2019)

JasaAllSosmed.co.id menawarkan beberapa keuntungan dalam menggunakan jasanya, yaitu: (1) *Grow Sales* atau *Popularity*, mendapatkan kepercayaan maupun kredibilitas dari pelanggan yang akan berdampak pada penjualan atau kepopuleran di sosial media. (2) *Digital Asset*, memiliki aset *digital* yang bernilai secara mudah

dengan banyaknya *followers* atau interaksi karena *digital marketing* mempunyai banyak keunggulan dibandingkan cara pemasaran tradisional, dapat menjangkau target yang lebih luas tanpa terbatas tempat dan lokasi. (3) *Brand Building*, meningkatkan *brand awareness* dan kredibilitas untuk bisnis merupakan aset berharga untuk membuat orang percaya terhadap apa yang di lakukan. *Branding* yang sukses akan lebih mudah menjangkau banyak pelanggan atau *audience*.

Gambar 3. Keunggulan JasaAllSosmed.co.id

The screenshot displays the homepage of JasaAllSosmed.co.id. At the top, there is a navigation bar with links for HOME, LAYANAN, KONTAK, BLOG, CEK STATUS ORDER, and PEMESANAN. The main heading is "Kenapa harus Jasa All Sosmed?" followed by the subtext "Kami menawarkan berbagai keuntungan untuk anda pertama dan satu-satunya di Indonesia." Below this, there are six feature cards arranged in a 2x3 grid:

- Fitur Notifikasi:** Anda akan mendapatkan notifikasi otomatis tentang status pesanan anda melalui Email & SMS.
- Akun 100% Aman:** Diproses dengan metode LEGAL & proses hanya membutuhkan link akun/post (tapi email maupun password).
- Pembayaran Otomatis:** Dengan dukungan berbagai verifikasi transaksi otomatis & cepat, pembayaran dapat dilakukan dengan 4 pilihan bank BCA Mandiri, BNI, BRI.
- Proses Cepat:** Proses sangat cepat/instant dibandingkan harus melakukan marketing bulanan sendiri.
- Sistem 24 Jam:** Dengan dukungan sistem pemesanan yang online 24 jam, mudah dan otomatis. Pertama dan satu-satunya di Indonesia.
- Quality No.1:** Kualitas tidak perlu diragukan lagi, layanan dan insipenial sudah melayani lebih dari 15000 klien, sekaligus pusat dari ratusan reseller.

Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2019)

Kemudahan yang didapat dari penggunaan JasaAllSosmed.co.id adalah penggunaan sistem yang serba otomatis, memiliki biaya murah tanpa biaya bulanan, hasil yang lebih cepat, didukung dengan teknologi verifikasi transaksi otomatis, dan menjamin keamanan akun 100%.

Gambar 4. Informasi Website JasaAllSosmed.co.id

Jasa Promosi Social Media
Bagaimana cara beralih ke strategi marketing terkini agar audience bisa percaya dengan anda?

Sekilas tentang kami
Jasa promosi digital, digital marketing, promosi online dan social media marketing.

Mengadakan agency digital marketing yang berfokus social media marketing dengan layanan instant untuk membantu segala kebutuhan anda di social media baik brand building, meningkatkan interaksi hingga jangkauan. Berdiri sejak April 2015 dan sudah dipercaya lebih dari 15000 Klien dan akun pribadi, akun bisnis maupun perusahaan dan public figure ternama.

Meningkatkan Kredibilitas Bisnis	95%
Meningkatkan Jangkauan	75%
Meningkatkan Penjualan	83%
Meningkatkan Brand Awareness	91%

Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2019)

Gambar 5. Daftar Layanan Website
JasaAllSosmed.co.id

The image displays two screenshots of the JasaAllSosmed.co.id website. The top screenshot shows the 'All' category selected, listing four services: Jasa Followers Instagram, Jasa Likes Instagram, Jasa Komentar Instagram, and Jasa PPT/Adders Line@. The bottom screenshot shows the 'Instagram' category selected, listing eight services: Jasa Followers Twitter, Jasa Retweets Twitter, Jasa Favourites Twitter, Jasa Likes FanPage Facebook, Jasa Likes Status Facebook, Jasa Views Youtube, Jasa Subscribers Youtube, and Jasa Plays Soundcloud.

Website Header: HOME LAYANAN KONTAK BLOG CEK STATUS ORDER PEMESANAN

Menyediakan layanan paling lengkap!

Category: All Instagram Line Twitter Facebook Youtube Soundcloud Google

Jasa Followers Instagram
Layanan peningkatan/paid followers dengan 2 pilihan, aktif real Indonesia dan Mix Worldwide.

Jasa Likes Instagram
Layanan peningkatan/paid likes Instagram dengan berbagai pilihan, auto likes maupun untuk singlepost

Jasa Komentar Instagram
Layanan peningkatan/paid komentar Instagram dengan berbagai pilihan, auto komentar maupun untuk single post

Jasa PPT/Adders Line@
Layanan peningkatan/paid adders Line@ dengan sistem dipromosikan akun aktif Indonesia.

Category: Instagram

Jasa Followers Twitter
Layanan peningkatan/paid followers Twitter dengan berbagai pilihan, real/aktif Indonesia maupun mix worldwide

Jasa Retweets Twitter
Layanan peningkatan/paid retweets Twitter untuk single tweet

Jasa Favourites Twitter
Layanan peningkatan/paid favorites/likes Twitter untuk single tweet

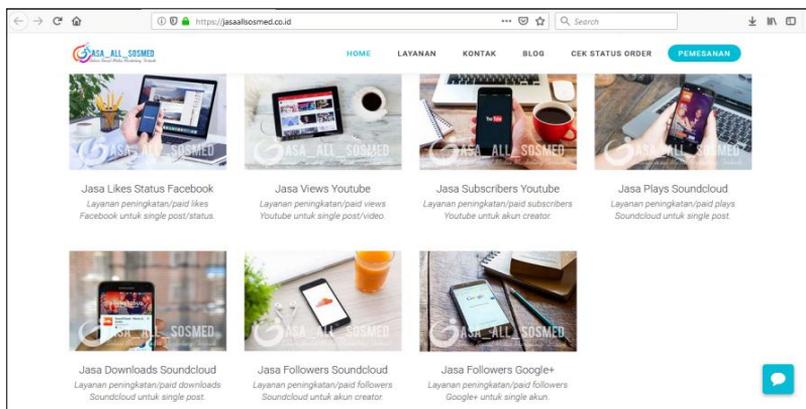
Jasa Likes FanPage Facebook
Layanan peningkatan/paid likes Facebook untuk Fan Page atau halaman Facebook anda

Jasa Likes Status Facebook

Jasa Views Youtube

Jasa Subscribers Youtube

Jasa Plays Soundcloud



Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2019)

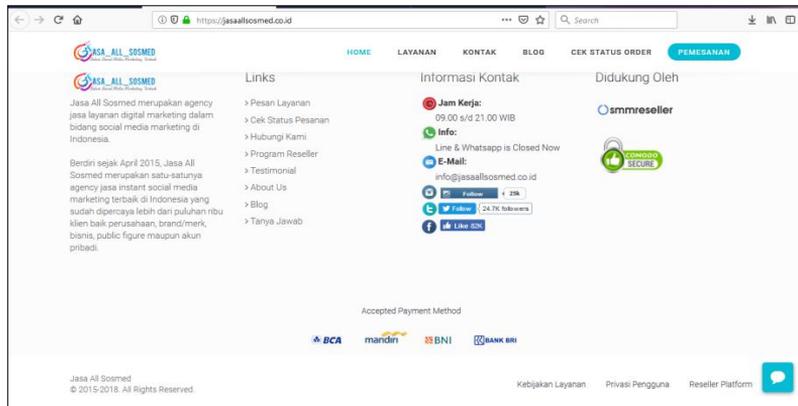
Layanan [JasaAllSosmed.co.id](http://www.JasaAllSosmed.co.id) meliputi Jasa *Followers Instagram*, *Jasa Like Instagram*, *Jasa Komentar Instagram*, *Jasa PPT/Adders Line*, *Jasa Followers Twitter*, *Jasa Retweets Twitter*, *Jasa Favorites Twitter*, *Jasa Likes FanPage Facebook*, *Jasa Like Status Facebook*, *Jasa Viewers Youtube*, *Jasa Subscriber Youtube*, *Jasa Plays Soundcloud*, *Jasa Download Soundcloud*, *Jasa Followers Soundcloud*, dan *Jasa Followers Google+*.

Gambar 6. Testimoni Klien Website JasaAllSosmed.co.id

The image shows two screenshots of the JasaAllSosmed.co.id website. The top screenshot displays a testimonial section titled "Apa yang mereka katakan?" (What do they say?) with the subtitle "Lebih dari 15000 klien kami puas dengan hasil yang mereka dapat." (More than 15,000 clients are satisfied with the results they get). It features a grid of nine customer testimonials, each with a quote, a name, and a profile picture. The testimonials include:

- Mantap bray... Seneng bgt (Mamat Rahmat)
- Saya tidak mengkritik tapi justru saya kasih double jempol. Hasil luar biasa. Dan sangat puas. Ibarat order 100 hasilnya lebih dari 100% luar biasa. (Fathul Mubarak)
- belum memutuskan mau lanjut apa enggak. kendala pertama karena jumlah 250 likes itu kebanyakan, jadi terlihat kurang natural. kalau ad... (Budi Sarilito Sa...)
- Pelayanannya cepaat sekali,hanya semalam 🙌🙌 sukses terus yaa (Dwi Kurniasari)
- SLOW RESPONSE. Pembayaran juga masalah. Ga kebaca selama 24 jam lebih! (Herlina Pratiwi)
- Sangat Puas! (Muhamad Angga S...)
- Sangat puas, saya sangat menyukainya! terimakasih. (Muhamad Angga S...)
- Selamat siang, saya sangat puas dengan pelayanan dari Tim Jasa All Sosmed. Pesanan saya sangat cepat direspon dan boleh dikatakan... (Yohanes Batu Ed...)
- Terimakasih jasa all sosmed. Sangat membantu dan pelayanannya memuaskan. 🙌🙌🙌 Gg nyesal dah (Bambang D'yimys...)

The bottom screenshot shows a section titled "Our Client" with the subtitle "Beberapa klien yang telah mempercayakan kepada kami." (Some clients who have trusted us). It features a row of logos for various clients: Indomaret, GARMIN, hngryNOW, Quizon Media, and Telkom Indonesia.

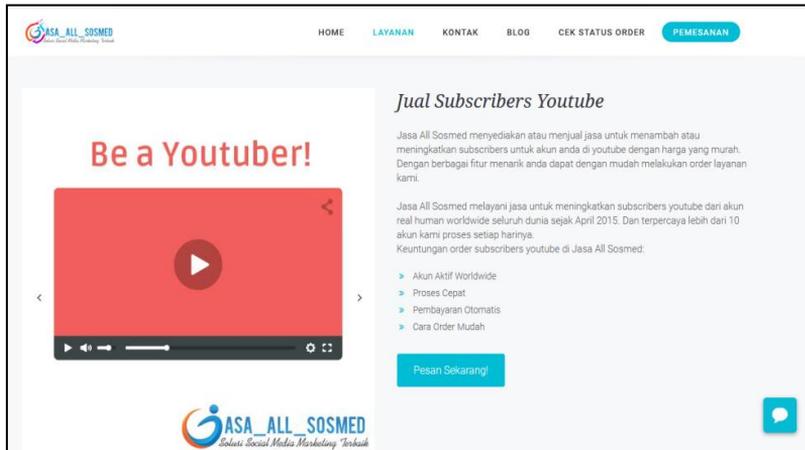


Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2019)

Lebih dari lima belas ribu klien yang telah menggunakan Jasa All Sosmed baik perusahaan, *brand/merk*, bisnis, *public figure* maupun akun pribadi. Banyak yang memberikan respon positif. Beberapa perusahaan besar yang telah menggunakan jasanya seperti Indomaret, Telkom Indonesia, Garmin dan masih banyak lagi.

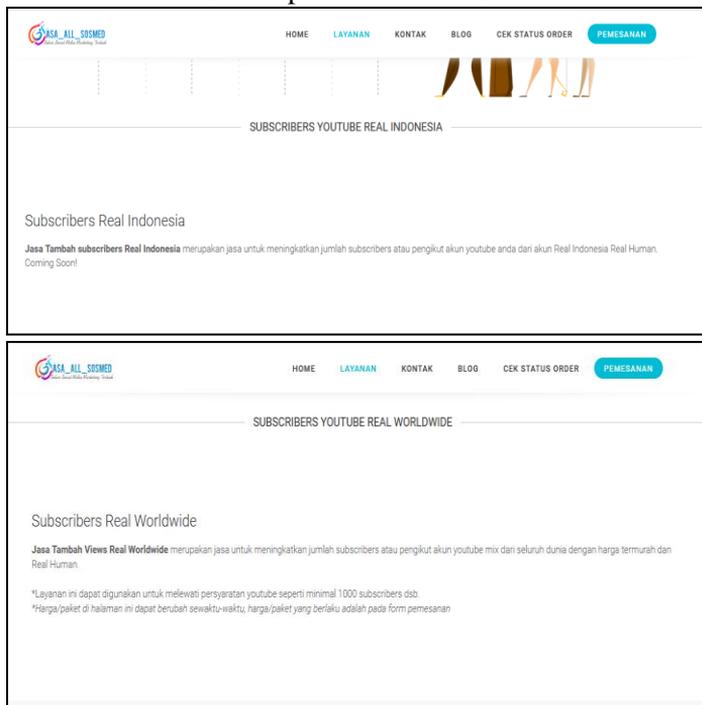
- b. Tampilan Menu Layanan Jasa Tambah Komentar dan Auto Komentar Instagram pada Website JasaAllSosmed.co.id

Gambar 7. Tampilan Menu Layanan Jual *Subscribers Youtube*



Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2019)

JasaAllSosmed.co.id menyediakan atau menjual jasa untuk menambah atau mengkatkan *subscriber* di *Youtube* dengan berbagai fitur. JasaAllSosmed.co.id melayani jasa *subscriber Youtube* dari akun *real human worldwide* seluruh dunia sejak April 2015. Lebih dari 10 akun diproses setiap harinya. Kelebihan yang diberikan adalah akun aktif *worldwide*, proses cepat, pembayaran otomatis dan cara order yang mudah.

Gambar 8. Tampilan Jenis Jasa *Subscribers Youtube*

Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2019)

JasaAllSosmed.co.id menyediakan dua jenis layanan jual beli *subscribers*. Layanan yang pertama adalah Jasa Tambah *subscribers Real Indonesia* merupakan jasa untuk meningkatkan jumlah *subscribers* atau pengikut akun *Youtube* anda dari akun *Real Indonesia Real Human*. Layanan yang kedua Jasa

Tambah *Views Real Worldwide* merupakan jasa untuk meningkatkan jumlah *subscribers* atau pengikut akun *Youtube mix* dari seluruh dunia dengan harga termurah dan *Real Human*.

Gambar 9. Daftar Paket Harga Jual Beli *Subscribers Youtube*

Paket	Harga	Lama Proses
100 Subscribers	Rp. 60.000	1-2 Hari
250 Subscribers	Rp. 135.000	1-3 Hari
500 Subscribers	Rp. 245.000	1-3 Hari
1000 Subscribers	Rp. 475.000	2-4 Hari
2500 Subscribers	Rp. 1.100.000	2-5 Hari
5000 Subscribers	Rp. 1.990.000	3-6 Hari

Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2019)

Jasa Tambah *Views Real Worldwide* tarif harga yang digunakan menyesuaikan dengan jumlah *subscribers* yang diinginkan. Berikut rincian daftar tarifnya :

- 1) Tarif Rp.60.000,- per 100 *Subscribers*

Keuntungan yang didapat yaitu 99% merupakan akun *real worldwide*. Bergaransi tujuh hari namun hanya bisa digunakan untuk satu akun saja. Lama proses pengerjaan satu-dua hari.

- 2) Tarif Rp.135.000,- per 250 *Subscribers*

Keuntungan yang didapat yaitu 99% merupakan akun *real worldwide*. Bergaransi tujuh hari namun hanya bisa digunakan untuk satu akun saja. Lama proses pengerjaan satu-tiga hari.

- 3) Tarif Rp.245.000,- per 500 *Subscribers*

Keuntungan yang didapat yaitu 99% merupakan akun *real worldwide*. Bergaransi tujuh

hari namun hanya bisa digunakan untuk satu akun saja. Lama proses pengerjaan satu-tiga hari.

4) Tarif Rp.475.000,- per 1000 *Subscriber*

Keuntungan yang didapat yaitu 99% merupakan akun *real worldwide*. Bergaransi tujuh hari namun hanya bisa digunakan untuk satu akun saja. Lama proses pengerjaan satu-tiga hari.

5) Tarif Rp.1.100.000,- per 2.500 *Subscribers*

Keuntungan yang didapat yaitu 99% merupakan akun *real worldwide*. Bergaransi tujuh hari namun hanya bisa digunakan untuk satu akun saja. Lama proses pengerjaan satu-tiga hari.

6) Tarif Rp.1.990.000,- per 5.000 *Subscribers*

Keuntungan yang didapat yaitu 99% merupakan akun *real worldwide*. Bergaransi tujuh

hari namun hanya bisa digunakan untuk satu akun saja. Lama proses pengerjaan satu-tiga hari.

c. Tampilan Menu Kontak pada Website
JasaAllSosmed.co.id

Gambar 11. Tampilan Menu Kontak Website
JasaAllSosmed.co.id

The image shows a screenshot of the contact page on the website JasaAllSosmed.co.id. The page features a navigation menu with 'KONTAK' highlighted. The main heading is 'Hubungi Kami' with a sub-heading 'CONTACT US.' and the text 'Hubungi Kami Melalui E-mail.' Below this, there is a section titled 'Cara Pemesanan Yang Mudah' and a contact form with fields for Name, Company (optional), Email, Phone (optional), and Department/Category (dropdown). A large text area for the message is at the bottom, along with a WhatsApp chat icon.

Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2018)

Klien dapat menghubungi JasaAllSosmed.co.id menggunakan layanan *Whatsapp*, *SMS*, *Official Line*, *Life Chat Website* dan *Email*. Untuk terhubung ke *Email*, klien mengisi biodata diri melalui *form* yang tertera di *website*. *Form* tersebut berisi nama, perusahaan atau instansi, alamat *email*, dan nomor telepon. Untuk memudahkan klien, JasaAllSosmed.co.id juga menyediakan layanan *Chat Website* yang tertera di samping kanan *website*. *Chat* tersebut terhubung langsung ke *Customer Service*.

- d. Tampilan Menu Cek Status Order pada *Website* JasaAllSosmed.co.id

Gambar 12. Tampilan Menu Cek Status Order *Website* JasaAllSosmed.co.id

Detail terkini tentang pesanan anda.

Cara Pemesanan Yang Mudah

Masukkan ID.Trx/No Invoice:
ex: 11302

Masukkan link post atau username akun:
ex: https://instagram.com/jasa_all_sosmed/

Cek Status Order

Masih ada pertanyaan? atau kesulitan?
Cek halaman F.A.Q atau Tanya Jawab jika anda masih mempunyai pertanyaan seputar layanan kami.

Cek Sekarang

Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2018)

Pada menu ini, klien yang telah memesan bisa melihat status pesanannya dengan mencantumkan kode *Invoice* dan *link post* atau *username akun*. Kode *Invoice* diperoleh dari transaksi orderan yang dikirim langsung oleh JasaAllSosmed.co.id.

e. Tampilan Menu Pemesanan pada *Website*
 JasaAllSosmed.co.id

Gambar 13. Tampilan Menu Pemesanan *Website*
 JasaAllSosmed.co.id

The image displays two screenshots of the JasaAllSosmed website. The top screenshot shows the main navigation menu with options: HOME, LAYANAN, KONTAK, BLOG, CEK STATUS ORDER, and PEMESANAN. Below the navigation is a large banner with the text "Lakukan pemesanan layanan dengan mudah!" and a background image of people working together. Below the banner are four statistics cards:

Icon	Value	Description
Calendar	942	Order Bulan Ini
Checkmark	34433	Total Order Selesai
Hand cursor	6	Pilihan Social Media
Group of people	278	Reseller Terdaftar

The bottom screenshot shows the "Form Pemesanan Layanan" (Service Ordering Form). It includes a "Cara Pembayaran" (Payment Method) section on the left and a main form area on the right. The form area has a progress bar with three steps: 1. Pilih Layanan, 2. Isi Data, and 3. Checkout. Below the progress bar are four sections for form input:

- 1. Pilih Social Media ***: A row of social media icons (Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, Facebook, Google+).
- 2. Pilih Layanan ***: A dropdown menu labeled "Pilih Layanan".
- 3. Pilih Produk ***: A dropdown menu labeled "Pilih Jenis & Jumlah".
- 4. Link Akun/Post ***: A text input field.

Additional text in the "Cara Pembayaran" section states: "Kami menerima pesanan selama 24 jam setiap harinya, dengan metode pembayaran yang diterima adalah Bank Transfer meliputi BCA, MANDIRI, BNI, dan BRI." and "Setelah anda melakukan pembayaran sistem kami akan memverifikasi secara otomatis kurang lebih 15 menit." It also mentions: "Lakukan transaksi pembayaran pada jam kerja kami agar pesanan cepat di proses & tidak ada kendala saat melakukan pembayaran."

PILIHAN METODE PEMBAYARAN

4. Link Akun/Post *

*harus diawali dengan https://
ex. https://instagram.com/jasa_all_sosmed

5. Jumlah Awal *

Jumlah sebelum order,
isi 0 untuk auto likes dsb

Previous Next

Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2018)

Pada menu Pesanan klien dapat melihat kinerja dari JasaAllSosmed.co.id. Di dalamnya tercantum jumlah orderan yang masuk perbulan, total order yang telah diselesaikan, ragam pilihan jasa dan *reseller* yang terdaftar.

Selanjutnya terdapat *Form* Pemesanan Layanan. Peneliti mencoba melakukan praktek pesanandengan tahapan sebagai berikut :

- 1) Pilih Sosial Media

Gambar 14. Tampilan Kolom Pilih Sosial Media, Pilih Layanan, Pilih Produk, dan Sematkan Link.

Form Pemesanan Layanan

1 ————— 2 ————— 3

Pilih Layanan Isi Data Checkout

1. Pilih Social Media *








Info lebih lanjut tentang layanan & lama proses cek di halaman layanan terkait.

2. Pilih Layanan *

Youtube Subscribers

3. Pilih Produk *

100S Real/Aktif Worldwide - Rp.90.000,-

* Max order 25K Subscribers per Channel/Akun untuk layanan ini. Info lebih jelas bisa dilihat di [sini](#)

Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2019)

Sosial media yang dimaksud adalah *Instagram, Twitter, Youtube, Soundcloud, Instagram, dan Google+.*

Peneliti memilih sosial media *Youtube.*

2) Pilih Layanan

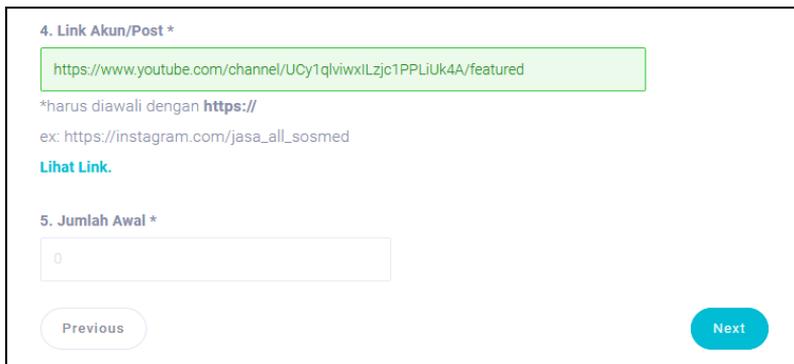
Ada berbagai macam layanan yang muncul di kolom pilihan layanan. Peneliti memilih layanan *Youtube subscribers.*

3) Pilih Produk

Kolom Pilih Produk menyesuaikan dengan kolom Pilih Layanan. Peneliti memilih paket harga 100 *subscribers Real Worldwide* dengan tarif Rp.90.000,-.

4) Sematkan *Link Akun/Post*

Gambar 15. Tampilan Kolom Komentar dan Masukkan Komentar.



4. Link Akun/Post *

*harus diawali dengan **https://**
ex: https://instagram.com/jasa_all_sosmed
[Lihat Link.](#)

5. Jumlah Awal *

[Previous](#) [Next](#)

Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2019)

Selanjutnya peneliti menyematkan *link Youtube* yang akan di *subscribers*.

5) Jumlah Awal

Pesanan ini merupakan pesanan yang pertama, maka di kolom Jumlah Awal di pilih angka satu.

6) Cantumkan Nama/Perusahaan

Gambar 17. Tampilan Kolom Nama/Perusahaan, Alamat *Email*, dan Nomor Telepon.

Form Pemesanan Layanan

1 Pilih Layanan — 2 Isi Data — 3 Checkout

6. Nama / Perusahaan *

Pesilat Muda

7. E-mail *

zukoabcde@gmail.com

Apakah anda ingin mendapatkan notifikasi melalui sms ?

Previous Next

Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2018)

Selanjutnya peneliti mencantumkan nama perusahaan. Dalam hal ini peneliti menggunakan akun *Youtube* atas nama Pesilat Muda.

7) Alamat *Email*

Kemudian memberikan alamat *email* peneliti untuk dilakukan konfirmasi.

8) Konfirmasi Data

Gambar 18. Tampilan Kolom Konfirmasi Data

Layanan	Harga
 100S Real/Aktif Worldwide - Rp.90.000,- Youtube	Rp. 90.000
Order Summary	
Link Akun/Post:	
Jumlah	https://www.youtube.com/channel/UCy1qlviwxILzjc1PPLiUk4A/featured
Awal:	1
Harga + Pajak:	Rp. 90.000
Kode Unik + Payment Gateway:	Rp. 241
Diskon:	0
Total:	Rp. 90.241

Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2019)

Sebelum peneliti melakukan *checkout*, terlebih dahulu JasaAllSosmed.co.id memberikan rekapan pesanan. Jumlah harga yang harus dibayar sebesar Rp.90.241,- ada tambahan Rp.241,- sebagai kode antrian pesanan. Peneliti juga mendapatkan kode *Invoice* yang berguna untuk melihat status pesanan. Setelah semua dianggap sesuai, maka peneliti tinggal melakukan klik “ya” pada konfirmasi data. Tahap akhir adalah melakukan pembayaran dengan durasi tenggang waktu bayar enam belas jam.

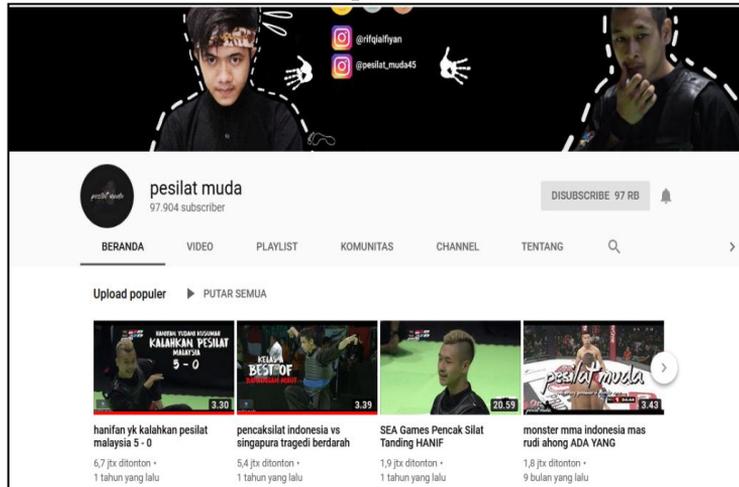
B. Penerapan Ulasan Palsu di *Youtube*

Praktek ulasan palsu di *Youtube* dapat diketahui karena adanya kasus yang diperoleh dari lapangan. Banyak cara yang dilakukan oleh para *Youtuber* untuk mendapatkan keuntungan. Baik itu dengan jalan yang benar maupun jalan yang *bathil*. Salah satunya adalah dengan membeli jasa

penambah *subscriber*. Peneliti mencoba menerapkan pembelian *subscriber* pada salah satu akun *Youtube*.

1. Profil Akun *Youtube* Pesilat Muda

Gambar 19. Tampilan Profil *Youtube* Pesilat Muda



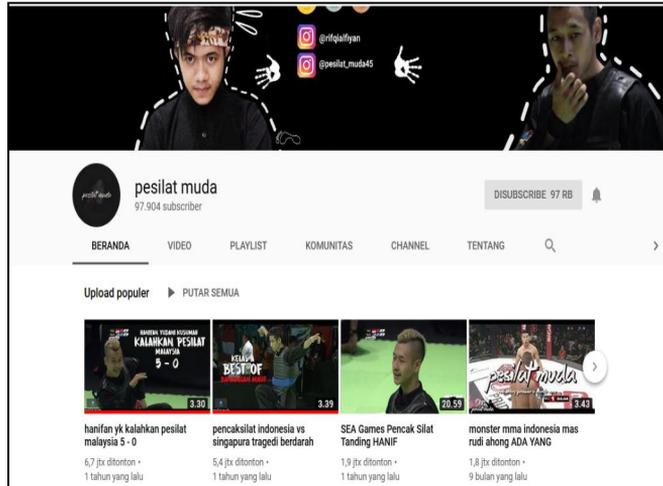
Sumber: www.youtube.com (2019)

Pesilat Muda merupakan akun *Youtube* yang mengangkat jurus-jurus silat asli Indonesia. Akun *Youtube* ini dimiliki oleh Rifqi Alfyan Adib, seorang mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Akun ini berisi konten cuplikan-cuplikan adegan silat. Akun ini dibuat pada

tahun 2016, pada tanggal 22 Mei 2019 jumlah *subscriber*nya mencapai 97.904 pengikut.

2. Hasil Penerapan Pembelian *Subscriber*

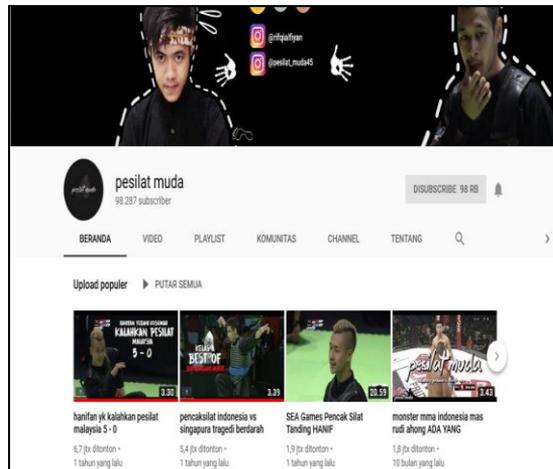
Gambar 20. Tampilan Sebelum Pembelian *Subscriber*



Sumber: www.JasaAllSosmed.co.id (2019)

Gambar di atas diambil pada tanggal 22 Mei 2019 sebelum peneliti melakukan pembelian *subscriber*. Jumlah *subscriber* saat itu 97.904.

Gambar 21. Tampilan Setelah Pembelian *Subscriber*



Sumber: www.Instagram.com (2019)

Lama pengerjaan pesanan selama dua hari. Setelah pemesanan selesai, tepatnya pada tanggal 24 Mei 2019 jumlah *subscribarnya* meningkat menjadi 98.287 pengikut.

BAB IV

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI *SUBSCRIBE* DI MEDIA SOSIAL

A. Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli *Subscriber Palsu Di Youtube*

Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial berbasis video yang mulai naik daun sejak beberapa tahun terakhir dilansir dari statistik dalam situsnya sendiri, *Youtube* memiliki lebih dari satu milyar pengguna yang merupakan hampir sepertiga semua pengguna internet. Hingga Maret 2015, pembuat konten di *Youtube* sudah mengunggah 10.000 video, karena membuat akun atau channel di *Youtube* dan meraih pelanggan atau penayangan bisa menghasilkan uang. Lama kelamaan, makin banyak orang membuat akun *Youtube* yang membuka kesempatan sebagai lapangan pekerjaan. Tiap hari pengguna *Youtube* bisa menonton ratusan juta jam video

dan menghasilkan miliaran kali penayangan. *Youtube* menjangkau pemirsa rata-rata berusia 10 sampai 34 tahun. Beragam konten video bisa diakses dalam *Youtube*, mulai dari Musik, Film, Berita dan Informasi, Olahraga, Gaya hidup, Gaming, dan Vlog.

Ada Syarat untuk bisa memonetisasi sebuah channel *Youtube*. Peraturan *Youtube* Partner Program (YPP) untuk kanal-kanal berisi video yang biasa mendapatkan pendapatan dari iklan, sebuah video harus mengumpulkan setidaknya 4.000 jam waktu tonton (*watch time*) dalam 12 bulan terakhir dan memiliki 1.000 *subscriber*. Sebelumnya, YPP hanya mensyaratkan sebuah kanal untuk mengumpulkan 10.000 view sebelum bisa menayangkan iklan. Namun, pihak *Youtube* merasa aturan lama tersebut ternyata tidak efektif

untuk menyaring para "aktorburuk" seperti *spammer* dan peniru konten.¹

Untuk itu banyak dari creator *Youtube* berusaha untuk memenuhi syarat-syarat dari *Youtube*. Selain harus 4000 Jam jumlah *subscriber* mencapai 1000 adalah jumlah yang lumayan berat bagi *Youtuber*. Para *Youtuber* pun tak kehabisan akal untuk memenuhi syarat 1000 *subscriber*. Mereka membeli *subscriber* kepada penyedia jasa *subscriber*.

Praktek pemesanan *subscriber* palsu di *Youtube* dalam hal ini menggunakan jasa dari JasaAllSosmed.co.id dilakukan dengan cara mengisi *form* pemesanan di *website*. Pemesan memilih sendiri jasa mana yang ingin digunakan. Ada berbagai macam jasa yang ditawarkan, salah satunya Jasa penambahan *subscriber*. Kemudian si pemesan memilih produk atau paket harga yang diinginkan. Paket ini

¹<https://tekno.kompas.com/read/2018/01/17/19303157/resmi-syarat-untuk-dapat-uang-dari-youtube-makin-berat?page=all>.

menyesuaikan dengan jumlah *subscriber* yang diinginkan. Jumlah *subscriber* yang paling sedikit adalah dengan tarif Rp 60.000,- per 100 *subscriber*, sedangkan jumlah *subscriber* yang paling banyak adalah tarif Rp 1.990.000,- per 5.000 *subscriber*.

Banyak dari penyedia jasa *subscriber* memberikan jaminan dan garansi bahwa *subscriber* yang digunakan adalah *subscriber* asli. Meski begitu hal itu tidak dapat dibuktikan secara pasti bahwa jual beli tersebut memiliki keadilan bagi si pembeli jasa *subscriber* mengingat barang yang diperjual belikan adalah sebuah bentuk digital.

Pembeli jasa *subscriber* juga tidak biasa memastikan bahwa *subscriber* tersebut akan bertahan pada channel *Youtube* pembeli *subscriber* atau tidak. Selain itu penambahan *subscriber* dengan cara membeli terkesan tidak alami atau *subscriber* instant.

Islam adalah agama yang memberikan pedoman kepada umat manusia yang menjamin datangnya kebahagiaan hidup. Agama Islam memberikan pedoman yang menyeluruh

termasuk mengatur hidup dalam bermuamalah. Disebutkan diantara Firman Allah (Q.S. An-Nisa': 29) yang berbunyi :

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

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²

Hukum asal transaksi bisnis dalam Islam adalah *mubah* (dibolehkan), selama tidak ada dalil yang menunjukkan bahwa jenis dan bentuk transaksi tersebut diharamkan. Prinsip ini menjadi dasar penting bagi pelaku bisnis (*tajir/mustatsmir*) untuk melakukan *inovasi (tanmiyah)* dalam melakukan aktivitas bisnis selama tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah syariah serta prinsip-prinsip dasar (*maqasid*) dalam Islam.

Dalam dunia perniagaan, semua orang ingin mendapatkan keuntungan dan berusaha itu tidak mengenal

² Depag RI, *Al-quran dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro), hal 122.

batas halal dan haram.³ Padahal, Islam menjamin pasar bebas dimana produsen dan konsumen bersaing satu sama lain dengan arus informasi yang berjalan lancar dalam koridor keadilan, yakni tidak ada individu maupun kelompok yang saling merugikan satu sama lain.⁴

B. Analisis Jual beli *Subscriber Youtube*

Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma atau moralitas. Dengan demikian, moral berbeda dengan etika. Norma adalah suatu pranata dan nilai mengenai baik dan buruk, sedangkan etika adalah refleksi kritis dan penjelasan rasional mengapa sesuatu itu baik dan buruk. Menipu orang lain adalah buruk. Ini berada pada tataran moral, sedangkan kajian kritis dan rasional mengapa menipu itu buruk apa alasan pikirannya, merupakan lapangan etika.

³ M. Ali Hasan, *Berbagai Transaksi Dalam Islam (Fiqh Mu'amalah)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 109.

⁴ Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta : IIIT, 2002), hal. 151.

Pada dasarnya etika (nilai-nilai dasar) dalam bisnis berfungsi untuk menolong pebisnis (dalam hal ini pedagang) untuk memecahkan problem-problem (moral) dalam praktek bisnis merek.

Memang dengan membeli *subscriber* dari penyedia jasa yang sering tersebar di media sosial banyak bisa membantu untuk menjadikan syarat dari monetisasi *Youtube* pasca pembelian. Namun berhati-hatilah terhadap keberadaan jasa *subscriber*. Pasalnya, banyak *Youtuber* kini membayar oknum-oknum tertentu untuk membeli *subscriber* sebagai alternatif mereka dalam mendapatkan *subscriber* dengan cara menghadirkan *subscriber* yang tekesan terlalu cepat pada *Youtuber* tersebut. Memang sedikit sulit untuk mengidentifikasi bahwa *subscriber* yang mampu dikategorikan sebagai *subscriber* permanen.

Berdasarkan pengalaman peneliti, ada cara sederhana untuk membantu *Youtuber* untuk lebih mengembangkan channel *Youtube* nya untuk menarik *subscriber*. Setidaknya mampu membuat konten yang dibutuhkan oleh para

subscriber sungguhan dengan *subsriber* palsu yang dibuat atas pesanan dengan memanfaatkan jasa penambah *subscriber* bayaran.

Dalam hal ini peneliti hanya membahas tentang pesanan atau permintaan yaitu *ba'i as-salam*. Salam merupakan akad jual beli muslim fiih (barang pesanan) dengan penangguhan pengiriman oleh muslim ilaihi (penjual) dan pelunasannya dilakukan segera oleh pembeli sebelum barang pesanan tersebut diterima sesuai dengan syarat-syarat tertentu.

Salam dapat diartikan sebagai transaksi jual beli di mana barang yang diperjual belikan belum ada. Oleh karena itu barang diserahkan secara tangguh sedangkan pembayaran dilakukan secara tunai.

Konsumen bertindak sebagai pembeli, sementara produsen sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti.

Dalam praktik jual beli, ketika produsen akan menjualnya kepada konsumen itu sendiri secara tunai atau secara cicilan.

Adapun Fitur dan mekanisme *as-Salam* adalah:⁵

- a. Konsumen bertindak sebagai pihak penyedia dana dalam kegiatan transaksi salam dengan Produsen.
- b. Produsen dan Konsumen wajib menuangkan kesepakatan dalam bentuk perjanjian tertulis berupa akad pembiayaan atas *salam*.
- c. Penyediaan dana oleh Konsumen kepada Produsen harus dilakukan di muka secara penuh yaitu pembiayaan atas dasar akad salam disepakati atau paling lambat 7 hari setelah pembiayaan atas dasar akad *salam* disepakati.
- d. Pembayaran oleh Konsumen kepada Produsen tidak boleh dalam bentuk pembebasan utang Produsen tersebut.

Rukun jual beli *salam*:⁶

⁵Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama , 2007), hal. 116.

⁶Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama , 2007), hal. 120.

- a. Ada nya al-muslim dan al-muslim ilaihi, yaitu penjual dan pembeli.
- b. Ada modal *as-salam* (*ra'su malis salam*), yaitu benda atau barang dan uang.
- c. Ada shighat (akad) yaitu ijab dan qabul, baik tertulis maupun terucap. Seperti diketahui sebelumnya, ijab diambil dari kata *aujuba* yang artinya meletakkan, dari pihak penjual yaitu pemberian hak milik, dan qabul yaitu orang yang menerima hak milik.

Hal yang sama terjadi dalam jual beli *subscriber*, mekanisme timbulnya *subscriber* tersebut adanya kesepakatan produsen dengan penyedia jasa penambahan. Perbedaan, dalam kehidupan nyata proses permintaan diwakili oleh calo. Sedangkan dalam dunia maya, proses permintaan diwakili oleh penyedia jasa. Namun maksud dan tujuannya sama yaitu memberikan konsumen lain untuk membeli produknya.

Jual beli *subscriber* harus sesuai dengan Syariat Islam yaitu memenuhi rukun dan syarat. Secara rukun jual beli air *subscriber* telah memenuhi rukun dalam jual beli karena ada

penjual dan pembeli, ada objek jual beli yaitu *subscriber* yang suci, bersih, halal, pembeli mengetahui meski dari ciri-cirinya dan dapat diserahkan terimakan. Kemudian *şigat* atau serah terima antara penjual dan pembeli sama-sama saling rela.⁷ Sedangkan untuk syarat jual beli menurut Ismail Nawawi rukun jual beli ada lima yaitu adalah sebagai berikut Pelaku jual beli adalah orang yang dewasa atau *mumayyiz* mengerti tentang akad, kemudian dijelaskan objek jual beli sebagai berikut:

Objek jual beli:

- a. Milik Sendiri
- b. Benda yang diperjualbelikan itu ada dalam arti yang sesungguhnya, jelas sifat, ukuran dan jenisnya.
- c. Benda yang diperjualbelikan dapat diserahkan terimakan ketika akad secara langsung maupun tidak langsung.
- d. Benda yang diperjualbelikan adalah *mālmuttaqawwim* atau dibolehkan oleh syariat dan bermanfaat.

⁷Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah klasik dan kontemporer (hukum perjanjian, ekonomi, bisnis dan sosial)*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), hal.77.

Jika melihat kriteria syarat jual beli di atas dalam jual beli *subscriber* adalah Fitur gratis ini berfungsi bagi pengguna untuk bisa berlangganan (*subscribe*) video terbaru dari akun yang sudah kita klik tombol *subscribenya*. Pemberitahuan langsung didapatkan melalui kotak masuk yang ada dalam email penggunanya. Karena itu tak dapat diserahterimakan, *subscriber* adalah pengikut yang dibolehkan syariat dan bermanfaat sedangkan untuk syarat benda jelas sifat, ukuran dan jenisnya untuk jual beli *subscriber* ini belum sesuai dengan syarat jual beli *As-Salam* karena *subscriber* yang didapatkan masing – masing pembeli berbeda – beda ada yang permanen dan ada yang hanya sebentar.

Faktor yang menyebabkan *subscriber* berbeda – beda pada setiap pembelian adalah karena jual beli *subscriber* menggunakan alat secara random (acak) sehingga terjadi beberapa kelemahan di antaranya adalah tidak betahnya *subscriber* terhadap channel *Youtube* nya, content yang tidak menarik mengakibat kanbanyak *subscriber* yang di peroleh sedikit demi sedikit karena *subscriber* yang digunakan tidak

disesuaikan dengan yang permanen tapi menggunakan *subscriber* yang di acak. Apalagi jika selama ini tidak ada bukti yang menguatkan bahwa para *subscriber* akan betah di channel tersebut, *subscriber* menuju ketempat channel tidak akurat dan hal-hal lain yang dapat menghambat penambahan *subscriber* tidak sempurna padahal bayaran penjualanya tetap berjalan. Kemudian penggunaan jumlah *subscriber* yang ditentukan juga menjadi penyebab kualitas *subscriber* yang didapatkan oleh pembeli *subscriber* berbeda - beda, jika *subscriber* nya betah maka banyak *subscriber* lain yang didapat begitu juga sebaliknya, jika *subscriber* nya tidak betah maka sedikit *subscriber* yang didapat. Maka jual beli *subscriber* mengalami permasalahan pada syarat objek yaitu ketidak jelasan kualitas *subscriber* atau *follower Channel Youtube* yang didapat oleh pembeli.

Ini akan terjadi sebuah ketidak relaan bagi sipembeli *subscriber* ataupun bagi sipengguna jasa, ketika *subscriber* yang di dapatkan ternyata habis seketika karena daya channel

yang jelek. Bisa dipastikan bagi pembeli akan rugi sebab *subscriber* yang didapat tidak banyak karena tidak betah di *Channel Youtube* tersebut. Dengan begitu maka jual beli *subscriber* mengandung sebuah ketidak pastian atau ketidak jelasan dalam kualitas dan ini tidak diperbolehkan dalam islam sesuai dengan firman Allah S.W.T:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Kecelakaan bagi orang-orang yang curang, (yaitu) mereka yang apabila menerima takaran atas orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”⁸(Al-Muthaffifiin: 1-3)

Ayat di atas menjelaskan bahwa larangan dalam jual beli salah satunya adalah curang dalam memberikan kepastian. Ini untuk melindungi hak-hak penjual dan pembeli. Tidak terjadi saling kecoh mengecoh dalam jual beli atau mengandung *gharar* sesuai dengan hadis nabi S.A.W:

⁸ M. Quraih Shihab, *Tafsir Al Misbah (Pesan , Kesan dan Kekeragaman Al Qur'an/ JUZ AMMA)*, (Jakarta: Lentera Hati 2002), 121 dan 123.

عن أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْخِصَاةِ
وَبَيْعِ الْغَرَرِ.⁹ (رواه لاحمد)

Artinya: *Dari Abu Hurairah, sesungguhnya Rasul Saw, melarang jual beli dengan lemparan dan yang mengandung garar (tipuan).*(H.R Ahmad)

Dari hadist di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli yang mengandung *gharar* jelas dilarang seperti menjual ikan dalam tambak yang tidak diketahui berapa ikanya. Begitu halnya jual beli air *subscriber* yang tidak diketahui berapa ukuran sebenarnya kualitas *subscriber* yang bakal mengikuti *Channel Youtube* karena selain tidak ditentukanya *subscriber* permanent baik kecil maupun besar juga menggunakan waktu yang tidak sesuai dengan takaran untuk Jasa. *Subscriber* adalah suatu pengikut yang mana tidak pasti sesuai dengan harapan pembeli semisal jika ingin dimonetisasi, secara bertahan dalam beberapa tahun, bulan, minggu atau harian jika sesuai maka diperbolehkan.

⁹Abu Abdullah ahmad Ibn Muhammad ibn Hanbal Ibn Hilal ibn Asad as-Saibani, *Musnad Ahmad*, Juz 20, (Kairo: Mawqi' Wizarah al-Misriyah, t.th), h.409.

Allah berfirman:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ
 أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا
 إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ
 اللَّهِ أَوْفُوا ذَٰلِكُمْ وَصَاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: “Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, bicaralah sejujurnya, sekalipun dia kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Demikianlah Dia memerintahkan kepadamu agar kamu ingat.” (al-An’am 152)¹⁰

Dalam firman Allah di atas mewajibkan bagi seseorang dalam jual beli dalam jual belinya tidak pasti akan bertahan lama atau hanya sementara untuk menyempurnakan kepastian dengan adil. Maka dalam jual beli *subscriber* yang dilakukan oleh Jasa Allsosmed. net ini tidak boleh karena mengandung unsur *gharar* (ketidak jelasan), karena

¹⁰Ahmad Syakir, *Mukhtashar Tafsir Ibnu Katsir (jilid 2)*, terj: Suharlan dan Suratman, (Jakarta: Darus Sunnah Press, 2014), hal.1009 – 1010.

subscriber yang dalam jual belinya tidak pasti akan bertahan lama atau hanya sementara.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dijelaskan oleh penulis di bab IV, maka penulis akan membagi menjadi 2 (dua) kesimpulan di masing-masing sub bab, yaitu sebagai berikut:

1. *Youtube* merupakan salah satu media sosial untuk membagikan konten video yang isinya mulai dari film, berita, gaya hidup, dan masih banyak lagi, dari konten dapat menghasilkan penayangan yang menghasilkan uang, karena penghasilan tersebut didapatkan dari banyaknya *subscribe*. Namun, disini ada yang menggunakan *subscribe* palsu, palsu disini orang yang memiliki akun tersebut membeli *subscribe* yang dijual secara online, selain itu penambahan *subscribe* seperti itu terkesan tidak alami. Kemudian dalam transaksi jual belinya, disini seorang yang ingin membeli *subscribe* diberikan pilihan harga setiap *subscribe*, yaitu Rp 60.000 per

100 *subscribe*, Rp 135.000 per 250 *subscribe*, Rp 245.000 per 500 *subscribe*, Rp 475.000 per 1000 *subscribe*, Rp 1.100.000 per 2500 *subscribe*, Rp 1.990.000 per 5000 *subscribe*. Dengan pilihan tersebut setelah memilih langsung penjual *subscribe* memberikan nomor rekening kepada pelanggan agar pelanggan segera mentransfer uangnya.

2. Secara rukun hal itu diperbolehkan karena tidak melanggar rukun jual beli dalam Islam akan tetapi melanggar syarat jual beli dalam Islam yaitu objek barang mengandung *gharar*. Kemudian ini akan terjadi sebuah ketidak relaan bagi si pembeli *subscribe* atau pun bagi si pengguna jasa, ketika *subscriber* yang di dapatkan ternyata habis seketika karena daya channel yang jelek. Bisa dipastikan bagi pembeli akan rugi sebab *subscriber* yang didapat tidak banyak karena tidak betah di channel *Youtube* tersebut. Dengan begitu maka jual beli *subscriber* mengandung sebuah ketidak pastian atau ketidak jelasan dalam kualitas dan ini tidak diperbolehkan dalam Islam.

A. SARAN

Kepada penjual dan pembeli dalam jual beli *Subscribe*;

1. Kepada penjual, sebaiknya melakukan jual beli secara jujur, agar pelanggan tidak merasa tertipu oleh *subscribe* yang dibelinya. Dan agar kedepannya supaya tidak ada lagi pelanggan yang dirugikan.
2. Dan untuk pembeli, sebaiknya jika membeli sesuatu yang berhubungan dengan jual beli secara online seharusnya lebih dicermati secara detail apakah yang dibelinya itu merupakan *subscribe* asli atau palsu, jadi kedepannya agar pembeli tidak rugi.
3. Dan sebaiknya, sebagai pengguna akun *Youtube* seharusnya menggunakan *subscribe* yang asli agar terlihat lebih alami, untuk kedepannya jadi penjual akun *subscribe* tersebut bisa sadar bahwa yang dilakukannya itu merupakan tindakan yang dilarang.

B. PENUTUP

Alhamdulillah segala puji bagi Allah yang senantiasa memberikan kemudahan dalam menyusun skripsi sehingga akhirnya dapat terselesaikan. Terima kasih kepada para pihak yang telah terlibat dan membantu dalam proses penyusunan skripsi. Tentunya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dalam penulisannya. Oleh karena itu penulis sangat berterimakasih apabila mendapat kritik serta saran yang membangun dan dapat menjadikan karya tulis selanjutnya menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan menambah pengetahuan mengenai ilmu hukum khususnya hukum Islam serta dapat dijadikan bahan koreksi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

A., H., Khumaidi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, (Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan IAIN Raden Intan Lampung, 2015).

Abdullah, Abu, Ahmad Ibn Muhammad Ibn Hanbal Ibn Hilal Ibn Asad as-Saibani, *Musnad Ahmad*, Juz 20, (Kairo: Mawqif' Wizarah al-Misriyah, t.th).

Adi, Rianto, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Hukum*, (Jakarta : Granit, 2004).

Al Zuhaili, Wahbah, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu jilid V*, terjemahan: Abdul Hayyie alKattani, (Jakarta: Gema Insani, 2011).

Al-Faifi, Sulaiman, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, (Jakarta: Beirut Publishing, 2014).

Ali, M. Hasan, *Berbagai Transaksi Dalam Islam (Fiqh Mu'amalah)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004).

Amir, Dja'far, *Ilmu fiqih*, (Solo: Ramadhani, 1991).

Anggraeni, Sri, Kusuma Dewi, *Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Elektronik Commerce (E-Com)*, Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasia ASIA (JITIA), Vol 9, Agustus 2015.

Anshari, Hafidz, et. al, *Ensiklopedi Islam*, (Jakarta: PT. Ichtiar Baru van Hoeve,

1994).

Ash-Shawi, Shalah dan Abdullah al-Muslih, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, terjemahan Abu Umar Basyir (Jakarta: Darul Haq, 2008).

Asnawi, Haris F., *Transaksi Bisnis E-commerce perspektif Islam*. (Yogyakarta:

Raja Grafindo Persada, 2004).

B, Matthew, Milles, A.M. Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta:

Universitas Indonesia, 2007).

Depag RI, *Al-quran dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro).

Djazuli, A. dan Yadi Janwar, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat (Sebuah*

Pengenalan), (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002).

Ensiklopedi Hukum Islam, editor Abdul Azis Dahlan...[et.al.]. Cet. 1, (Jakarta :

Ichtiar van Hoeve, 1996), hal. 828.

Ensiklopedi Islam, 2005, jilid 5, (Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve).

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

Isa, Abi Muhammad Al-Tirmidzi, *Sunan At-Tirmidzi*, juz III, (Beirut: daar Al-

Fikri,t.th).

J. Lexy, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja

Rosdakarya, 2007).

Karim, Adiwarmanto, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta : IIT, 2002).

Kotler dan Gary Armstrong *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2008), Cet. Ke-12, Jilid 1.

Mustofa, Imam, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).

Narbuko, Cholid, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi

Aksara, 2004).

Nashiruddin, Muhammad, Al-Albani, *Ringkasan Sahih Muslim*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2005).

Nawawi, Ismail *Fikih Muamalah klasik dan kontemporer (hukum perjanjian, ekonomi, bisnis dan sosial)*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012).

Nugroho, Adi, *E-commerce: memahami perdagangan modern di dunia maya*.

(Bandung: Informatika. 2006).

Nur Riyanto Al Arif, M, *Penjualan Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Vol 13, Juni 2013.

Ollie. *Membuat toko online dengan multiply*. (Jakarta : Media Kita, 2008).

Pedoman Penulisan Skripsi, Fakultas Syariah IAIN Walisongo,
(Semarang,

2012), hal. 16.

Quraih, M. Shihab, *Tafsir Al Misbah (Pesan , Kesan dan Keserasian Al Qur'an/*

JUZ AMMA), (Jakarta: Lentera Hati 2002).

Subullus Salam-Syarah Bulughul Maghram (Jilid 3), terjemahan Ali

Fauzan, Darwis, dkk (Jakarta: Darus Sunnah Pers, 2017).

Suteki, Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Depok:
Rajawali Pers,

2018), hal 139.

Syafei, Rachmat, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001).

Syakir, Ahmad, *Mukhtashar Tafsir Ibnu Katsir (jilid 2)*, terj: Suharlan
dan

Suratman, (Jakarta: Darus Sunnah Press, 2014), 1009 – 1010.

Tanjung, Hendri, Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*,
(Jakarta:

Gramata Publishing, 2013).

Wignjosoebroto, Soetandyo, *Silabus Metode Penelitian Hukum*,
(Surabaya: Program Pasca sarjana Universitas Airlangga,
2006).

Online :

<https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia>

<https://tekno.kompas.com/read/2018/01/17/19303157/resmi-syarat-untuk-dapat-uang-dari-youtube-makin-berat?page=all>.

Skripsi :

Herdani, Mufidah *Jual Beli Follower Sosial Media Twitter dalam Perspektik*

Hukum Islam, UIN Sunan Kalijaga, 2014.

Salim, Munir, *Jual Beli Secara Online Menurut Padangan Hukum Islam, Jurnal,*

UIN Alauddin, Desember 2017

Septiyani, Mustiqoh, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Followers Di*

Media Sosial Instagram, IAIN Purwokerto, 2017

Anisa, Nur *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Follower, Likes dan Viewer*

di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Instagram @sosmedlampung), UIN Raden Intan, 2018.



Jasa All Sosmed, Inc.
Surabaya
Jawa Timur, Indonesia 60111
[Whatsapp/SMS](#) / [WhatsApp/SMS](#) / Livechat Only

STATUS ORDER

Finish

*) Status dirubah pada tanggal **May 24, 2019 22:55**

Ditagihkan kepada:

Pesilat Muda.
<https://www.youtube.com/channel/UCy1qviwxILzjc1>
PPLiUk4A
Jumlah Awal : 1
Zukoabcde@gmail.com

ORDER DARI:
INVOICE NO :
DATE :

Website
#42389
22/05/2019 21:53

Detail Pesanan	Harga	Total
 50s Real/aktif Worldwide - Rp.70.000,- (Youtube)	Rp. 90.000	Rp. 90.000
Sub-Total : Rp. 90.000		
Diskon (0%) : Rp. - 0		
Kode Unik + Biaya Payment Gateway : Rp. 193		

Tagihan : Rp. 90.193

DESKRIPSI STATUS

Terimakasih telah mempercayai Jasa All Sosmed.
Menurut sistem kami pesanan anda telah selesai/telah habis masa aktif untuk auto likes dsb, apabila ada masalah terkait order anda silahkan klik tombol "**Komplain**" dibawah status order anda. (Hanya berlaku 1x)

Apabila anda **puas** dengan pelayanan kami berikan kami review yang menarik dan dapatkan kupon diskon 10% untuk pemesanan berikutnya.
dan apabila anda **kurang puas** dengan pelayanan kami tuliskan kritik dan saran anda bagaimana kami seharusnya lebih baik kedepannya!

Tulis Pengalamannya!

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhammad Machtum
NIM : 1402036122
Tempat Tanggal Lahir : Demak, 01 Desember 1995
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
(Muamalah)
Fakultas : Syariah dan Hukum
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Alamat :Desa Jamus godo RT.11/RW 04,
Kelurahan Jamus, Kecamatan
Mranggen
Pendidikan :

- MI Darus Sa'adah Semarang Lulus Tahun 2008
- Mts Futuhiyyah 1 Mranggen Lulus Tahun 2011
- MA futuhiyyah 1 Mranggen Lulus Tahun 2014

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 13 Juli 2019

Muhammad Machtum
NIM. 1402036122