

**SKRIPSI**

**ANALISIS HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP SISTEM JUAL  
BELI *FOLLOWERS* INSTAGRAM PADA MASYARAKAT  
KELAS MENENGAH DI KOTA PAREPARE**



**OLEH**

**MAHMUD UWES  
NIM. 16.2200.021**

**PAREPARE**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2020**

**ANALISIS HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP SISTEM JUAL  
BELI *FOLLOWERS* INSTAGRAM PADA MASYARAKAT  
KELAS MENENGAH DI KOTA PAREPARE**



**OLEH**

**MAHMUD UWES  
NIM. 16.2200.021**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)  
pada Program Studi Hukum Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam  
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2020**

**ANALISIS HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP SISTEM JUAL  
BELI *FOLLOWERS* INSTAGRAM PADA MASYARAKAT  
KELAS MENENGAH DI KOTA PAREPARE**

**Skripsi**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
Gelar Sarjana Hukum (S.H)**

**Program Studi  
Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)**

**Disusun dan diajukan oleh**

**MAHMUD UWES  
16.2200.021**

**Kepada**

**PAREPARE**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2020**

### PENGESAHAN SKRIPSI

*Judul Skripsi* : Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Sistem  
Jual Beli *Followers* Instagram Pada Masyarakat  
Kelas Menengah di Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Mahmud uwes

NIM : 16.2200.021

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

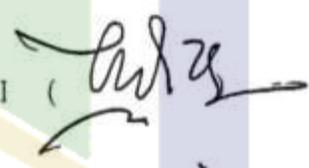
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Dasar Penetapan Pembimbing : B. 584/In.39.6/PP.00.9/06/2019

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Badruzzaman, S.Ag., M.H. (  )

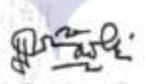
NIP : 19700917 199803 1 002

Pembimbing Pendamping : Dr. Andi Bahri S., ME., Fil.I (  )

NIP : 19781101 200912 1 003

Mengetahui:

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam  
Dekan,

  
/ Dr. Hj. Rusdaya Basri, Lc., M.Ag.  
NIP. 19711214 200212 2 002

SKRIPSI

ANALISIS HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP SISTEM JUAL BELI *FOLLOWERS* INSTAGRAM PADA MASYARAKAT KELAS MENENGAH DI KOTA PAREPARE

Disusun dan diajukan oleh

MAHMUD UWES  
NIM: 16.2200.021

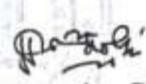
Telah dipertahankan di depan panitia Ujian Munaqasyah  
Pada tanggal 31 Agustus 2020  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Badruzzaman, S.Ag., M.H (  )  
NIP : 19700917 199803 1 002  
Pembimbing Pendamping : Dr. Andi Bahri S, ME., M.Fil.I (  )  
NIP : 19781101 200912 1 003

  
Institut Agama Islam Negeri Parepare  
Rektor,  
Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.  
NIP. 19740427 198703 1 002

  
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam  
Dekan,  
  
Dr. Hj. Rusdava Basri, Lc., M.Ag.  
NIP. 19711214 200212 2 002

### PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Sistem Jual Beli *Followers* Instagram pada Masyarakat Kelas Menengah di Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Mahmud uwes

NIM : 16.2200.021

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Dasar Penetapan Pembimbing : B. 584/In.39.6/PP./00.9/06/2019

Tanggal Kelulusan : 10 September 2020

Disahkan oleh Komisi Penguji

Badruzzaman, S. Ag., M.H (Ketua)

Dr. Andi Bahri S., ME., M.Fil.I (Sekretaris)

Dr. Agus Muchsin, M.Ag. (Anggota)

Dr. Aris, S. Ag., M. HI (Anggota)



Mengetahui :

Institut Agama Islam Negeri Parepare

Rektor,



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si  
NIP: 19640427 198703 1 002

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada-Mu ya Allah, tuhan semesta alam penguasa langit dan bumi yang menciptakan manusia dengan bentuk yang sebaik-baiknya, Engkau-lah sebaik-baiknya Maha Pencipta setiap makhluk. Ya Allah sang curahan rahmat, hidayah dan pertolongan-Mu yang Engkau limpahkan kepadaku sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Sistem Jual Beli *Followers* Instagram Pada Masyarakat Kelas Menengah di Kota Parepare. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Hukum pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam” Institut Agama Islam Negeri Parepare sebagaimana yang di hadapan pembaca. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada baginda agung Muhammad saw.

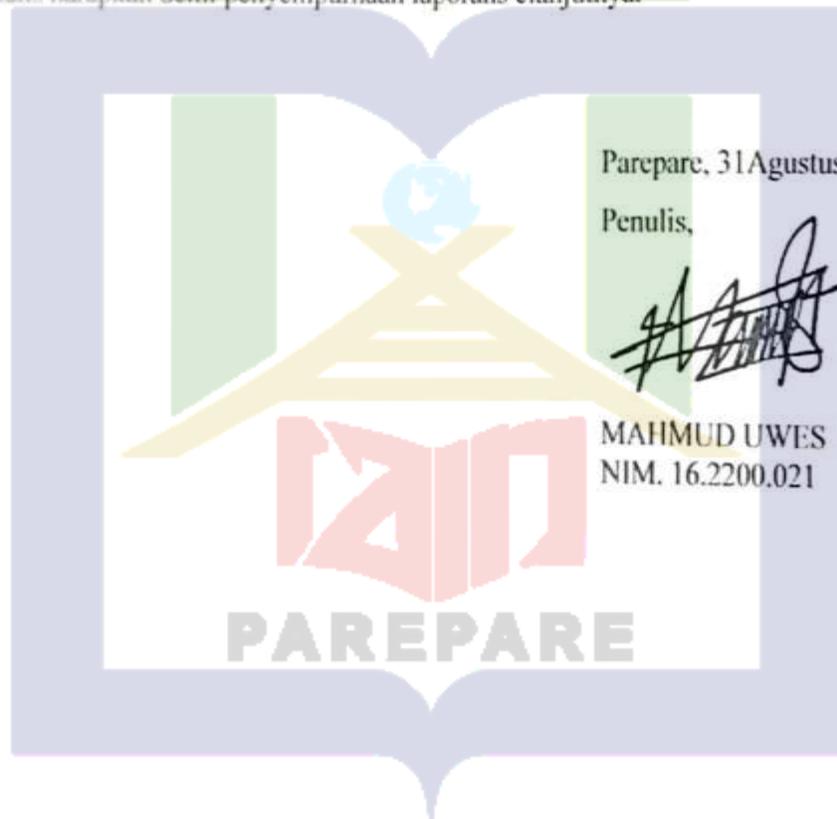
Teristimewa penulis haturkan sebagai tanda terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan penuh setiap aktivitas saya, sebagai motivasi terbesar dalam hidup saya. Penulis persembahkan sepenuh hati tugas akhir ini untuk orang tua tercinta, seribu kata tidak akan membayar semua pengorbanan kalian selama ini.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Badruzzaman, S.Ag., M.H. dan Bapak Dr. Andi Bahri S., ME., M. Fil.I. selaku pembimbing utama dan pembimbing pendamping, ucapan terima kasih yang tulus untuk Bapak.

Selanjutnya juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare dan menyediakan fasilitas yang memungkinkan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sebagaimana diharapkan.
2. Ibu Dr. Hj. Rusdaya Basri, Lc., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam beserta Prodi dan Staf atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam yang telah meluangkan waktunya dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
4. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh kepala unit yang berada dalam lingkungan IAIN Parepare beserta seluruh staff yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.
6. Teman-teman seperjuangan penulis khususnya angkatan 2016 Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah memberikan motivasi serta memberikan pengalaman belajar yang luar biasa.
7. Saudara (i) seperjuangan saya ketika PPL dan KPM, serta seluruh teman yang tidak sempat saya haturkan namanya satu persatu, terima kasih telah mensupport selama ini, semoga semuanya meraih kesuksesan.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil hingga tulisan ini dapat di selesaikan. Semoga Allah swt berkenan menilai segala kebajikan mereka, memberikan rahmat dan pahala-Nya. Sebagai manusia biasa tentu tidak luput dari kesalahan termasuk dalam penyelesaian skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun, sangat penulis harapkan demi penyempurnaan laporans elanjutnya.



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mahmud Uwes

NIM : 16.2200.021

Tempat/tanggal lahir : Lampung, 30 April 1998

Program : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Judul : Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Sistem Jual Beli Followers Instagram Pada Masyarakat Kelas Menengah di Kota Parepare.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 30 Mei 2020

Penulis

  
MAHMUD UWES  
NIM 16.2200.021

x

## ABSTRAK

**Mahmud uwes** “Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Sistem Jual Beli *Followers* Instagram Pada Masyarakat Kelas Menengah di Kota Parepare”.

Penelitian ini mengkaji tentang persoalan ,“1. Bagaimana sistem jual beli *followers* Instagram pada masyarakat kelas menengah di kota Parepare, 2. Bagaimana hukum ekonomi islam terhadap sistem jual beli *followers* Instagram pada masyarakat kelas menengah di kota Parepare”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem yang dilakukan dalam jual beli *followers* Instagram dan menjelaskan pandangan hukum ekonomi Islam terhadap sistem jual beli *followers*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field reaserch*) melalui pengumpulan data, mengelola data, dan menyajikan serta menganalisis data untuk menemukan kebenaran suatu pengetahuan yang dilaksanakan dengan metode ilmiah, dan dapat mencapai hasil yang valid agar sesuai dengan apa yang di harapkan, secara tepat dan searah untuk menjawab persoalan yang di teliti penulis. Untuk membedah masalah tersebut maka penulis menggunakan tinjauan tentang *mashlahah*, dan tinjauan tentang *gharar* untuk mencari validitas data yang berkaitan dengan permasalahan jual beli *followers* Instagram yang ada di media *online*.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa jual beli *followers* Instagram adalah jual beli *online* dengan transaksi tidak harus bertemu antara penjual dan pembeli dan transaksinya bisa lewat pulsa atau transfer bank dan jual beli *followers* Instagram adalah jual beli yang dibolehkan. Jual beli *followers* telah memiliki syarat-syarat dalam jual beli seperti status kepemilikan objek dari penjual, maka jual beli *followers* termasuk jual beli yang sudah sesuai dengan syariat dan juga status objek tersebut adalah kemampuan dari penjual karena menjual jasa ke orang lain, jual beli ini mempunyai banyak manfaat tanpa mendatangkan mudharat. Jual beli ini tidak mengandung unsur kecurangan, namun sebaliknya jual beli ini mempunyai manfaat yang dapat membantu masyarakat khususnya pembeli *followers* yang ingin melakukan promosi di *online shop*.

Kata kunci: Analisis Hukum Ekonomi Islam, Jual Beli *Followers*, Instagram

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Tinjauan Teoretis.....	9
2.2.1 <i>Mashlahah</i> .....	9
2.2.2 <i>Gharar</i> .....	19
2.3 Tinjauan Konseptual.....	27
2.4 Kerangka Pikir.....	34

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
3.3 Fokus Penelitian.....	37
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran tentang <i>middle class</i> .....	42
4.2 sistem jual beli <i>followers</i> Instagram pada masyarakat kelas menengah di kota Parepare.....	50
4.3 hukum ekonomi islam terhadap sistem jual beli <i>followers</i> Instagram pada masyarakat kelas menengah di kota Parepare .....	61
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan .....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
Tabel 2.4	Kerangka Pikir	32



## DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1	persentase pengguna akses sosial media di Indonesia	45
Gambar 2	persentase pengguna akses sosial media di Indonesia	45



**DAFTAR LAMPIRAN**

No. Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Surat Izin Meneliti dari Kampus
Lampiran 2	Surat Izin Penelitian dari DPMPTSP
Lampiran 3	Surat Keterangan Selesai Meneliti
Lampiran 4	Daftarhargafollowers
Lampiran 5	pedomanwawancara
Lampiran 6	Surat Keterangan Wawancara
Lampiran 7	Dokumentasi
Lampiran 8	Biografi Penulis

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Fiqh Muamalah adalah hukum-hukum syara yang mengatur perbuatan manusia digali dari dalil-dalil Alqur'an ataupun hadis yang terperinci yang berhubungan dengan persoalan-persoalan dunia (Ekonomi) termasuk jual beli.<sup>1</sup> Jadi sebagai seorang muslim kita harus menjaga hubungan sesama manusia karena setiap orang memiliki hak dan kewajibannya masing-masing yang telah melekat sebagai hak asasi manusia yang diatur dengan syariat atau hukum Islam yang ditentukan. Hukum Islam dari zaman ke zaman terus berkembang dalam hal hubungan antara manusia dengan manusia atau disebut dngan muamalah, dalam suatu contoh jual beli yang mengalami perkembangan baik dari objek maupun konsep yang diperjualbelikan. Manusia dalam definisi di atas ialah seseorang yang telah mukallaf, yang telah dikenai beban taklif, yaitu yang telah berakal, balig dan cerdas.<sup>2</sup>

Sebagai orang muslim kita harus mengikuti aturan dalam jual beli yang sesuai dengan syari'at Islam. jual beli merupakan perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela antara kedua pihak, yang satu menerima benda dan pihak lain yang menerimanya sesuai dengan perjanjian dan ketentuan syara yang disepakati, artinya memenuhi persyaratan-persyaratan dan rukun-rukun Islam dalam jual beli. Karena kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat persaingan dalam jual beli semakin meningkat dengan melakukan berbagai

---

<sup>1</sup>Harun, *Fiqh Muamalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Pers, 2017), h.3

<sup>2</sup>Ghufroon Ihsan, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2010), h.4

cara. Sehingga hukum Islam harus bisa mengikuti zaman dan kondisi masyarakat mengenai jual beli. Hal ini membuat kegiatan ekonomi semakin instan dilakukan dan Kreativitas pengembangan model transaksi dan produk semakin tinggi.

Jual beli *online* merupakan Salah satu jual beli yang menggunakan teknologi sebagai medianya. Transaksi secara *online* kini mulai menjadi hal yang baru di masyarakat Kelas Menengah kota Parepare. Kegiatan ini dilakukan dengan berbagai kepentingan, baik kebutuhan untuk menjual atau membeli, produk atau jasa, dan belanja secara *online* sudah menjadi kebiasaan dan gaya hidup<sup>3</sup> masyarakat kota Parepare.

Transaksi jual beli dunia maya adalah sebuah transaksi dari internet yang menggunakan jaringan komputer yang saling terhubung antara satu dengan yang lain melalui media komunikasi.<sup>4</sup> Oleh karena itu sosial media atau yang sering disebut jejaring sosial merupakan salah satu hal yang paling dinamis di dunia saat ini, tidak hanya menjadi penghubung koneksi komunikasi antara manusia di dunia maya, akan tetapi sosial media sudah bisa digunakan dengan berbagai fungsi. Sosial media sering di manfaatkan oleh banyak orang untuk memenuhi berbagai macam kebutuhannya, mulai dari mengapresiasi diri, mengejar ketenaran, hingga mencari penghasilan.

Media sosial adalah sebuah aplikasi berbasis internet yang di bangun atas dasar ideologi dan teknologi web versi 2.0 yang memungkinkan terciptanya *website* yang interaktif.<sup>5</sup> Melalui jaringan internet dengan menggunakan sosial media maka kita bisa menambah hubungan dan interaksi dengan orang lain, baik yang kita kenal maupun yang belum dikenal.

---

<sup>3</sup>Sisti Handayani, *Laris Manis Jual Beli Lewat Kaskus* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), h.10

<sup>4</sup>Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.30

<sup>5</sup>Feri Sulianta, *Keajaiban sosial media* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), h.5

Model transaksi jual beli di dunia maya saat ini berkembang sangat pesat. Sarana transaksi juga menggunakan berbagai sarana yang ada dalam dunia maya. Transaksi di dunia maya umumnya menggunakan media sosial, seperti Instagram, Twitter, Facebook, Whatsapp, Blackberry Messenger dan media sosial lainnya. Dalam transaksi di dunia maya, para pihak yang bertransaksi itu tidak bertemu secara langsung, akan tetapi para pihak yang bertransaksi itu berkomunikasi langsung<sup>6</sup> menggunakan sosial media.

Beberapa layanan sosial media yang berkembang di internet, Instagram adalah salah satu media sosial yang banyak diminati di kota Parepare khususnya kalangan masyarakat kelas menengah. Dengan kesederhanaannya kini Instagram digunakan untuk berbagai keperluan seperti berbisnis. Instagram merupakan aplikasi media sosial yang bisa berbagi foto dan video, menerapkan filter berupa digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Jadi dengan menggunakan Instagram kita bisa dimanjakan dengan fitur-fitur berupa pengedit foto dan video serta bisa membagikannya ke media sosial Instagram dan dilihat oleh banyak orang.<sup>7</sup>

Faktanya menunjukkan bahwa penggunaan Instagram untuk keperluan bisnis sudah banyak, mulai dari kalangan usaha kecil, menengah, hingga perusahaan besar. Instagram digunakan sebagai sarana promosi maupun penjualan dari produk yang dipasarkan tanpa harus mengeluarkan banyak biaya pemasaran dan merasa lebih efektif, sehingga menjadi alasan-alasan utama kalangan pebisnis yang ada di kota Parepare untuk menjadikan Instagram sebagai sarana berpromosi. Instagram menyediakan fitur mengikuti dan berhenti mengikuti (*follow and unfollow*) serta

---

<sup>6</sup>Imam mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.32

<sup>7</sup>Alif Ryan Zulfikar, Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Brand Trust Pada Followers Instagram Dompot Dhuafa Cababng Yogyakarta, *Jurnal Al-idarah*, Vol. 1, No. 2, h. 381

Instagram juga mempunyai istilah kepada penggunanya yaitu pengikut dan mengikuti (*followers and following*).

Biasanya para pengguna akun Instagram yang berada di kota Parepare, mereka hanya berpatokan pada jumlah *followers*, karena akan memberikan keuntungan untuk memaksimalkan promosi yang sedang di lakukan dengan tujuan untuk mengikat calon konsumen, dengan ketentuan *followers* tersebut adalah *real user* atau akun yang asli, bukan akun yang dibuat oleh bantuan *software* atau akun pasif (*fake/bot*) atau *bot followers* yang dinamakan sebagai robot yaitu *followers* yang di buat menggunakan *software* khusus yang mampu menambah ribuan *followers* dalam jangka waktu beberapa jam saja, berbeda dengan *real usser* atau akun aktif yang benar-benar dijalankan oleh manusia di dunia nyata.

Bagi pengguna individu yang menggunakan Instagram hanya untuk pribadinya saja dengan menaikkan jumlah *followers* yang banyak. Dengan kata lain jumlah *followers* pada sebuah akun menjadi semakin banyak dan menjadi tatapan publik di media sosial Instagram. Inilah alasan kenapa orang membeli *followers* sosial media yang banyak ditawarkan dengan harga murah, di lain sisi melihat dari permintaan tersebut banyak pula penyedia jasa penambah *followers* yang ada di kota Parepare dengan memberikan harga yang berbeda tergantung pada keinginan dan kebutuhan.

Melihat dari beberapa iklan ada yang menawarkan harga Rp.100.000/1000 *followers* aktif dan Rp.70.000/1000 *followers* pasif. Untuk pembayaran ada dua cara, yang pertama bisa melakukan transfer melalui Bank yang telah ditentukan oleh penyedia jasa *followers* dan yang kedua dengan cara menggunakan pembayaran melalui via pulsa.

Dalam jual beli *followers* yang diperjualbelikan adalah bukan berupa barang yang nyata melainkan berupa penambahan *followers* pada akun seseorang. Sebagai orang yang awan mungkin bertanya-tanya apakah penambahan sebuah *followers* adalah sebuah objek transaksi yang berwujud, bernilai dan dapat dimanfaatkan oleh seseorang.

Pada dasarnya hukum Islam secara khusus mensyaratkan objek yang dapat diperjualbelikan, diantaranya adalah barang tersebut harus berwujud, dapat dimanfaatkan serta bermanfaat bagi manusia dan milik sendiri. Jadi bagaimana dengan penjual *followers* apakah yang di perjualbelikan itu berwujud, dapat di manfaatkan serta bermanfaat bagi manusia dan apakah yang di perjualbelikan itu adslah kepunyaan penjual.

Penjelasan diatas ada yang menarik untuk diteliti yaitu jika dikorelasikan dengan hukum ekonomi islam, maka jenis beli seperti apa yang sesuai dengan jual beli tersebut, kemudian apa manfaat yang di peroleh penjual dan pembeli, apakah jual beli ini mengandung unsur penipuan. Maka dari itu peneliti bertujuan untuk meneliti permasalahan ini dengan judul "***Analissis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Sistem Jua lBeli Followers Instagram Pada Masyarakat Kelas Menengah di Kota Parepare***", untuk mengetahui apakah jual beli jasa *followers* ini sudah sesuai dengan hukum ekonomi Islam.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan rumusan permasalahan untuk dikaji, antara lain sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana sistem jual beli *followers* Instagram pada masyarakat kelas menengah di kota Parepare?
- 1.2.2 Bagaimana hukum ekonomi islam terhadap sistem jual beli *followers* Instagram pada masyarakat kelas menengah di kota Parepare?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Pada dasarnya segala hal yang dilakukan mempunyai tujuan tersendiri yang ingin di capai, begitupun pada penelitian ini. Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan :

- 1.3.1 Untuk mengetahui bagaimana sistem jual beli *followers* Instagram pada masyarakat kelas menengah di kota Parepare.
- 1.3.2 Untuk mengetahui bagaimana analisis hukum ekonomi islam terhadap sistem jual beli *followers* Instagram pada masyarakat kelas menengah di kota Parepare.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

- 1.4.1. Secara teoretis berguna sebagai bahan referensi mengenai hukum boleh atau tidaknya jual beli *followers* bagi masyarakat, khususnya bagi pembeli maupun penjual yang ingin melakukan transaksi jual beli *followers* Instagram.
- 1.4.2. Secara praktis berguna sebagai acuan bagi masyarakat, khususnya pengguna Instagram dalam melakukan jual beli *followers* Instagram.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berisi tentang uraian sistematis mengenai hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penulis berusaha untuk melakukan kajian awal terhadap literatur pustaka atau karya-karya yang mempunyai relevansi terhadap topik yang akan diteliti, sehingga mengetahui di mana letak perbedaan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Berdasarkan penelusuran literatur mengenai jual beli *followers* sosial media dalam pandangan hukum ekonomi Islam, penulis menemukan beberapa karya maupun tulisan ilmiah yang membahas permasalahan jual beli di sosial media maupun jual beli *followers* di sosial media. Adapun beberapa karya tersebut adalah sebagai berikut.

- 2.1.1. Penelitian pertama oleh Ica Nur Rufaidah yang berjudul “jual beli *followers like viewers* di Instagram perspektif hukum ekonomi syariah”. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang berlandaskan kajian literasi dan observasi penulis.<sup>8</sup> Dalam artikel ini penulis menganalisis tentang hukum praktik jual beli *followers, like, viewers* di Instagram agar dapat digunakan oleh praktisi yang memiliki *online shop* agar tidak menyalahgunakannya. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dibahas yakni jika penelitian ini yang di

---

<sup>8</sup>Ica Nur Rufaidah, Jual Beli *Followers Like Viewers* Di Instagram Perspektif Hukum Ekonomi Syariah, *Jurnal Al-Qist*, Vol. 9, No. 1. H. 32

perjualbelikan adalah *followers*, *like*, *viewers* di Instagram, sedangkan penelitian yang akan di bahas yaitu yang diperjualbelikan adalah hanya pada *followers* Instagram

- 2.1.2. Penelitian kedua oleh Mufida Herdani yang berjudul: “Jual Beli *Followers* Sosial Media Twitter Dalam Perspektif Hukum Islam”. Penelitian ini berkesimpulan bahwa mekanisme jual beli *followers* ini adalah ketika konsumen melakukan penawaran diawal untuk menyepakati berapa jumlah *followers* yang akan di beli, kemudian setelah melakukan transaksi administrasi maka pihak penjual tidak akan langsung menambah *followers* dari pihak pembeli karena membutuhkan waktu beberapa hari. Pandangan hukum Islam terhadap jual beli *followers* sekilas telah memenuhi syarat sesuai dengan rukun dan syarat fiqh muamalah, namun di sisi lain jual beli *followers* juga tidak sesuai dengan kaidah fiqh muamalah.<sup>9</sup> Persamaan yang terdapat pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dibahas yakni meneliti hukum jual beli *followers*. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dibahas yakni jika penelitian ini yang diperjualbelikan adalah *followers* dari akun sosial media Twitter, sedangkan penelitian yang akan dibahas saat ini yaitu yang di perjualbelikan adalah *followers* Instagram.
- 2.1.3. Penelitian ketiga oleh Anifayaqun Nisa Shahabyang berjudul “Tinjauan Hukum Perjanjian Syariah terhadap Jual beli Akun Sosial Media Instagram”. Dalam penelitiannya mengatakan bahwa jual beli akun sosial media Instagram

---

<sup>9</sup>Mufida Herdani, “*Jual Beli Followers Sosial Media Twitter Dalam Perspektif Hukum Islam*”, (Skripsi Serjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016), h.9

ini diketahui bahwa pada praktiknya secara rukun dan syarat terdapat ketidaksesuaian terhadap *ma'qud'alaih* yaitu harus jelas barangnya, jenis, suci, bermanfaat, dan dapat diserahkan serta diketahui oleh kedua pihak. Namun pada praktiknya obyek transaksi terdapat percampuran *followers* aktif dengan *followers* pasif dan salah satu pihak tidak mengetahuinya, maka pihak pembeli sepenuhnya tidak dapat memanfaatkannya karena adanya kecacatan terhadap obyek transaksi tersebut. Jual beli yang dimana salah satu pihak tidak mengetahuinya dikatakan sebagai jual beli *tadlis*.<sup>10</sup> Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dibahas yakni jika penelitian ini yang diperjualbelikan adalah akun sosial media Instagram, sedangkan penelitian yang akan dibahas saat ini yaitu yang di perjualbelikan adalah *followers* dari akun media sosial Instagram.

## 2.2 Tinjauan Teoretis

### 2.2.1 Tinjauan tentang *Mashlahah*

Secara etimologi *mashlahah* adalah turunan dari kata *shalaha*, *shad-lamha* yang berarti (baik), yaitu lawan dari kata buruk atau rusak. Kata *mashlahah* adalah singular (*mufrad*) dari kata *mashâlih* yang merupakan masdar dari *ashlaha* yang bermakna mendatangkan kemaslahatan. Sehingga kata *mashlahah* juga diartikan dengan *alshalâh* yaitu kebaikan atau terlepas darinya kerusakan.<sup>11</sup>

*Mashlahah* berasal dari bahasa Arab dari kata *al-Salah* yang berarti kebaikan dan manfaat (guna). Kata *al-mashlahah* adalah berbentuk mufrad (tunggal) dari kata *al-*

<sup>10</sup>Anifayaqun Nisa Shahab, “Tinjauan Hukum Perjanjian Syariah terhadap Jual beli Akun Sosial Media instagram” (Skripsi Sarjana Jurusan Bisnis Hukum Syariah UIN malang, 2018), h.6

<sup>11</sup>Muhammad Ali Rusdi, Mashlahat Sebagai Metode Ijtihad dan Tujuan Utama Hukum Islam, *Jurnal Syariah dan Hukum Diktum*, Vol.15, No.2, 2017, h.151-152

*mashalih*. Pengarang Kamus Lisan Al-'Arab menjelaskan dua arti, yaitu *al-maslahah* yang berarti *al-shalah* dan *al-mashlahah* yang berarti bentuk tunggal dari *al-mashalih*. Semuanya mengandung arti adanya manfaat baik secara asal maupun melalui suatu proses, seperti menghasilkan kenikmatan dan faedah ataupun pencegahan dan penjagaan, seperti menjauhi kemudharatan dan penyakit.<sup>12</sup> Sedangkan *Maslahah* dalam bahasa Indonesia berarti “sesuatu yang mendatangkan kebaikan”.<sup>13</sup>

Kamus Besar Bahasa Indonesia membedakan antara kata maslahat dengan kemaslahatan. Kata maslahat, menurut kamus tersebut, diartikan sesuatu yang mendatangkan kebaikan, faidah dan guna. Sedangkan kata kemaslahatan mempunyai makna kegunaan, kebaikan, manfaat, kepentingan.<sup>14</sup>

*Mashlahah* yang disebut juga *istishlah* secara terminologis, menurut ulama-ulama usul fiqh adalah *mashlahah* yang tidak ada ketetapan dalam *nash* yang membenarkan atau yang membatalkannya. Metode ini merupakan salah satu cara dalam menetapkan hukum yang berkaitan dengan masalah-masalah yang ketetapan sama sekali tidak disebutkan dalam *nash* dengan pertimbangan untuk mengatur kemaslahatan hidup manusia. Prinsipnya, menarik manfaat dan menghindari kerusakan (*jalb al-mashalih wa dar'u al-mafasid*) dalam upaya memelihara tujuan hukum yang lepas dari ketetapan dalil syara'.<sup>15</sup>

<sup>12</sup>Rachmat Syafe'I, *Ilmu Ushul Fiqh*, (Cet.1, Bandung: Cv Pustaka Setia, 1999), h.117

<sup>13</sup>Moh. Maulid, *Ushul Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer*, (Cet.II, Jakarta: Kencana, 2018), h. 119

<sup>14</sup>Agus Hermanto, *Konsep Maslahat Dalam Menyikapi Masalah Kontemporer (Studi Komparatif Al-Tûfi Dan Al-Ghazali )*, Vol. 14, No. 2, 2017, h. 437.

<sup>15</sup>Beni Ahmad Seibani, *Fiqh Siyasa*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h.77

*Mashlahah* menurut imam Malik sebagaimana dinukilkan oleh imam Syatibi dalam kitab *al-I'tisham* di buku Beni Ahmad Seibani adalah suatu *mashlahat* yang sesuai dengan tujuan, prinsip, dan dalil-dalil yang berfungsi untuk menghilangkan kesempitan baik yang bersifat primer maupun skunder. Sedangkan menurut imam al-Ghazali di dalam buku Andi Herawati *mashlahah* adalah memelihara tujuan-tujuan syari'at.<sup>16</sup>

*masalih* terikat pada konsep bahwa syariat ditujukan untuk kepentingan masyarakat dan berfungsi memberikan kemanfaatan dan menghilangkan kemudharatan. Keterikatan *maqasid asyasyariah* secara tegas dinyatakan oleh AsySyatibi Setiap kemaslahatan yang tidak ditunjukkan oleh *nash* secara khusus, akan tetapi hal itu sesuai dengan tindakan syara', maka *mashlahah* seperti ini dapat menjadi dasar hukum.<sup>17</sup>

#### 1. Pembagian dan Macam-Macam *Mashlahah*

Para ahli ushul fiqh mengemukakan beberapa pembagian *mashlahah* jika dilihat dari beberapa segi, Dilihat dari segi kualitas dan kepentingan kemaslahatan itu, mereka membaginya kepada tiga macam, yaitu:<sup>18</sup>

- a. *Mashlahah Al-Dharuriyah*, yaitu kemaslahatan yang berhubungan dengan kebutuhan pokok umat manusia di dunia dan di akhirat. Kemaslahatan seperti ini ada lima yaitu: (1) memelihara agama, (2) memelihara jiwa, (3) memelihara akal, (4) memelihara keturunan, (5) memelihara harta.

<sup>16</sup>Andi Herawati, Mashlahat Menurut Imam Malik dan Imam Al-Ghazali, *Jurnal Perbandingan*, Vol.3, No.2, 2013, h.46

<sup>17</sup>Rusdaya Basri, Pandangan At-tufi dan Asy-syatibi Tentang Mashlahat, *Jurnal Hukum Diktum*, Vol.9, No.2, 2011, h.183

<sup>18</sup>Muksana Pasaribu, Mashlahat dan Perkembangannya Sebagai Dasar Penetapan Hukum Islam, *Jurnaal Justitia*, Vol.1, No. 4, 2016, h. 353-355

- b. *Maslahah Al-Hajiyah*, yaitu kemaslahatan dalam menyempurnakan kemaslahatan pokok sebelumnya yang berbentuk keringanan untuk mempertahankan dan memelihara kebutuhan mendasar manusia. Misalnya diperbolehkan jual beli *saham* (pesanan), kerja sama dalam pertanian (*Muzara'ah*) dan yang lainnya. Kesemuanya di syariatkan Allah untuk mendukung kebutuhan mendasar *Al-Maslahih Al-Khansah* di atas.
- c. *Maslahah Al-Tahsiniyyah*, yaitu, kemaslahatan yang sifatnya pelengkap, berupa keleluasaan yang dapat melengkapi kemaslahatan sebelumnya. Misalnya, dianjurkan untuk memakan yang bergizi, berpakaian yang bagus, dan berbagai jenis cara menghilangkan najis dari badan manusia.

## 2. Bentuk-bentuk *Maslahah*

Para ulama ushul fiqh mengemukakan beberapa pembagian maslahat berdasarkan tinjauan yang berbeda, sehingga pembagian maslahat pada dasarnya dapat ditinjau dari beberapa segi, yaitu: segi kualitas dan kepentingannya, kandungan maslahat, perubahan maslahat, dan konteks legalitas formal.<sup>19</sup>

### a. Maslahat berdasarkan kualitas dan kepentingan kemaslahatan

- 1) *Al-mashlahah al-dharûriyyah*, yaitu kemaslahatan yang berhubungan dengan kebutuhan pokok manusia, baik terkait dengan dunia maupun terkait akhirat. Kemaslahatan dalam hal ini adalah *al-muhâfazhah al-khamsah* atau *al-mashâlîh al-khamsah* yang mencakup: memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam menjaga maslahat yang bersifat *dharûrî* (primer), diperoleh dengan dua hal yaitu: mempertahankan eksistensi

<sup>19</sup>Muhammad Ali Rusdi, *Maslahat Sebagai Metode Ijtihad Dan Tujuan Utama Hukum Islam*, *Jurnal Syari'ah Dan Hukum Diktum*, Vol. 15, No. 2, 2017, h. 155.

kemaslahatan yang sudah ada (*jalb al-mashâlih*); dan mengantisipasi atau mencegah hal yang dapat merusak atau menghilangkan potensi (*dar'u al-mafâsid*), atau dalam ungkapan al-Syâthibî, *jânib al-wujûd* dan *jânib al-'ada*.

- a) Memelihara agama. Salah satu fitrah atau naluri kemanusiaan yang tidak dapat dipungkiri dan sangat dibutuhkan oleh manusia adalah kebutuhan memeluk agama. Dalam rangka memenuhi fitrah dan naluri tersebut, maka Allah swt. mensyariatkan agama yang wajib dipelihara dan dijaga oleh setiap orang dalam segala hal, baik dalam hal akidah, ibadah, maupun muamalah. Dari segi *al-wujûd*, memelihara agama ditempuh misalnya dengan syariat salat, puasa, zakat, dan haji. Sedangkan dari segi *al-'adam*, disyariatkan jihad dan memerangi orang murtad.
- b) Memelihara jiwa. Hak hidup juga merupakan hak paling asasi bagi manusia. Dalam rangka menjaga kemaslahatan dan keselamatan jiwa serta kehidupan manusia, maka Allah swt. Mensyariatkan berbagai hukum yang terkait dengan hal tersebut. Dari segi *al-wujûd*, Islam misalnya mensyariatkan makan, minum, berpakaian, dan bertempat tinggal. Sedangkan dari segi *al-'adam*, di dalam Islam dikenal hukum kisas, diat, dan kafarat. Semua syariat tersebut dalam rangka mempertahankan kehidupan manusia.<sup>20</sup>
- c) Memelihara akal. Tidak dapat dipungkiri bahwa akal merupakan satu faktor penentu utama bagi seseorang dalam menjalani kehidupannya. Maka Allah swt. menjadikan pemeliharaan akal sebagai salah satu hal

---

<sup>20</sup>Muhammad Ali Rusdi, Maslahat Sebagai Metode Ijtihad Dan Tujuan Utama Hukum Islam, *Jurnal Syari'ah Dan Hukum Diktum*, h. 156.

*dharûrî*. Dari segi *al-wujûd*, menjaga akal diwujudkan misalnya dengan menambah dan memperluas ilmu dan wawasan. Sedangkan dari segi *al-'adam*, Allah swt. melarang meminum minuman keras, karena bisa mengganggu atau merusak fungsi akal dan hidup manusia.

- d) Memelihara keturunan. Berketurunan adalah masalah pokok bagi manusia dalam menjaga kelangsungannya di muka bumi. Dari segi *al-wujûd*, Islam mensyariatkan banyak hal, mulai dari menjaga pandangan terhadap lawan jenis sampai kepada syariat nikah, persusuan, dan nafkah. Sedangkan dari segi *al-'adam*, Islam melarang perzinaan, dan hal terkait seperti menuduh zina, serta segala konsekuensi hukumnya.
  - e) Memelihara harta benda. Harta benda juga merupakan faktor yang sangat menentukan dalam kehidupan manusia, karena manusia tidak dapat hidup tanpa harta. Dari segi *al-wujûd*, Islam mensyariatkan untuk mendapatkan harta dengan cara bermuamalah sesuai syariat, misalnya berusaha atau berbisnis untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan dari segi *al-'adam*, Islam melarang pencurian dengan ancaman hukuman dan konsekuensinya.<sup>21</sup>
- 2) *Al-mashlahah al-hâjiyyah*, yaitu kemaslahatan yang dibutuhkan dalam menyempurnakan kebutuhan pokok atau mendasar sebelumnya yang berbentuk keringanan untuk mempertahankan dan memelihara kebutuhan dasar manusia. Dalil akan hal ini adalah bahwa agama dibangun atas prinsip dasar untuk mencegah kesulitan dan kesukaran serta mendatangkan

---

<sup>21</sup>Muhammad Ali Rusdi, *Maslahat Sebagai Metode Ijtihad Dan Tujuan Utama Hukum Islam*, *Jurnal Syari'ah Dan Hukum Diktum*, h. 157.

kemudahan. Persoalan *hâjiyyât* (sekunder) menjadi salah satu lapangan dalam pembahasan maslahat, yaitu dalam menjaga pemenuhan dan penyempurnaan kebutuhan asasi. Dalam rangka mewujudkan maslahat sekunder ini, Allah swt. mensyariatkan banyak hal dalam berbagai bidang, termasuk ibadah, muamalah, dan lain-lain, yang semuanya untuk menunjang kebutuhan mendasar *al-mashâlih al-khamsah*. Dalam kaitan ibadah, misalnya Islam memberi keringanan meringkas salat (salat jamak, salat qasar), dan opsi berbuka puasa bagi orang yang sedang musafir. Dalam bidang muamalah, antara lain Islam membolehkan berburu binatang, melakukan jual beli pesanan (*baî‘ al-salam*), bekerja sama dalam pertanian (*muzâra‘ah*) dan perkebunan (*musâqah*).<sup>22</sup>

- 3) *Al-mashlahah al-tahsîniyyah*, yaitu kemaslahatan yang bersifat pelengkap berupa kekeluasan yang dapat melengkapi kemaslahatan sebelumnya. *Tahsîniyyah* juga berhubungan dengan *al-mashâlih al-khamsah*, meski *tahsîniyyah* merupakan kebutuhan manusia yang tidak sampai kepada kebutuhan *dharûrî*, juga tidak sampai kepada kebutuhan *hâjî*, namun kebutuhan ini perlu dipenuhi dalam rangka memberi kesempurnaan dan keindahan bagi hidup manusia. Dalam pandangan Ibn Âsyûr, *tahsîniyyah* termasuk faktor penunjang dalam mencapai kehidupan pribadi yang bahagia serta tatanan kehidupan bermasyarakat yang elok, aman dan tenteram, yang turut mencerminkan keindahan akhlak Nabi saw. dan agama Islam secara umum. Kaitannya dengan hal ini misalnya, Islam menganjurkan memakan

---

<sup>22</sup>Muhammad Ali Rusdi, Maslahat Sebagai Metode Ijtihad Dan Tujuan Utama Hukum Islam, *Jurnal Syari'ah Dan Hukum Diktum*, h. 158.

makanan yang bergizi, berpakaian yang bagus dengan menutup aurat, melakukan amalan-amalan sunnah sebagai ibadah tambahan, sampai pada hal-hal detail terkait adat masyarakat, baik itu adat yang berlaku universal seperti berbusana yang sopan, maupun adat yang berlaku lokal seperti urusan memanjangkan jenggot.

b. *Maslahah* berdasarkan kandungannya.

1) *Al-mashlahah al-‘ammah* atau *al-mashlahah al-kulliyah*, yaitu kemaslahatan umum yang menyangkut kepentingan orang banyak. Kemaslahatan umum itu tidak berarti untuk kepentingan semua orang tapi bisa saja untuk kepentingan mayoritas umat. Contoh dari masalah umum adalah menjaga agama agar tidak lenyap, menjaga umat untuk tidak tercarai berai, menjaga al-Qur’an agar tidak hilang atau berubah dengan cara menjaga para penghafal al-Qur’an dan mushaf, menjaga hadis-hadis Nabi saw. agar tidak tercampur dengan hadis palsu, dan masalah lainnya yang melibatkan orang banyak.

2) *Al-mashlahah al-khâshshah* atau *al-mashlahah al-juz‘iyah*, yaitu masalah yang bersifat individu atau kepentingan segelintir orang. Dan ini sangat jarang sekali seperti kemaslahatan yang berkaitan dengan pemutusan hubungan perkawinan seseorang yang dinyatakan hilang (*maqfud*).<sup>23</sup>

c. *Maslahah* berdasarkan perubahan *masalah*

1) *Al-mashlahah al-tsâbitah*, yaitu kemaslahatan yang bersifat tetap dan tidak akan berubah sampai akhir zaman. Misalnya kewajiban ritual ibadah, seperti salat, puasa, zakat, dan haji.

---

<sup>23</sup>Muksana Pasaribu, *Maslahat Dan Perkembangan Sebagai Dasar Penerapan Hukum Islam*, *Jurnal JUstitia*, Vol. 1, No. 4, 2014, h. 355.

2) *Al-mashlahah al-mutagayyirah*, yaitu kemaslahatan yang berubah-ubah sesuai dengan perubahan tempat, waktu, dan subjek hukum. Kemaslahatan seperti ini berkaitan dengan permasalahan muamalah dan adat kebiasaan, seperti dalam masalah makanan yang berbeda-beda antara satu daerah dan daerah lainnya.<sup>24</sup>

### 3. Pendapat para Imam Mazhab tentang *Mashlahah*

Jumhur Ulama bersepakat bahwa *mashlahah* merupakan asas yang baik bagi dibentuknya hukum-hukum Islam. Hanya saja jumhur Hanafiyah dan Syafi'iyah mensyaratkan tentang *mashlahah* ini, hendaknya dimasukkan di bawah *qiyas*. Yaitu sekiranya terdapat hukum ashal yang dapat diqiyaskan kepadanya dan juga terdapat illat *mundhabith* (tepat). Sehingga dalam hubungan hukum itu terdapat tempat untuk merealisasikan kemaslahatan.

Berdasarkan pemahaman ini mereka berpegang pada kemaslahatan yang dibenarkan syara', tetapi mereka lebih leluasa dalam menganggap *mashlahah* yang dibenarkan syara' ini, karena luasnya mereka dalam soal pengakuan syari' (Allah) terdapat illat sebagai tempat bergantungnya hukum yang merealisasikan kemaslahatan. Sebab hampir tidak ada *mashlahah* yang tidak ada dalil yang mengukur kebenarannya.<sup>25</sup>

Adapun golongan Malikiyyah dan Hanabiyah, mereka banyak membentuk hukum berdasarkan *mashlahah* semata, tanpa memasukkan ke dalam *qiyas*. Menurut Imam Malik, untuk menetapkan dalil ini, ia mengajukan tiga syarat dalam *mashlahah* yang dijadikan dasar pembentukan hukum, yaitu:

<sup>24</sup>Muksana Pasaribu, *Maslahat Dan Perkembangan Sebagai Dasar Penerapan Hukum Islam*, *Jurnal JUstitia*, h. 356.

<sup>25</sup>Sarmin Syukur, *Sumber-Sumber Hukum Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), h. 196

- a. Bahwa kasus yang dihadapi haruslah termasuk bidang muamalah, sehingga kepentingan yang terlihat didalamnya dinilai berdasarkan penalaran kasus tersebut tidaklah boleh menyangkut segi ibadah.
- b. Bahwa kepentingan tersebut mestilah sesuai dengan jiwa syariah dan tidak boleh bertentangan dengan salah satu sumber hukum didalamnya.
- c. Bahwa kepentingan tersebut haruslah berupa hal-hal yang pokok dan darurat, bukan sifat penyempurna. Hal pokok tersebut mencakup tindakan memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan kekayaan. Hal-hal yang darurat berhubungan dengan usaha untuk memperbaiki kehidupan, sedangkan hal-hal penyempurna bersifat “hiasan dan tambahan”.

Sebenarnya dalam masalah ini, empat imam mazhab mengakui apa yang disebut *mashlahah*. Hanya saja jumhur ulama Hanafiyah dan Syafi'iyah berupaya memasukkan *mashlahah* ke dalam *qiyas*. Mereka dalam masalah ini keras, demi memelihara hukum dan berhati-hati dalam soal pembentukan hukum. Adapun golongan Malikiyyah dan Hanabiyah, mereka menjadikannya sebagai dalil yang berdiri sendiri dengan nama *mashlahah mursalah*.

### 2.2.2 Tinjauan tentang *Gharar*

*Gharar* secara etimologi bermakna kekhawatiran atau resiko, dan *gharar* berarti menghadapi suatu kecelakaan, kerugian, atau kebinasaan. Dan *taghrir* adalah melibatkan diri dalam sesuatu yang *gharar*. Dikatakan *gharara binafsihi* berarti *aradhahuma lilhalakah min ghairi wa maalih taghriran an ya'rif* (jika seseorang melibatkan diri dan hartanya dalam kancah *gharar* maka itu berarti keduanya telah

dihadapkan kepada suatu kebinasaan yang tidak diketahui olehnya). *Gharar* juga dikatakan sebagai sesuatu yang bersifat tidak pasti (*uncertainty*)<sup>26</sup>

*Gharar* artinya jual beli barang yang mengandung kesamaran. Suatu akad mengandung unsur penipuan, karena tidak ada kepastian, baik mengenai daatau tidak ada objek akad, besarkecilnyajumlahmaupunmenyerahkanobjekakadtersebut.<sup>27</sup> Maksud jual beli *gharar* adalah apabila seorang penjual menipu saudara sesama muslim dengan caramen jual kepadanya barang dengan dagangan yang di dalamnya terdapat cacat. Penjual itu mengetahui adanya cacat tetapi tidak memberitahukannya kepada pembeli. Cara jual beli seperti ini tidak di bolehkan, karena mengandung penipuan, pemalsuan, dan pengkhianatan.<sup>28</sup> Sistem jual beli *gharar* ini terdapat unsur memakan harta orang lain dengan cara bathil. Padahal Allah melarang memakan harta orang lain dengan cara bathil.<sup>29</sup>

Perkataan *gharar* berasal dari kata dasar *gharara* yang bermaksud mendedahkan diri seseorang atau hartanya kepada kemusnahan secara tidak sadar. Secara umumnya *gharar* bermaksud bahaya, bencana atau resiko. Dalam istilah perundangan Islam *gharar* dikaitkan dengan kontrak jual beli yang diharamkan kerana mengandung unsur-unsur keraguan yang mungkin akan menyebabkan perselisihan antara pembeli dan penjual.<sup>30</sup> Terdapat *nash* Al-Qur'an yang memberi panduan tentang perlunya

<sup>26</sup>Muhammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis Dan Praktis*, (Cet. 1, Jakarta: Kencana Prenada Media Group), 2010, h.192

<sup>27</sup>Arif Hoetoro, *Ekonomi Mikro Islam: Pendekatan Integratif*, (Cet. 1, Malang: UB Press), 2018, h. 156.

<sup>28</sup>Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah: Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, (Cet. 4, Jakarta: Prenadamedia Group), 2012, h. 92.

<sup>29</sup>Abdul Maman, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Cet.4, Jakarta: Prenadamedia Group), 2012, h. 193

<sup>30</sup>Nor Aini Ali, Riba dan Gharar Dalam Insurans: Satu Analisis Fiqh, *Jurnal Fiqh*, Vol.1, No.2, 2014, h.101

dielakkan keraguan dan resiko yang menjadi puncak perselisihan, antaranya adalah Al-Qur'an surah Al-Mutaffifm: 1-3 dan Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿٢٩﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٣٠﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣١﴾

Terjemahnya :

kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.<sup>31</sup>

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٣١﴾

Terjemahnya :

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..<sup>32</sup>

Manakala *nash* dari hadist pula lebih menfokus pada contoh-contoh jual beli yang mengandung *gharar* seperti yang diriwayatkan oleh Abu Hurayrah r.a. bahawa, "Rasulullah saw melarang jual beli *mundbazah* (anak batu) dan jual beli *gharar*.

#### 1. Pandangan ulama-ulama *fiqh* terhadap *gharar*<sup>33</sup>

<sup>31</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013), h.25

<sup>32</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013), h.470

<sup>33</sup>Evan Hamzah Muchtar, Muamalah Terlarang Maysir dan Gharar, *Jurnal Asy-syukriyyah*, Vol.18, No.2, 2017, h.88

Menurut Madzhab Syafi'i, *gharar* adalah segala sesuatu yang akibatnya tersembunyi dari pandangan dan sesuatu yang dapat memberikan akibat yang tidak diharapkan/ akibat yang menakutkan. Sedang Ibnu Qoyyim berkata bahwa *gharar* adalah sesuatu yang tidak dapat diukur penerimaannya baik barang tersebut ada ataupun tidak ada, seperti menjual kuda liar yang belum tentu bisa di tangkap meskipun kuda tersebut wujudnya ada dan kelihatan.

Imam al-Qarafi mengemukakan bahwa *gharar* adalah suatu akad yang tidak diketahui dengan tegas apakah efek akad terlaksana atau tidak. Begitu juga yang disampaikan Imam Ibnu Taimiyah yang memandang *gharar* dari segi adanya ketidak pastian akibat yang timbul dari suatu akad. Sementara Ibnu Hazm melihat *gharar* dari segi ketidaktahuan salah satu pihak yang berakad tentang apa yang menjadi objek akad tersebut.<sup>34</sup>

### 2.2.3 Hukum *Gharar*

Syari'at Islam, jual beli *gharar* ini terlarang dan diharamkan. Jual beli *gharar* adalah jual beli yang samar sehingga kemungkinan adanya penipuan, seperti penjualan buah yang masih ada di pohon atau menjual buah yang atasnya kelihatan bagus tapi dibawahnya jelek. Banyak dalil yang menjelaskan tentang pengharaman jual beli *gharar*. Salah satunya adalah Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 42

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْمُونَ ﴿٤٢﴾

<sup>34</sup>Nadrattuzaman Hosen, Analisis Bentuk Gharar Dalam Transaksi Ekonomi, h. 55

Terjemahnya ;

Janganlah kalian campur adukkan antara kebenaran dan kebatilan, dan kalian sembunyikan yang benar padahal kamu mengetahuinya<sup>35</sup>

#### 2.2.4 Haramnya *Gharar* dalam Jual Beli

Menurut Ibn Jazi Al-Maliki, *gharar* yang dilarang ada 7 macam yaitu:

1. Tidak dapat diserahkan, seperti menjual anak hewan yang masih dalam kandung induknya.
2. Tidak diketahui harga dan barang.
3. Tidak diketahui sifat barang atau harga.
4. Menghargakan dua kali dalam satu barang.<sup>36</sup>
5. Menjual barang yang diharapkan selamat.
6. Jual beli mulasamah apa bila mengusap baju atau kain, maka wajib membelinya.<sup>37</sup>
7. Termasuk dalam transaksi *gharar* adalah menyangkut kuantitas barang. Dalam transaksi disebutkan kualitas barang yang berkualitas nomor satu, sedangkan dalam realisasinya kualitas berbeda. Hal ini mungkin diketahui dua belah pihak (ada kerjasama) atau sepihak saja (pihak pertama).

#### 2.2.5 Bentuk *Gharar*

Ditinjau dari isi kandungannya, bentuk-bentuk transaksi *gharar* menurut Abdullah Muslih terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Jual beli barang yang belum ada (*ma'dum*)

<sup>35</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013), h.5

<sup>36</sup>Adiwarman A. Karim dan Oni Sahroni, *Riba, Gharar Dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah Analisis Fikih Dan Ekonomi*, (Cet. 1, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada), 2015, h. 100.

<sup>37</sup>Adiwarman A. Karim dan Oni Sahroni, *Riba, Gharar Dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah Analisis Fikih Dan Ekonomi*, h. 101.

Tidak adanya kemampuan penjual untuk menyerahkan obyek akad pada waktu terjadi akad, baik obyek akad tersebut sudah ada ataupun belum ada (*bai' al-ma'dum*). Misalnya menjual ikan yang masih di dalam laut atau burung yang masih di udara. Hal ini didasarkan atas hadist Rasulullah Saw, "Janganlah kamu menjual ikan yang masih di dalam air, karena itu adalah *gharar*". (HR. Ahmad bin Hambal). Demikian juga dengan menjual budak yang melarikan diri, harta rampasan perang yang belum dibagi, harta sedekah yang belum diterima, dan hasil menyelam yang di dalam air.

## 2. Jual beli barang yang tidak jelas (*Majhul*)

- a. Menjual sesuatu yang belum berada di bawah penguasaan penjual. Bila suatu barang belum diserahkan di saat jual beli, maka barang tersebut tidak dapat dijual kepada yang lain. Sesuatu/barang jika belum diterima oleh si pembeli tidak boleh melakukan kesepakatan kepada yang lain untuk bertransaksi, karena wujud dari barang tersebut belum jelas, baik kriteria, bentuk dan sifatnya.
- b. Tidak adanya kepastian tentang sifat tertentu dari benda yang dijual. Rasulullah Saw bersabda: "Janganlah kamu melakukan jual beli terhadap buah-buahan, sampai buah-buahan tersebut terlihat baik (layak konsumsi)" (HR. Ahmad bin Hambal, Muslim, an-Nasa'i, dan Ibnu Majah).
- c. Tidak adanya kepastian tentang waktu penyerahan obyek akad. Jual beli yang dilakukan dengan tidak menyerahkan langsung barang sebagai obyek akad. Misalnya, jual beli dengan menyerahkan barang setelah kematian seseorang. Tampak bahwa jual beli seperti ini tidak diketahui secara pasti kapan barang tersebut akan diserahkan, karena waktu yang ditetapkan tidak jelas. Namun,

jika waktunya ditentukan secara pasti dan disepakati antara keduanya maka jual beli tersebut adalah sah.

- d. Tidak adanya kepastian obyek akad. Yaitu adanya dua obyek akad yang berbeda dalam satu transaksi. Misalnya, dalam suatu transaksi terdapat dua barang yang berbeda kriteria dan kualitasnya, kemudian ditawarkan tanpa menyebutkan barang yang mana yang akan di jual sebagai obyek akad. Jual beli ini merupakan suatu bentuk penafsiran atas larangan Rasulullah Saw untuk melakukan *bai'atain fi bai'ah*. Termasuk di dalam jual beli *gharar* adalah jual beli dengan cara melakukan undian dalam berbagai bentuknya.
  - e. Kondisi obyek akad tidak dapat dijamin kesesuaiannya dengan yang ditentukan dalam transaksi. Misalnya, transaksi/jual beli motor dalam kondisi rusak. Jual beli seperti ini salah satu bentuk dari *gharar* karena di dalamnya terkandung unsur spekulatif bagi penjual dan pembeli, sehingga sama halnya dengan melakukan jual beli undian.
3. Jual beli barang yang tidak mampu diserahkan.
    - a. Tidak adanya kepastian tentang jenis pembayaran atau jenis benda yang dijual.
    - b. Tidak adanya kepastian tentang jumlah harga yang harus dibayar. Misalnya, penjual berkata: "Saya jual beras kepada anda sesuai dengan harga yang berlaku pada hari ini." Ketidakpastian yang terdapat dalam jual beli ini merupakan illat dari larangan melakukan jual beli terhadap buah-buahan yang belum layak dikonsumsi.
    - c. Tidak adanya ketegasan bentuk transaksi, yaitu adanya dua macam atau lebih transaksi yang berbeda dalam satu obyek akad tanpa menegaskan bentuk transaksi mana yang dipilih sewaktu terjadi akad. Bentuk jual beli seperti ini merupakan

larangan seperti halnya Rasulullah Saw melarang terhadap terjadinya dua jual beli/transaksi dengan satu akad (*bai'atani fi bai'ah*).

- d. Adanya keterpaksaan, antara lain berbentuk: (a) Jual beli lempar batu (*bai al hasa*), yaitu seseorang melempar batu pada sejumlah barang dan barang yang terkena batu tersebut wajib untuk dibelinya. Larangan terhadap jual beli tersebut berdasarkan hadist Rasulullah Saw, yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah r.a: Rasulullah Saw melarang jual beli lempar batu dan jual beli yang mengandung tipuan.”(HR. al-Jama’ah kecuali Bukhari). (b). Jual beli dengan saling melempar (*bai' al-munabazah*) yaitu seseorang melemparkan bajunya kepada orang lain dan jika orang yang dilemparkan tersebut melemparkan bajunya kepada yang melemparnya maka diantara keduanya wajib untuk melakukan jual beli, meskipun pembeli tidak tahu akan kualitas dari barang yang dibelinya. (c). Jual beli dengan cara menyentuh (*bai' al-mulamasah*), yaitu jika seseorang menyentuh suatu barang maka barang itu wajib dibelinya, meskipun ia belum mengetahui dengan jelas barang apa yang akan dibelinya.

#### 2.2.6 *Gharar* dalam Trnsaksi Ekonomi

Transaksi perdagangan umumnya mengandung risiko untung dan rugi. Hal yang wajar bagi setiap orang berharap untuk selalu mendapatkan keuntungan, tapi belum tentu dalam setiap usahanya akan mendapatkan keuntungan. Menurut Imam Ghazali bahwa motivasi seorang pedagang adalah keuntungan, yaitu keuntungan di dunia dan keuntungan di akhirat. Risiko untung dan rugi merupakan kondisi yang tidak pasti dalam setiap usaha.<sup>38</sup>

<sup>38</sup>Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: Ichtar BAru Van Hoeve, 1996) h. 79

Dapat ditegaskan bahwa Islam tidak melarang suatu akad yang hanya terkait dengan risiko atau ketidakpastian. Hanya bila risiko tersebut sebagai upaya untuk membuat satu pihak mendapatkan keuntungan atas pengorbanan pihak lain, maka hal tersebut menjadi *gharar*. Menurut Ibnu Taimiyah sudah jelas bahwa Allah Swt dan Rasulullah Saw tidak melarang setiap jenis risiko. Begitu juga tidak melarang semua jenis transaksi yang kemungkinan mendapatkan keuntungan atau kerugian ataupun netral (tidak untung dan tidak rugi). Yang dilarang dari kegiatan semacam itu ialah memakan harta orang lain secara tidak benar, bahkan bila tidak terdapat risiko, bukan risikonya yang dilarang.

Yang menjadikan *gharar* dilarang adalah karena keterkaitannya dengan memakan harta orang lain dengan cara tidak benar, jadi bukan semata-mata adanya unsur risiko, ketidakpastian ataupun disebut pula dengan *game of chance*. Karena hal ini akan mengakibatkan merugikan bagi pihak lain.

#### 2.2.7 Kriteria *Gharar*

*Gharar* terjadi pada akad *mu'awadah* (transaksi bisnis). *Gharar* terjadi pada akad-akad bisnis seperti jual beli. Sebaliknya *gharar* tidak berpengaruh pada akad-akad *tabarru'at* atau sosial seperti akad hibah dan akad wasiat walaupun unsur *gharar*-nya berat.<sup>39</sup>

Kaidah ini sesuai dengan logika fiqh dan *maqasid* karena dalam bisnis yang berlaku hanyalah pertukaran dan timbal balik, masing-masing pelaku menerima haknya, baik barang maupun keuntungan. Menurut ulama *gharar* dibagi menjadi dua yang dikutip oleh adiwarna dalam bukunya diantaranya adalah *gharar* berat dan *gharar* ringan. *Gharar* berat adalah *gharar* yang bisa dihindarkan dan menimbulkan perselisihan antara pelaku. Sedangkan *gharar* ringan adalah *gharar* yang tidak bisa

---

<sup>39</sup>Adiwarna A. Karim, *Riba Gharar dan Kaidah-Kaidah Ekonomi syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo Pers, 2015), h.77

dihindarkan dalam setiap akad dan dimaklumi menurut *urf tujar* (tradisi pebisnis) sehingga pelaku akad tidak dirugikan dengan *gharar* tersebut.

### 2.3 Tinjauan Konseptual

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam pengertian judul penelitian ini, maka penulis perlu memberikan penegasan istilah dari istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian ini:

2.3.1 Analisis adalah proses pencarian atau masalah kompleks menjadi bagian-bagian kecil sehingga bisa lebih mudah dipahami. Analisis berasal dari bahasa Yunani, *analisis*, analisa. (1). Suatu pemeriksaan dan penafsiran mengenai hakikat dan makna sesuatu, misalnya data riset. (2). Pemisahan dari suatu keseluruhan ke dalam bagian-bagian komponennya. (3). Suatu pemeriksaan terhadap keseluruhan untuk mengungkap unsur-unsur dan hubungan-hubungannya. (4). Kegiatan berpikir pada saat mengkaji bagian-bagian, komponen-komponen, atau elemen-elemen dari suatu totalitas untuk memahami ciri-ciri masing-masing bagian, komponen atau elemen dan kaitan-kaitannya. (5). Dalam matematika, suatu cabang kajian yang terutama berhubungan dengan konsep-konsep kontinuitas, fungsi, dan limit. Bagian yang terpenting dari analisis adalah kalkulus. Yang belakangan ini terdiri atas dua bagian utama, yaitu kalkulus diferensial dan kalkulus integral. Bagian lainnya, antara lain meliputi geometri analitis, persamaan-persamaan diferensial. Bagian analisis dalam suatu karya ilmiah, misalnya, makalah, skripsi, tesis, dan disertasi, umumnya merupakan "puncak" ujian bagi seorang

penulis. Kekeliruan dalam menganalisis dan menafsirkan data membawa akibat yang besar terhadap kesimpulan dan juga saran.<sup>40</sup>

2.3.2 Hukum ekonomi islam merupakan ilmu yang mempelajari segala perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan tujuan memperoleh kedamaian dan kesejahteraan dunia akhirat. Perilaku manusia di sini berkaitan dengan landasan-landasan syariah sebagai rujukan berperilaku dan kecenderungan-kecenderungan dari fitrah manusia. Kedua hal tersebut berinteraksi dengan porsinya masing-masing sehingga terbentuk sebuah mekanisme ekonomi (muamalah) yang khas dengan dasar-dasar nilai ilahiyah.<sup>41</sup>

2.3.3 Sistem adalah sekelompok komponen dan elemen yang digabungkan menjadisatu untuk mencapai tujuan tertentu. Ada pengertian sistem menurut para ahli Adalah Sebagai Berikut :

1. Menurut Fat pengertian sistem adalah sebagai berikut: "Sistem adalahsuatu himpunan suatu "benda" nyata atau abstrak (*a set of thing*) yang terdiri dari bagian-bagian atau komponen-komponen yang saling berkaitan, berhubungan, berketergantungan, saling mendukung, yang secara keseluruhan bersatu dalam satu kesatuan (*Unity*) untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien dan efektif."

<sup>40</sup>Komaruddin, *Kamus istilah Karya tulis Ilmiah*, (Cet.6. jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), h.15-16

<sup>41</sup>Agus Arwan, Epistemologi Hukum Ekonomi Islam, *Jurnal Muamalah*, Vol.15, No. 1, 2012, h.144

2. Pengertian Sistem Menurut Indrajit mengemukakan bahwa sistem mengandung arti kumpulan-kumpulan yang dimiliki unsur keterkaitan antara satu dengan lainnya.
  3. Pengertian Sistem Menurut Jogianto mengemukakan bahwa sistem adalah kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. sistem ini menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan yang nyata dari komponen-komponen adalah suatu objek nyata, seperti tempat, benda, dan orang-orang yang betul-betul ada dan terjadi. Dengan demikian sistem adalah suatu jaringan kerja prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan kegiatan atau untuk melakukan sasaran yang tertentu.<sup>42</sup>
- 2.3.4 Jual beli dalam kamus besar indonesia bermakna persetujuan yang salingmengikat antara penjual dan pembeli. Penjual sebagai pihak yangmenyerahkan barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang.<sup>43</sup>. Secara etimologi atau bahasa adalah pertukaran barang dengan barang (barter).<sup>44</sup> Jual beli merupakan istilah yang dapat digunakan untuk menyebut dari dua sisi transaksi yang terjadi sekaligus, yaitu menjual dan membeli. Secara terminologi fiqh jual beli di sebut dengan *al-ba'i* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.<sup>45</sup> Adapun pengertian jual beli menurut para ulama diantaranya sebagai berikut :

<sup>42</sup>Sardonoharjo, *Konsep Sistem Informasi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), h.1-2

<sup>43</sup>Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ketiga (Jakarta: Balai pustaka, 2005), h.478

<sup>44</sup>Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.21

<sup>45</sup>Mardani, *fiqh ekonomi syariah*,(Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2016), h.101

1. Ulama madzhab maliki, Syafi'i dan Hanbali memberikan pengertian jual beli adalah saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan pemilikan. Definisi ini menekankan pada aspek milik pemilikan, untuk membedakan tukar menukar harta atau barang yang tidak mempunyai akibat milik kepemilikan, seperti sewa menyewa. Demikian juga harta yang dimaksud adalah harta dalam pengertian luas, bisa barang atau uang.
2. Ulama Hanafiyah menjelaskan bahwa makna khusus pada pengertian pertama tadi adalah ijab dan kabul, atau juga bisa melalui saling memberikan barang dan menetapkan harga antara pembeli dan penjual. Serta yang diperjualbelikan itu harus bermanfaat bagi manusia, seperti menjual bangkai, minuman keras dan darah tidak dibenarkan.<sup>46</sup>

Berdasarkan definisi di atas maka pada intinya jual beli itu adalah tukar menukar barang. Hal ini telah dipraktikkan oleh masyarakat primitif ketika uang belum digunakan sebagai alat tukar menukar barang, yaitu dengan sistem barter. Meskipun jual beli dengan sistem barter telah ditinggalkan, diganti dengan sistem mata uang, tetapi terkadang esensi jual beli seperti ini masih berlaku, sekalipun untuk menentukan jumlah barang yang ditukar tetapi di perhitungkan dengan nilai mata uang tertentu.

2.3.5 *Followers* adalah salah satu fitur yang ada pada Instagram yang dinamakan pengikut dalam artian orang yang mengikuti atau updates terhadap sosial media anda. Adapun jenis *followers* adalah sebagai berikut:

---

<sup>46</sup>Syaifullah, Etika Jual Beli Dalam Islam, *Jurnal Studika Islamika*, Vol. 11, No .2, 2018, h.374

1. *Follwers* Pasif adalah *user* bule atau *bot* yang tidak dapat *like* dan *comment* foto anda, mereka hanya dapat memperbanyak *followers* anda saja.
2. *Followers* Aktif adalah *user* Instagram real human yang aktif bermain instagram dan yang berasal dari indonesia, dan sewaktu-waktu bisa *unfoll*, *like*, *comment* pada foto anda jika mereka mau karena mereka orang asli.

2.3.6 Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Instagram menurut Atmoko dalam bukunya Instagram Handbook adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* dan *followers*. *Following* berarti mengikuti, sedangkan *followers* berarti pengikut. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan, Instagram merilis ikon baru dan tampilan yang lebih minimalis. Ikon Instagram berubah menjadi garis putih kamera yang tipis dan warna latar belakang pelangi.

Adapun fitur-fitur Instagram yang dapat digunakan diantaranya adalah sebagai berikut :<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup>Enny Nurcahyani, “*Pengaruh Fitur Instagram Stories sTerhadap Kepuasan Mahasiswa*”, (Skripsi Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung, 2016), h.10

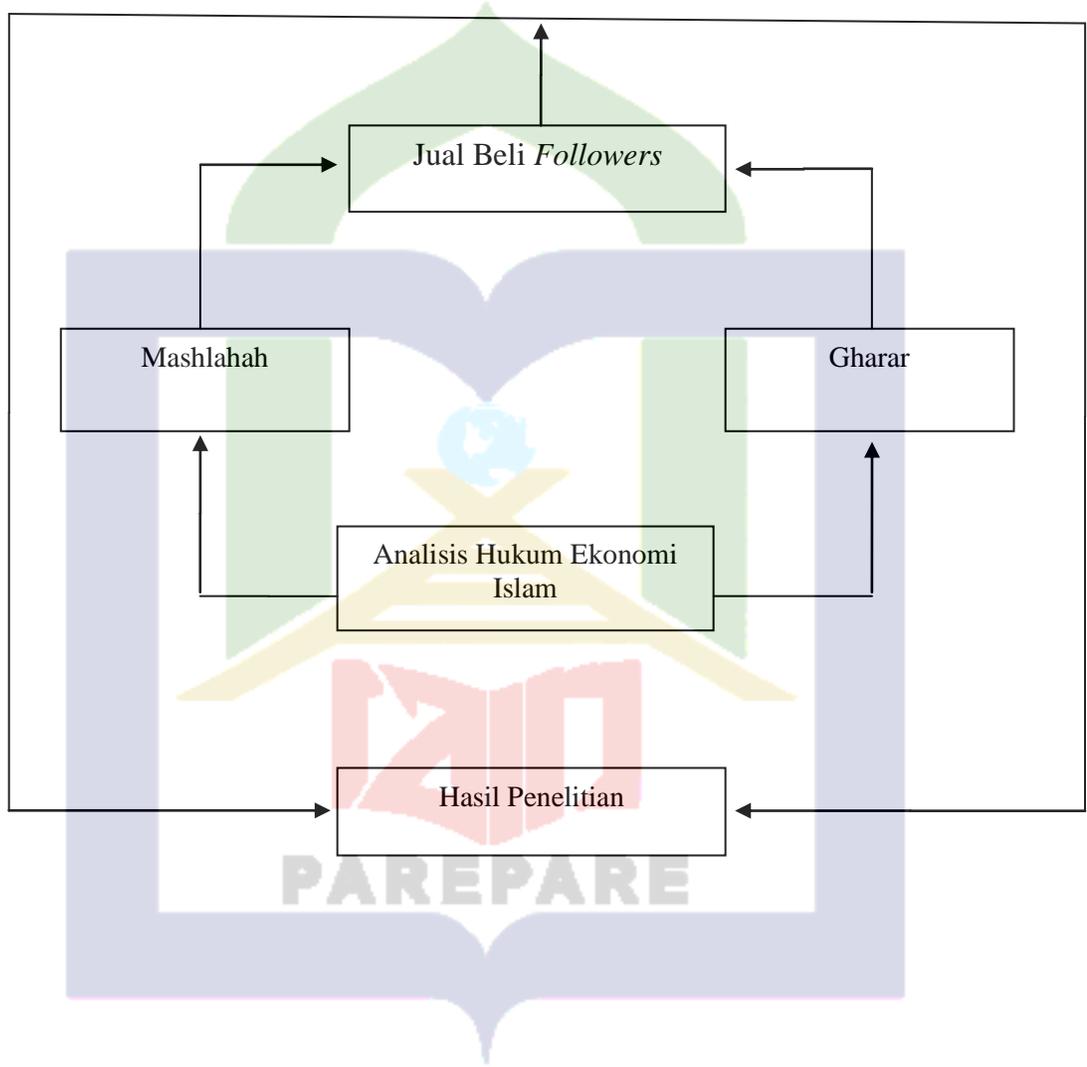
1. *Square cropping*, salah satu fitur unik yang dimiliki Instagram adalah memotong foto berbentuk kotak persegi dengan rasio 4:4. Foto yang diunggah pun haruslah berbentuk kotak persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak *Instamatic* atau *Polaroid*.
2. *Gallery*, ruang untuk memasang foto, di dalam situs Instagram, para pengguna dapat mengunggah foto dan memasang foto sendiri. Selain foto, pengguna juga dapat mengunggah video.
3. *Like*, pengguna Instagram bisa memberi apresiasi terhadap foto yang diunggah dengan tombol “*like*”.
4. *Comment*, pengguna Instagram bisa mengomentari foto yang diunggah dan mendapatkan *feedback* dari pemilik akun.
5. *Home*, halaman utama saat membuka aplikasi Instagram, berupa rangkaian berita mengenai foto-foto terbaru yang baru saja diunggah oleh akun-akun yang diikuti oleh pengguna.
6. *Direct*, fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto secara pribadi ke akun yang diinginkan. Dengan fitur ini foto atau video yang diunggah hanya bisa dilihat oleh akun yang dipilih oleh pengguna.
7. *News Bar*, fitur yang memberitahu pengguna mengenai aktivitas terbaru yang ada di fotonya dan foto yang dikomentari oleh pengguna (*komentar, like, followers* baru, *mention*, dan sebagainya).
8. *Explore*, adalah bar berisi kumpulan foto populer yang banyak mendapat *like* di Instagram.
9. *Search*, adalah fitur untuk pencarian tagar maupun akun. Kelas menengah adalah sebuah kelas masyarakat di tengah hierarki sosial. Dalam istilah

sosio-ekonomi weberian, kelas menengah adalah sekelompok besar masyarakat kontemporer yang secara sosio-ekonomi jatuh di antara kelas bawah dan kelas atas.

#### 2.4 Bagan Kerangka Pikir

Hukum Islam adalah sekumpulan aturan keagamaan perintah-perintah Allah yang mengatur perilaku kehidupan orang Islam dalam seluruh aspeknya. “Ajaran Islam selalu menuntun kita dalam mengamalkan nilai-nilai syariat agar kita terhindar dari berbagai hal yang bertentangan dari ajaran Islam itu sendiri. Dalam sistem jual beli merupakan cara yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan tetap berpedoman pada ajaran-ajaran Islam untuk menjalankan kehidupan dunia.

Penelitian ini akan membahas tentang analisis hukum ekonomi Islam terhadap sistem jual beli *followers* Instagram pada masyarakat kelas menengah di kota Parepare. Untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian ini maka perludanya gambaran penelitian yang jelas dalam bentuk bagan kerangka pikir sebagai bentuk penjelasan-penjelasan dalam sistem jual beli *followers* Instagram di kota Parepare adalah sebagai berikut.



## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif adalah penelitian yang fokus pada fenomena sosial dan cenderung menggunakan analisis.<sup>48</sup> penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan di masyarakat maupun kelompok tertentu, dan langsung mencari data kelapangan untuk mengetahui fenomena yang terjadi di lapangan terkait dengan permasalahan yang diangkat peneliti.

### 3.2 Lokasi Dan waktu Penelitian

#### 3.2.1 Lokasi

Dalam rangka mempertanggung jawabkan data yang di peroleh, penetapan lokasi sangat penting untuk melaksanakan penelitian ini. Peneliti menetapkan lokasi penelitian di Kota Parepare. Penulis mengambil lokasi tersebut karena tingkat penggunaan media sosia DANl *online shop* di Kota Parepare sangat banyak dan meningkat dari waktu ke waktu.

#### 1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Parepare adalah sebuah daerah bergelar Kota dan bukan Kabupaten, yang merupakan kota kedua setelah Kota Makassar. Berdasarkan surat Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah No. 3 Tahun 1970 ditetapkan hari kelahiran Kota Parepare tanggal 17 Februari 1960. Salah satu tokoh terkenal yang lahir di kota ini adalah B.J. Habibie, Presiden RI ke-3. Kota Parepare merupakan salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang memiliki posisi strategis karena terletak

---

<sup>48</sup>Emzir, *Analisis Data Metodologi Penelitian Kualitatif* (jakarta: Rajawali pers, 2012), h.2

pada jalur perlintasan transportasi darat maupun laut, baik arah Utara - Selatan maupun Timur - Barat, dengan luas 99,33 km<sup>2</sup>. Secara geografis terletak antara 3°57'39" - 4°04'49" Lintang Selatan dan 119°36'24" - 119°43'40" Bujur Timur. Berbatasan dengan Kabupaten Pinrang di sebelah utara, Kabupaten Sidrap di sebelah timur, Kabupaten Barru di sebelah selatan, dan Selat Makassar di sebelah barat

Secara administratif pemerintahan terbagi menjadi 22 Kelurahan yang terbagi dalam 4 wilayah Kecamatan, yaitu Kecamatan Bacukiki, Kecamatan Bacukiki Barat, Kecamatan Ujung, dan Kecamatan Soreang. Kota Parepare setiap tahun mengalami peningkatan jumlah penduduk, yang disebabkan oleh adanya pertumbuhan penduduk Kota Parepare itu sendiri maupun migrasi dari daerah sekitar Kota Parepare. Jumlah penduduk Kota Parepare Tahun 2018 berjumlah 143.710 jiwa yang tersebar di 4 Kecamatan dan 22 Kelurahan. Kecamatan Soreang mempunyai jumlah penduduk terbanyak yaitu 45.640 jiwa. Kemudian Kecamatan Bacukiki Barat sebanyak 44.033 jiwa, Kecamatan Ujung sebanyak 34.847 jiwa, dan Kecamatan Bacukiki sebanyak 19.190 jiwa.<sup>49</sup>

### 3.2.2 Waktu penelitian

Kegiatan Penelitian dilaksanakan dalam jangka waktu selama 2 bulan lamanya, sesuai waktu yang <sup>telah</sup> di tetapkan.

### 3.3 Fokus Penelitian

Penetapan fokus penelitian untuk mengungkapkan garis besar dari penelitian yang dilakukan dalam studi dengan konsentrasi terhadap masalah yang akan diteliti.

<sup>49</sup>Badan Pusat Statistik Kota Parepare, *Kota Parepare Dalam Angka 2019*, h.48

Adapun penelitian ini berfokus pada jual beli *followers* ditinjau dari analisis hukum ekonomi islam.

### 3.4 Jenis Dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 3.4.1 Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh langsung dari partisipan yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti.<sup>50</sup> Dalam hal ini data primer yang diperoleh peneliti bersumber dari penjual dan pembeli yaitu dengan memberikan penjelasan berupa wawancara yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### 3.4.2 Sumber Data Skunder

Data skunder adalah bahan-bahan yang menjelaskan sumber data primer yaitu seperti hasil penelitian, pendapat para pakar yang mendukung pembahasan atau hasil dari karya ilmiah. Data skunder diperoleh dari penelitian kepustakaan (*library research*)

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

karena Penelitian ini bersifat kualitatif maka,dalam usaha pengumpulan data untuk penelitian ini digunakan beberapa metode, yaitu:<sup>51</sup>

#### 3.5.1 Observasi

Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Untuk pengumpulan data dengan cara observasi, peneliti harus terjun ke lapangan, masyarakat, tetanga, organisasi,

---

<sup>50</sup>Muhammad Prabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi akasara, 2006), h.57

<sup>51</sup>Tatang M, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Rajawali, 1990), h.92

komunitas. Data yang di observasi dapat berupa gambaran tentang sikap, kelakuan, perilaku, tindakan, keseluruhan interaksi antar manusia.<sup>52</sup>

### 3.5.2 Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan pada partisipan. Pada praktiknya peneliti menyiapkan daftar pertanyaan untuk diajukan secara langsung kepada parapartisipan yang ingin di wawancara. Dalam wawancara tersebut, peneliti akan merekam semua apa yang di sampaikan oleh partisipan agar peneliti bisa memutar kembali dan didengar berkali-kali untuk di analisis.

### 3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa gambar-gambar yang berkaitan dengan jual beli *followers*.

## 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan, dan materi-materi lain yang telah di kumpulkan untuk meningkatkan pemahaman sendiri mengenai materi-materi tersebut dan untuk memungkinkan menyajikan apa yang sudah ditemukan pada orang lain.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup>J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), h.112

<sup>53</sup>Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.85

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis data deskriptif kualitatif, yaitu melukiskan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta yang diperoleh. Proses analisis dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber.

Secara garis besar data dapat digolongkan menjadi dua macam, data kualitatif dan data kuantitatif. Dengan demikian menganalisis data dapat dilakukan dengan dua teknik, yaitu metode (teknik) analisis kualitatif dan kuantitatif (statistik). Analisa secara kualitatif maupun statistik keduanya memiliki kekuatan dan kelemahan masing-masing.<sup>54</sup>

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field Research*), merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realitas tentang suatu fenomena muamalah yang terjadi di masyarakat. Dalam hal ini akan langsung mengamati sistem jual beli *followers* di media sosial Instagram dengan beberapa teknik analisis data diantaranya adalah:

### 3.6.1 Analisis deskriptif

Penelitian ini dianalisa dengan menggunakan teknik deskriptif analisis, yaitu menggambarkan kondisi, situasi, atau fenomena yang tertuang dalam data yang diperoleh<sup>55</sup> jual beli *followers* Instagram. Analisis data dalam penelitian ini mengunakan pola pikir induktif, yaitu menganalisa data khusus yang telah dikumpulkan sebagai dasar membangun sebuah hipotesis yang kemudian ditarik suatu kesimpulan yang bersifat umum tentang analisis hukum ekonomi islam

---

<sup>54</sup>Tatang M, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Rajawali, 1990), h.95

<sup>55</sup>Muhammad Burhan, *Penelitian Kualitatif Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2011), h.68

terhadap sistem jual beli *followers* Instagram pada masyarakat kelas menengah di kota Parepare.

### 3.6.2 Pengolahan data

Pengolahan data diartikan sebagai rangkaian proses mengolah data yang diperoleh kemudian disusun dengan tujuan, rancangan, dan sifat penelitian. Metode pengolahan data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:<sup>56</sup>

1. *Identifikasi* data adalah pengenalan dan pengelompokan data sesuai dengan judul skripsi yang memiliki keterkaitan yang relevan. Data yang diambil adalah data yang berkaitan dengan hukum islam yang berhubungan dengan jual beli *followers* Instagram.
2. Reduksi data adalah kegiatan memilih data yang relevan dengan pembahasan agar penulisan skripsi menjadi efektif dan mudah dipahami nantinya oleh pembaca.
3. *Editing* data yaitu proses pemeriksaan data hasil penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan keabsahan data yang akan dideskripsikan dalam menentukan jawaban pokok permasalahan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data yang berkualitas sesuai dengan literatur yang didapatkan dari sumber bacaan.
4. *Verifikasi* data yaitu melakukan pemeriksaan kembali terhadap sumber data yang diperoleh untuk menentukan keaslian data yang telah diperoleh.

---

<sup>56</sup>Sugyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, Cet. Ke-10, 2010), h.17

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gamabran tentang *Middle Class*

Kelas menengah yang kemudian disebut *middle class* adalah kelompok yang cukup menarik dibahas terutama di perkotaan. Kota yang dikatakan sebagai pusat perubahan sosial merupakan tempat yang cukup strategis bagi pertumbuhan dan perkembangan ekonomi ataupun budaya terutama pada kalangan kelas menengah. Posisinya pada tingkat tengah menjadikan kelas ini sebagai penyambung antara kelas bawah dan kelas atas, karenanya kelas menengah ini juga bisa dikatakan sebagai kelas transisi. Kelompok menengah *middle class* merupakan kelompok penghubung dan jembatan antara kelompok “up” dan kelompok “down”. Sehingga kelompok ini sangat fleksibel.<sup>57</sup>

Adapun Pendekatan yang seringkali digunakan untuk mendefinisikan kelas menengah adalah pendekatan relatif dan pendekatan absolut. Pendekatan relatif mendefinisikan kelas menengah menurut okupansi, baik dari sisi pendapatan maupun konsumsi. Sementara pendekatan absolut mendefinisikan kelas menengah berdasarkan pendapatan atau pengeluaran konsumsi (*consumption expenditures*).<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup>Rofhani, Budaya Urban Muslim Kelas Menengah, *Jurnal Tasawuf Dan Pemikiran Islam*, Vol.3, No.1, 2013, h.198

<sup>58</sup>Easterly, The Middle Class Consensus And Economic Development, *Jurnal Of Economic Growth*, Vol.6, No.4,2016, h.317

## 1. Penentu munculnya kelas menengah

Ada beberapa faktor penentu yang mendorong pertumbuhan kelas menengah dan memberikan kontribusi lebih banyak bagi proses pembangunan, yaitu :<sup>59</sup>

### a. Pertumbuhan ekonomi dan distribusi pendapatan.

Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan cenderung mendorong penduduk untuk keluar dari kemiskinan dan masuk ke dalam kelompok kelas menengah. Karena pertumbuhan ekonomi berperan penting bagi pengurangan kemiskinan dan penambahan kelas menengah. Menurut Birdsall pertumbuhan yang inklusif (*inclusive growth*) yang dicirikan dengan pertumbuhan yang kondusif bagi peningkatan ukuran (*size*) dan dominasi ekonomi kelas menengah didorong oleh kebijakan-kebijakan yang menurunkan kemiskinan, yaitu disiplin anggaran (*fiscal discipline*) melalui manajemen utang yang baik, sistem perpajakan dan redistribusi yang adil, rendahnya volatilitas perdagangan, kebijakan moneter yang kokoh (yang menghasilkan inflasi yang stabil dan rendah), dan perbaikan infrastruktur.

### b. Lapangan kerja dan pendidikan

Ada dua faktor yang mendorong formasi dan menstimulus kelas menengah, yaitu: (1) lapangan kerja dengan upah yang stabil, dan wellpaid dengan berbagai manfaat (*benefits*), dan (2) pendidikan yang lebih tinggi.

### c. Mobilitas dan kerentanan

Walaupun kelas menengah tumbuh cukup cepat, namun ada bagian dari kelompok itu yang bisa dengan mudah berbalik menjadi miskin, terutama

---

<sup>59</sup>Muhammad Afdi Nizar, Kelas Menengah (Middle Class) Dan Implikasinya Bagi Perekonomian Indonesia, *Jurnal Ekonomi Mikro*, Vol.3, no.6, 2015, h.4

kelompok penduduk dengan pengeluaran sekitar US\$2 perhari. Artinya, kelompok ini masih sangat rentan untuk turun menjadi kelompok penduduk miskin.

## 2. Munculnya *Cyberspace* sebagai Ruang Publik Kelas Menengah

Jumlah pengguna Internet di Indonesia kini terus bertambah. Data Badan Pusat Statistik pada tahun 2011-2015 tercatat untuk kelompok usia 25-64 tahun, 79,02 persen pengakses internet berada di perkotaan dan hanya 20,98 persen penduduk pedesaan yang gemar berselancar dalam jaringan. Adapun pembagian berdasarkan jenis kelamin para akses internet tahun 2015 adalah 59,08 persen laki-laki dan 40,92 persen perempuan. Khusus wilayah perkotaan jumlah data terpilah penduduk usia 25-64 tahun yang berinternet ialah 22,87 persen perempuan dan 31,37 persen laki-laki.

Data lainnya menunjukkan pada Maret 2017 penetrasi internet di Indonesia sudah mencapai 50,4 persendari total populasi atau mencapai 132,7 juta pengguna internet. Statista.com memprediksi, pada tahun 2021, pengguna internet di Indonesia setidaknya akan mencapai 144,2 juta. Semakin banyak penduduk terhubung pada internet, semakin besar peluang untuk mendorong keterlibatan warga dalam aktivitas di dunia maya.

pengguna internet di Indonesia digolongkan berdasarkan usia. Pengguna internet di Indonesia berusia 35-44 tahun memperoleh persentase lebih besar yaitu 29.2 persen dari total pengguna internet, diikuti dengan pengguna usia 25-34 sebesar 24.4 persen, usia 10-24 sebesar 18.4 persen, lalu 45-54 tahun sebesar 18 persen, dan terakhir usia 56-65 sebesar 10 persen. Sedangkan bila digolongkan dari pekerjaan, setengah dari pengguna internet di Indonesia dengan persentase 62 persen merupakan golongan pekerja atau wiraswasta, diikuti oleh profesi ibu rumah tangga dengan

persentase 16.6 persen, lalu mahasiswa sebesar 7.8 persen dan pelajar 6.3 persen. Hal ini menunjukkan bahwa remaja merupakan konsumen potensial pengguna internet di Indonesia.<sup>60</sup>

Profil kelas menengah sebagai netizen aktif dalam pengguna internet di Indonesia sebagian besar didominasi kalangan pekerja (55 persen), mahasiswa (18 persen), dan juga ibu rumah tangga (16 persen). Pulau Jawa dan Bali sendiri menempatkan sebagai populasi internet terbesar sebesar 52 persen diikuti Sumatera sebesar 18,6 persen, sisanya 13,4 persen terkonsentrasi di Indonesia Timur. Adapun aktivitas penggunaan internet bagi kelas menengah Indonesia didominasi kebutuhan *leisure and pleasure* seperti halnya sosialisasi (71 persen), informasi (65,3 persen), mengikuti perkembangan zaman 51,2 persen), dan bersenang-senang (32,6 persen). Dengan melihat adanya berbagai temuan tersebut, bisa diindikasikan bahwa hubungan ketergantungan kelas menengah Indonesia terhadap internet semakin meningkat.

Kemunculan internet sebagai ruang publik baru kelas menengah Indonesia, hal itu sebenarnya bisa dilihat dari intensitas penggunaan sosial media sebagai alat utama media baru di Indonesia. Adapun media sosial utama yang menjadi trend di kalangan kelas menengah Indonesia seperti halnya WhatsApp, Facebook, dan Twitter yang diakses melalui perangkat *smartphone*. Mayoritas kelas menengah sebagai netizen aktif maupun pasif dalam *cyberspace* mengakses media sosial melalui *smartphone* mencapai 85 persen berbanding dengan akses lewat laptop mencapai 32 persen. Prosentase intensitas frekuensi penggunaan media sosial tersebut seperti halnya Facebook (14 persen), WhatsApp (12 persen), maupun Twitter (11 persen) sehingga

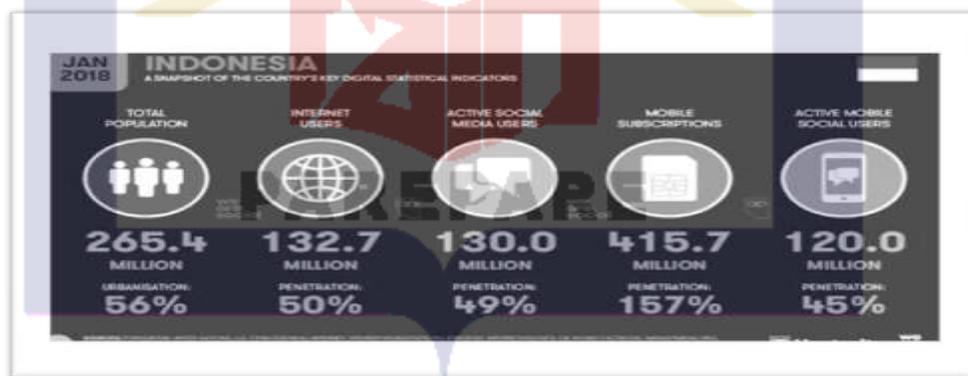
---

<sup>60</sup> Gusmia Arianti, Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram dan Path, *Jurnal Wacana*, Vol.16, No.2, 2017, h.181

kemudian menempatkan Indonesia sebagai *the social media capital of the world*. Menurut data dari MAU (Monthly Active Users) jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia saat ini sudah mencapai 22 Juta pengguna. Bahkan menurut survey Jakpat, Instagram saat ini lebih populer dibandingkan dengan Twitter di Indonesia, khususnya di kalangan kelas menengah.<sup>61</sup>



Gambar .1 persentase pengguna akses sosial media di Indonesia



Gambar .2 persentase pengguna akses sosial media di Indonesia

<sup>61</sup>Gusmia Arianti, Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram dan Path, *Jurnal Wacana*, Vol.16, No.2, 2017, h.183

Adanya temuan bahwa banyaknya fitur media sosial yang diakses oleh kelas menengah tersebut menunjukkan adanya gejala *overconnected*. Gejala tersebut menunjukkan adanya intensitas tinggi bagi kelas menengah Indonesia untuk saling berkomunikasi dan bersosialisasi satu sama lainnya berdasarkan kesamaan tema, isu, maupun kepentingan. Adanya komunikasi lewat sosial media yang saling berjejaring tersebut menghasilkan masyarakat berjejaring (*network society*). Pengertian masyarakat berjejaring tersebut terbentuknya ikatan kewarganegaraan *online* berdasarkan pada kesamaan minat isu dan topik. Perkembangan globalisasi menempatkan bahwa saluran komunikasi, publik, maupun juga agen advokasi kebijakan tidak lagi berada dalam ranah lingkup nasional, namun juga merambah ranah internasional.

Berbagai pola menarik itulah yang ditemui dalam perbincangan kelas menengah Indonesia melalui media sosial adalah dapat membangun jejaring berdasarkan ikatan pertemanan yang kemudian berkembang dalam bentuk ikatan lainnya seperti ikatan ideologis, ikatan ketertarikan terhadap sesuatu, maupun peminatan isu tertentu, meskipun mereka tidak mengenal sebelumnya. Hal itu kemudian juga berimplikasi pada proses redefinisi terhadap konteks kewarganegaraan dalam ruang publik. Sebelumnya dalam teori klasik, ruang publik dibentuk berdasarkan kewarganegaraan yang berbasiskan pada (*ius soli*) maupun juga (*ius sanguinis*). Namun adanya *cyberspace* sebagai ruang publik kemudian menciptakan adanya deterialisasi kewarganegaraan sehingga memunculkan basis kewarganegaraan internet (*netizenship*). Selain meniadakan adanya *ius soli* maupun *ius sanguinis*, pertanyaan penting dalam *netizenship* ini adalah konteks *sense of belonging* maupun juga konteks *token of membership* itu dijalankan. Logika ruang publik mengamankan

adanya konteks *nation* sebagai wadah tunggal terbentuknya ruang publik tersebut. Berbagai istilah yang muncul seperti *Twitterland* maupun *Facebookland* untuk menegaskan makna dan eksistensi *nation* tersebut, namun identitas seperti apakah yang ditampilkan *cyberspace* tersebut. Maka untuk menjawab pertanyaan tersebut, hal terpenting untuk menitikberatkan pada komparasi parameter-parameter antara konsepsi ruang publik lama Habermas dengan ruang publik sebagai *cyberspace*.<sup>62</sup>

Membahas tentang gaya hidup kita tidak akan pernah lepas dengan apa yang disebut dengan selera. Setiap orang mempunyai selera sendiri dan setiap orang mempunyai kelas sosial sendiri. Selain berkaitan dengan antara gaya hidup dan selera, juga berkaitan dengan kelas yang berbeda. Ada beberapa macam kelas sosial salah satunya yaitu kelas sosial menengah. Kelas sosial ini hampir sama dengan kelas sosial borjuis, yang membedakannya hanyalah pada konsep berpikirnya. Kelas sosial borjuis sering merasa senang terhadap apa yang ada pada dirinya berbeda dengan kelas sosial menengah khususnya menengah baru. Pada umumnya mereka merasa kurang senang, cemas, dan sering mengkoreksi dirinya sendiri. Kelas sosial menengah khususnya menengah baru mempunyai selera makanan yang praktis misalnya seperti makan di KFC, McDonald, Sturbuck dan lain-lain. Mereka tidak mengalami masalah dalam pilihan makanan, karena pada umumnya orang yang memiliki kapital ekonomi tinggi dan berpendidikan tinggi, jadi cenderung lebih pandai memilih makanan. Untuk masalah budaya pada umumnya mereka hampir sama dengan budaya kaum intelektual, dimana mereka mempunyai budaya suka nonton bisokop, membaca novel, dan lain-lain. Sementara untuk penampilan mereka

---

<sup>62</sup>Wasisto Raharjo Jati, *Cyberspace Internet Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia*, *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Vol.3, No.1, 2017, h.4-6

cenderung mengimitasi seperti mengimitasi budaya barat. Namun ada juga yang mengkombinasikan beberapa merek dan berpenampilan dengan cara mereka sendiri. Dengan begitu akan ada diferensiasi yang membedakan dirinya dengan orang lain.

Melihat perkembangan Instagram yang sangat pesat membuatnya menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan dalam menunjukkan gaya hidup yang sedang dicoba untuk ditunjukkan oleh seseorang itu. Gaya hidup tersebut berkaitan dengan sistem kelas sosial yang ada dalam masyarakat. Kelas-kelas sosial tergantung pada besarnya kepemilikan dan struktur kapital mereka, berdasarkan bidangnya, sistem kepemilikan yang melekat pada kelas yang telah terkonstruksi, kemudian mampu didefinisikan secara teoritis oleh keseluruhan faktor yang bekerja seperti faktor bidang praktik dan besarnya modal, meliputi: jenis kelamin, umur, status keluarga, tempat tinggal yang berpengaruh, Dalam kehidupan masyarakat terdapat beberapa macam kelas sosial, salah satunya adalah kelas sosial menengah. Anggota kelas menengah didefinisikan seorang proletarian yang kurang memberikan kemungkinan bagi dirinya untuk menjadi seorang borjuis, secara khas mereka menanamkan kapital budaya dan pendidikan. Menurut Sukmana menyatakan bahwa kelas sosial golongan menengah itu cenderung membeli barang untuk menampakkan kekayaan, membeli barang dengan jumlah yang banyak dan kualitasnya cukup memadai. Mereka berkeinginan membeli barang yang mahal dengan sistem kredit, seperti kendaraan, rumah mewah, dan perabot rumah tangga.<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup>Sutatik,” *Analisis Gaya Hidup Kelas Sosial Menengah Dalam Penggunaan Instagram Stories Di Ruang Cyber* “, (Skripsi Sarjana Jurusan Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017), h.6

## 4.2 Sistem jual beli *followers* Instagram pada masyarakat kelas menengah

Wawancara yang dilakukan di lapangan yaitu tentang jual beli *followers* Instagram pada masyarakat kelas menengah di kota Parepare. Peneliti melakukan wawancara tentang sistem jual beli *followers* Instagram kepada penjual *followers* dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang akurat. Berikut adalah beberapa hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap penjual *followers* tentang sistem jual beli *followers* Instagram.

### 4.2.1 Promosi

Dalam sistem jual beli *followers* Instagram, berdasarkan hasil wawancara terhadap penjual *followers* mengenai proses promosi, diantaranya adalah sebagai berikut.

Menurut Anjasmara selaku penjual *followers* Instagram

“dalam melakukan promosi biasanya saya menggunakan akun sosial media saya sendiri”<sup>64</sup>

Menurut Rafida selaku penjual *followers* Instagram

“biasanya nya sih sekali kali saya menggunakan metode berbayar agar iklan saya lebih bisa terjangkau ke banyak orang”<sup>65</sup>

Menurut Aldian selaku penjual *followers* Instagram

“untuk cara promosi itu banyak cara klo saya itu biasa berbayar bisa juga melalui akun sosial media saya sendiri”<sup>66</sup>

<sup>64</sup>Anjasmara (23 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 09 Mei 2020.

<sup>65</sup>Rafida (23 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 11 Mei 2020.

<sup>66</sup>Aldian (22 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 13 Mei 2020.

Menurut Fitriani selaku penjual *followers* Instagram

“cukup dengan memposting di akun sosial media yang mempunyai banyak teman”,<sup>67</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa proses promosi dapat dilakukan dengan cara berbayar dan juga memposting di akun sosial media yang di inginkan oleh penjual.

#### 4.2.2 Pemesanan

Dslam sistem jual beli *followers* Instagram, berdasarkan hasil wawancara terhadap penjual *followers* mengenai proses pemesanan , diantaranya adalah sebagai berikut.

Menurut Anjasmara selaku penjual *followers* Instagram

“Cara memesan jumlah *followers* cukup dengan memesan lewat Whatsapp, kemudian memberitahukan berapa jumlah *followers* yang ingin di pesan dan memberi username yang ingin di target”.<sup>68</sup>

Menurut Rafida selaku penjual *followers* Instagram.

“pemesanan bisa dilakukan melalui akun sosial si penjual dan stelah itu meminta username instagram yg mau di kasi *followers*”,<sup>69</sup>

Menurut Aldian selaku penjual *followers* Instagram.

“Dengan cara memberitahu lewat sosmed yang di siapkan oleh penjual seperti Whatsapp dan memberitahu jumlah *followers* yang ingin di pesan”,<sup>70</sup>

<sup>67</sup>Fitriani (20 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 10 Mei 2020.

<sup>68</sup>Anjasmara (23 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 09 Mei 2020.

<sup>69</sup>Rafida (23 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 11 Mei 2020.

<sup>70</sup>Aldian (22 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 13 Mei 2020.

Menurut Fitriani selaku penjual *followers* Instagram.

“Biasanya pembeli melakukan pesanan itu lewat dm Instagram atau Whatsapp dan memberitahu berapa pesanan *followers* yang di inginkan”<sup>71</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa proses pemesanan dapat dilakukan dengan cara menghubungi salah satu akun sosmed penjual *followers* Instagram seperti Whatsapp atau Instagram dan pemesanan ini tidak mesti bertemu secara langsung.

#### 4.2.3 Akad

Adapun hasil wawancara yang diperoleh peneliti mengenai akad dalam jual beli *followers* Instagram:

Menurut Anjasmara selaku penjual *followers* Instagram.

“Pembeli biasanya memberitahu berapa jumlah *followers* yang mau dipesan kemudia saya memberitahukan harganya, setelah ada kesepakatan maka proses akan dilanjutkan, biasanya 1000 *followers* aktif itu harganya Rp. 100.000 dan 1000 *followers* pasif harganya Rp. 70.000, dan saya memberitahu kepada pembeli bahwa nanti *followers*nya bakal berkurang.”<sup>72</sup>

Menurut Rafida selaku penjual *followers* Instagram.

“Pembeli memberitahu jumlah *followers* yang akan dipesan dan aku juga memberitahukan kepada pembeli kalau harga per 100 *followers* itu Rp. 20.000 dan saya juga memberitahukan akibat yang akan diperoleh pembeli”<sup>73</sup>

Menurut Aldian selaku penjual *followers* Instagram.

“Setelah pembeli sudah melakukan pemesanan *followers* maka tahap selanjutnya yaitu proses pembayaran. Harga yang saya berikan yaitu tergantung dari pilihan *followers*nya, ada *followers* khusus orang indonesia

<sup>71</sup>Fitriani (20 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 10 Mei 2020.

<sup>72</sup>Anjasmara (23 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 09 Mei 2020.

<sup>73</sup>Rafida (23 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 11 Mei 2020.

dan ada juga *followers* bule (global) serta ada juga *followers* aktif dan pasif dan semua itu harganya berbeda.”<sup>74</sup>

Menurut Fitriani selaku penjual *followers* Instagram.

“jika si pembeli sdh memesan maka pembeli di arahkan untuk melakukan pembayaran sesuai dengan kesepakatan.”<sup>75</sup>

Dari beberapa wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa proses akad dalam jual beli *followers* Instagram yaitu pembeli memberitahukan berapa jumlah *followers* yang akan dipesan kemudian penjual memberitahukan jumlah nominal yang akan pembeli bayar dan nominalnya itu berbeda tergantung dari jenis *followers* tersebut. Sedangkan akibat yang akan di peroleh pembeli akan diberitahukan oleh penjual bahwa jumlah *followers* akan berkurang dan pembeli telah mengetahui hal tersebut dan menerima akibatnya.

#### 4.2.4 Transaksi

Adapun hasil wawancara yang diperoleh oleh peneliti mengenai proses transaksi dalam jual beli *followers* instagram.

Menurut Anjasmara selaku penjual *followers* Instagram.

“Pembayaran biasa dilakukan lewat transfer pulsa atau rekening dan setelah selesai pemesanan akan langsung di proses, tergantung dari pembeli mau memilih pembayaran yang mana karena kami tdk memaksa”<sup>76</sup>

Menurut Rafida selaku penjual *followers* Instagram.

“Caranya cukup dengan bayar melalui via pulsa atau transfer melalui bank kemudian jika sudah maka langsung akan kami proses.”<sup>77</sup>

---

<sup>74</sup>Aldian (22 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 13 Mei 2020.

<sup>75</sup>Fitriani (20 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 10 Mei 2020.

<sup>76</sup>Anjasmara (23 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 09 Mei 2020.

<sup>77</sup>Rafida (23 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 11 Mei 2020.

Menurut Aldian selaku penjual *followers* Instagram.

“Caranya dengan membayar pulsa dan rekening bank, sesudah transaksi dilakukan maka baru akan diproses dan akan diberitahukan bahwa *followers* nya akan masuk sekitar 1 sampai 3 hari”<sup>78</sup>

Menurut Fitriani selaku penjual *followers* Instagram.

“bisa melakukan pembayaran melalui atm bisa jga pulsa tpi keseringan pembeli itu bayar nya lewat pulsa tergantung dari si pembelinya mau via atm atau pulsa”<sup>79</sup>

Dapat disimpulkan bahwa proses transaksi ini dapat dibayar melalui via pulsa dan rekening bank tergantung dari pembelinya mau via bank atau via pulsa, apabila proses transaksi sudah selesai maka pesanan akan diproses.

#### 4.2.5 Penambahan *followers* Instagram

Adapun hasil wawancara yang diperoleh peneliti dalam proses penambahan *followers* Instagram diantaranya adalah sebagai berikut.

Menurut Anjasmara selaku penjual *followers* Instagram.

“Caranya dengan menggunakan situs panel yang dapat diperoleh dengan membuatnya dan cara buatnya itu tidak mudah mesti mempunyai pengetahuan IT yg hebat dan cara penambahan *followers*nya cukup dengan memberikan username saja.”<sup>80</sup>

Menurut Rafida selaku penjual *followers* Instagram.

“Caranya dengan menggunakan *website* situs panel khusus untuk penambahn *followers* dengan cara memasukkan username saja tanpa di minta passwordnya dan setelah itu barulah memilih *followers* yang di inginkan.”<sup>81</sup>

<sup>78</sup> Aldian (22 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 13 Mei 2020.

<sup>79</sup>Fitriani (20 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 10 Mei 2020.

<sup>80</sup>Anjasmara (23 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 09 Mei 2020.

<sup>81</sup>Rafida (23 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 11 Mei 2020.

Menurut Fitriani selaku penjual *followers* Instagram.

“Caranya saya menggunakan situs web tertentu yang kami desain kemudian memasukkan username yg ingin ditambahkan sesuai yang di inginkan pembeli.”<sup>82</sup>

Menurut Aldian selaku penjual *followers* Instagram.

“Caranya dengan menggunakan situs panel yang dapat diperoleh dengan membuatnya dan cara buatnya itu tidak mudah mesti mempunyai pengetahuan IT yg hebat dan cara penambahan *followersnya* cukup dengan memberikan username saja.”<sup>83</sup>

Dapat disimpulkan bahwa proses penambahan *followers* Instagram bisa dilakukan dengan menggunakan situs panel, dan untuk membuat panel tersebut itu memerlukan pengetahuan IT dan memasukkan *username* saja tanpa memberi password instagram untuk melakukan penambahan *followers* dan objek yang diperjualbelikan bukan milik penjual.

#### 4.2.6 Penyerahan Barang

Berdasarkan hasil wawancara yang di dapatkan peneliti dari para penjual *followers* tentang proses penyerahan *followers*: berikut adalah wawanvara yang dilakukan peneliti.

Menurut Anjasmara selaku penjual *followers* Instagram.

“Dalam melakukan penyerahan *followers* ke tangan pembeli biasanya memakan waktu 3 sampai 4 hari sesuai dengan *followers* yang di pesan, bila *followersnya* aktif itu membutuhkan waktu yang lama beda dengan yang pasif mungkin lebih cepat dibanding yang aktif.”<sup>84</sup>

Menurut Rafida selaku penjual *followers* Instagram.

<sup>82</sup>Fitriani (20 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 10 Mei 2020.

<sup>83</sup>Aldian (22 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 13 Mei 2020.

<sup>84</sup>Anjasmara (23 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 09 Mei 2020.

“Prosesnya biasanya memakan waktu yang lama sekitar 3-4 hari tergantung jumlah *followers* dan jenis *followers*.”<sup>85</sup>

Menurut Aldian selaku penjual *followers* Instagram.

“Proses penyerahan *followers* paling lama 3 hari atau lebih tergantung dari jenis dan jumlah *followers* yang di inginkan pembeli.”<sup>86</sup>

Menurut Fitriani selaku penjual *followers* Instagram.

“Prosesnya biasanya memakan waktu yang lama sekitar 3-4 hari tergantung jumlah *followers* dan jenis *followers*.”<sup>87</sup>

Dapat disimpulkan bahwa proses penyerahan *followers* biasanya memerlukan waktu 1-5 hari untuk diserahkan kepada pembeli sesuai dengan jenis *followers* dan jumlah *followers* yang akan ditambah.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada pembeli *followers* yang berada di kota Parepare terkait dengan manfaat dan tujuan membeli *followers* tersebut dan menanggapi mengenai jual beli *followers*. Berikut beberapa hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada pembeli *followers* Instagram.

Menurut Taufiq Hidayat selaku pemebeli *followers* Instagram.

“Alasan aku membeli *followers* Instagram ya karena ingin memperbanyak *followers* aja, biar percaya diri dan biar teman-teman banyak yang minta promote sama aku. kalau membeli manfaatnya ya bisa mempermudah promosi klo kita jualan di instagram kalau belinya yang aktif, kalau yang aktif manfaatnya ya ada, biasanya beberapa minggu setelahnya jumlah *followers* yang di beli berkurang, karena di unfoll sama pemilik akunnya, tapi terkadang kita merasa dirugikan soalnya kami gak tahu bahwa nantinya *followers* bakal berkurang dan kami baru mengetahuinya setelah kami komplek tetapi gak semua penjual seperti ini, ada juga yang memang dari awal kita sudah

---

<sup>85</sup>Rafida (23 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 11 Mei 2020.

<sup>86</sup>Aldian (22 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 13 Mei 2020.

<sup>87</sup>Fitriani (20 thn), Selaku Penjual *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 10 Mei 2020.

diberitahukan masalah berkurangnya *followers*. kalau ada uang aku beli lagi *followers* aktifnya, biar semakin banyak, biasanya aku membeli *followers* aktif dengan jumlah 1000 *followers* dengan harga Rp.100.000.”<sup>88</sup>

Menurut Yulinda selaku pemebeli *followers* Instagram.

“Alasan saya membeli *followers* Instagram karena mau jualan online shop manfaatnya sih biar orang lebih tertarik dan lebih percaya karena jumlah *followers* Instagram saya banyak, semakin banyak *followers* maka semakin percaya masyarakat pengguna Instagram dengan akun saya, kalau beli yang *followers* pasif, dia gak berpengaruh karena *followers* pasif itu *followers* yang fake, kalau yang *followers* aktif *followers* nya dapat berkurang sewaktu-sewaktu dan ini bagi saya gpp, ya demi menarik pelanggan agar percaya ya mau gak mau, tetap harus beli karena ini jalan pintas agar memperbanyak *followers* biar pengguna instagram yakin kalo online shop saya rame, aku membeli dengan jumlah 500 dengan harga Rp.50.000.”<sup>89</sup>

Menurut Ihsan selaku pemebeli *followers* Instagram.

“Alasan aku membeli *followers* karena iseng-iseng aja terus untuk gaya gayaan aja biar di kata banyak fans bosku, kalau untuk aku sih manfaatnya ada, kalau *followers* aktif itu kekurangannya bisa hilang, biasanya dalam waktu beberapa minggu *followers* aktif berkurang sendiri, kalo *followers* pasif gak ada gunanya juga karena akun fake tapi kalau aktif dia berkurang sendiri, aku beli *followers* aktif dan pasif, kalau *followers* pasif aku beli sebulan yang lalu itu 1000 *followers* dan yang aktif 100 *followers* dengan harga Rp.100.000.”<sup>90</sup>

Menurut Huzaimah selaku pemebeli *followers* Instagram.

“Alasan kenapa saya membeli *followers* Instagram karena biar bisa jadi lebih keren dan terlihat seperti anak hits jaman now dan manfaatnya untuk kesenangan saja, tpi buat yang jualan online atau uuntuk promosi ya mebantu

---

<sup>88</sup>Taufiq Hidayat (18 thn), Selaku Pembeli *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 05 Mei 2020.

<sup>89</sup>Yulinda (16 thn), Selaku Pembeli *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 06 Mei 2020.

<sup>90</sup>Ihsan (18 thn), Selaku Pembeli *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 07 Mei 2020.

dan juga bisa mempermudah apa yang kita iklankan, sama sekali tidak ada yg di rugikan mlah klo ada uang saya selalu beli”<sup>91</sup>

Menurut Satriani selaku pemebeli *followers* Instagram.

“Alasan saya yaitu untuk mempromosikan jualan saya, dalam menjalankan bisnis online di Instagram, manfaatnya ya semakin banyak *followers* akan semakin percaya terhadap akun online shop saya, yang didapatkan biasanya *followers* aktif bisa saja dia meng-unfoll kita jadi sia-sia saya membeli tapi ujung-ujungnya berkurang juga, tapi yang pasif aku gak pernah membeli karena itu percumakarena gak aktif, saya mengalami kerugian tapi ya mau gimana lagi itu sudah konsekuensinya, biasanya aku membeli *followers* aktif 5000 dengan harga Rp.400.000.karena katanya kalo beli banyak itu ada bonusnya, dan beberapa minggu itu berkurang sekitar 500 *followers*.”<sup>92</sup>

Menurut Anrifsal selaku pemebeli *followers* Instagram.

“Alasan saya membeli *followers* adalah biar dikira orang pengikutnya saya banyak dan biar dibilang eksis dan terlihat lebih terkenal, dan manfaatnyaitu bisa kita peroleh jika kita mempunyai instagram untuk di gunakan jualan online, kerugiannya adalah berkurangnya *followers* aktif tapi gpp karena jumlah followers yang saya pesan itu terpenuhi, kan kurangnya gak langsung berkurang semuanya, kalau misalkan dalam 2 bulan aku beli 5000 dan berkurang darstis, aku gak bakal mau beli lagi pasti rugi, tapi aku sudah beli lama dan kurangnya 100 atau 200 ya gpp itu pun kalo berkurang aku beli lagi karena harganya gak seberapa, saya membeli *followers* yang aktif dengan, jumlah 1000 setiap saya beli dengan harga ya Rp.500.000.”<sup>93</sup>

Menurut Siti Nur Halisa selaku pemebeli *followers* Instagram.

“alasan saya membeli *followers* itu biar untuk gaya biar di bilang anak gaul, kalau manfaatnya cuman biar jadi daya tarik aja biar dikata hits dan banyak penggemar, dan kalau kerugiannya itu gak jadi masalah karena saya sudah tau kerugiannya tentang *followers* pasif dan yang aktif, jadi kalau *followers* ku mulai berkurang ya aku beli lagi, maklum biar dikatain hits berbagai cara dilakukan demi menjadi populer, saya biasanya membeli *followers* aktif

---

<sup>91</sup>Huzaimah (25 thn), Selaku Pembeli *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 08 Mei 2020.

<sup>92</sup>Satriani (22 thn), Selaku Pembeli *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 08 Mei 2020.

<sup>93</sup>Siti Nur Halisa (17 thn), Selaku Pembeli *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 10 Mei 2020.

dengan jumlah 1000 saja setiap kali beli dengan harga Rp.110.000. dan jumlah *followers* itu makin lama makin berkurang tapi gak sampai habis dan biasanya aku beli yang pasif 1000 *followers* dengan harga Rp.100.000.”<sup>94</sup>

Menurut Syaifullah selaku pemebeli *followers* Instagram.

“dengan membeli followers itu bisa lebih mempermudah kegiatan kita dalam berjualan apapun itu dalam melakukan promosi kita”<sup>95</sup>

Menurut Syamsul selaku pemebeli *followers* Instagram.

“Nah.. saya kita sebagai anak milenial ya hanya ingin mengikuti zaman aja. Jadi alasan saya membeli *followers* hanya sebagai gaya hidup saja sesuai dengan zaman kita berbeda dengan yg punya bisnis online itu sangat cocok untuk menambah followers nya biar promosi nya itu berjalan”<sup>96</sup>

Menurut Aldo selaku pemebeli *followers* Instagram.

“Alasan aku beli *followers* itu hanya untuk jadi bahan pameran saja pada teman-teman jika kami lagi kumpul bareng di café biar teman aku mengira kalo aku punya banyak *followers* dan banyak fans dan sama sekali klo beli followers itu sangat membantu sesuai dgn kebutuhan kita”<sup>97</sup>

Menurut Budiman selaku pemebeli *followers* Instagram.

“Kebetulan saya jualan olshop jadi dengan memperbanyak *followers* itu lebih bisa meyakinkan orang bahwa jualan saya ini ternyata ramai dan mempunyai banyak peminat belanja di akun IG saya jadi sama sekali gak ada kerugian klo kita membeli followers, malah lebih bagus lagi dalam strategi bisnis”<sup>98</sup>

<sup>94</sup>Satriani (22 thn), Selaku Pembeli *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 08 Mei 2020.

<sup>95</sup>Syaifullah (23 thn), Selaku Pembeli *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 12 Mei 2020.

<sup>96</sup>Syamsul (22 thn), Selaku Pembeli *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 12 Mei 2020.

<sup>97</sup>Aldo (21 thn), Selaku Pembeli *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 12 Mei 2020.

<sup>98</sup>Budiman (28 thn), Selaku Pembeli *Followers*, Wawancara dilakukan oleh peneliti pada Tanggal 13 Mei 2020.

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa jual beli *followers* adalah suatu bentuk perdagangan yang baru di zaman sekarang dan baru terjadi dikalangan pengguna media sosial Instagram. Jenis jual beli ini tidak jauh berbeda dengan jual beli *online* lainnya yaitu dengan memesan barang terlebih dahulu, pesanan ini dapat di peroleh dengan menghubungi akun sosial media penjual *followers*, setelah melakukan pemesanan dan sudah dikonfirmasi dengan pihak penjual *followers* Instagram, setelah itu akan memasuki tahap pembayaran terlebih dahulu, kemudian transaksi baru akan diproses oleh penjual. Dalam proses penambahan *followers* membutuhkan waktu satu sampai lima hari sesuai dengan berapa jumlah *followers* yang di inginkan oleh pembeli, biasanya semakin banyak *followers* yang di pesan, maka semakin lama waktu yang dibutuhkan. Dalam waktu tersebut penjual bekerja dengan menggunakan sebuah situs panel untuk menambahkan *followers* secara bertahap, hingga pesanan pembeli selesai.

Bagi penjual yang menggunakan aplikasi penambah *followers* itu menggunakan versi berbayar dan dapat menambahkan 1000 *followers* dalam sekali penggunaan aplikasi tersebut dan apabila menggunakan situs panel itu bisa menambah *followers* jauh lebih banyak dibandingkan menggunakan aplikasi. penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung dalam Proses penyerahan barang karena transaksi penambahan *followers* dapat dilakukan di media sosial sehingga penjual dan pembeli tidak harus bertemu secara langsung, sedangkan dalam proses transaksi biasanya dilakukan dengan mengirim uang melalui rekening bank yang di tentukan atau dengan membayar melalui via pulsa operator.

Pembeli *followers* sadar bahwa transaksi yang dilakukan ada manfaatnya karena dapat membantu dan memenuhi kebutuhan zaman terlebih lagi di dunia bisnis

*online* dimana banyak orang yang membutuhkan yang namanya strategi bisnis, dengan membeli *followers* maka promosi kita bisa terlihat di berbagai kalangan dan mempermudah semua aktivitas kita dalam berpromosi, Jual beli *followers* ini sama sekali tidak mengandung unsur penipuan dan kecurangan didalamnya karena antara penjual dan pembeli itu sepakat dalam perjanjian. .

Dalam transaksi jual beli *followers* yang diperjualbelikan yaitu berupa penambahan *followers*, dan akun *followers* Instagram yang diperjualbelikan adalah jasa dan kemampuan IT seorang penjual, maka dari itu *followers* yang dibeli dapat berkurang, tetapi pada dasarnya penjual telah menyerahkan jumlah *followers* sesuai dengan keinginan pembeli. Masalah berkurang atau tidak itu tergantung dari *followers* tersebut apakah dia menyukai konten tersebut atau tidak.

Berkaitan dengan masalah ini maka jual beli *followers* sudah sesuai dengan syarat objek jual beli yaitu objek yang akan di transaksi adalah jasa atau kemampuan dari penjual, maka hukumnya boleh menjual jasa atau kemampuan tersebut. Masalah ini berkaitan dengan hukum jual beli dalam Islam yaitu *ijarah* atas jasa. *Ijarah* atas jasa adalah manfaat yang bukan berasal dari aset berwujud. Secara umum di jelaskan dalam Qur'an surah Thalaq ayat 6

أَسْكِنُوهُنَّ مِمَّنْ حَيْثُ سَكَنْتُمْ مِّنْ وَّجَدِكُمْ وَلَا تَضَارُّوهُنَّ لِيُضَيِّقُوا عَلَيْهِنَّ وَإِن كُنَّ  
أُولَاتٍ حَمَلًا فَأَنْفِقُوا عَلَيْهِنَّ حَتَّىٰ يَضَعْنَ حَمْلَهُنَّ فَإِن أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآتُوهُنَّ أُجُورَهُنَّ  
وَاتَمِّرُوا بَيْنَكُم بِمَعْرُوفٍ وَإِن تَعَاَسَرْتُم فَسُتْرُوعٌ لَهُنَّ الْآخَرَىٰ ﴿٦﴾

Terjemahnya:

tempatkanlah mereka (para isteri) di mana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka. dan jika mereka (isteri-isteri yang sudah ditalaq) itu sedang hamil, Maka berikanlah kepada mereka nafkahnya hingga mereka

bersalin, kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak)mu untukmu Maka berikanlah kepada mereka upahnya, dan musyawarahkanlah di antara kamu (segala sesuatu) dengan baik; dan jika kamu menemui kesulitan Maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya.<sup>99</sup>

Apabila dilihat dari prinsip Muamalah yaitu unsur-unsur yang dapat menimbulkan manfaat dan mudhrat, maka dapat di lihat bahwa jual beli *followers* mempunyai manfaat, yaitu dengan membeli *followers* maka akun kita mampu dilihat oleh banyak orang dan bisa menjadi salah satu strategi bisnis untuk mempromosikan sesuatu sesuai yang di butuhkan khususnya bagi kalangan pebisnis *online shop* dengan membeli *followers* mampu membuat produknya lebih banyak dilihat oleh orang.

#### **4.3 Hukum Ekonomi Islam tentang Jual Beli *Followers* Instagram**

Islam telah menggariskan sejumlah barang yang halal dan yang tidak halal. Disini manusia dihadapkan pada pilihan untuk menggunakan, memanfaatkan semua yang halal bagi kepentingan bisnisnya, cenderung seseorang dalam Islam bukan sekedar ditentukan oleh kegunaan semata, tetapi apa yang disebut sebagai maslahat tanpa meninggalkan aspek pertimbangan<sup>100</sup>

Dalam transaksi jual beli ada rukun dan syarat yang harus dipenuhi agar jual beli tersebut dianggap sah, yaitu sighat (ijab qabul), Orang yang berakad, Objek akad. Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa rukun jual beli dari bisnis jual beli *followers* adalah sebagai berikut:

<sup>99</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013), h.445

<sup>100</sup>Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Syariah* , (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h. 156

- 4.3.1 Ijab qabul, dilakukan pada saat pembeli memesan *followers* kepada penjual, lalu penjual bersedia menambahkan *followers* pada akun yang diinginkan oleh pembeli.
- 4.3.2 Orang yang berakad, yaitu adanya pihak pembeli dan penjual *followers*
- 4.3.3 Objek akad, Dalam jual beli tersebut, objek akad yang di perjual belikan adalah *followers* instagram

Adapun mengenai syarat sahnya jual beli, maka jual beli *followers* ini sah karena salah satu dari beberapa syarat dalam jual beli, yaitu mengenai syarat objek transaksi harus bermanfaat sebagaimana mestinya serta tidak menimbulkan kerusakan dan objek jual beli harus kepemilikan penjual. Dalam jual beli *followers* yang dijual merupakan objek yang dimiliki secara penuh oleh penjual, karena yang dijualnya tersebut adalah jasa atau kemampuan dari penjual *followers* dan memberikan sepenuhnya apa yang diinginkan oleh pembeli. Terkait dengan akun yang meng-unfollow itu bisa saja karena kurang menarik maka dia bisa meng-unfollownya kapan saja ketika melihatnya dan itu bukan masalah karena penjual dan pembeli telah sepakat dan adanya kerelaan suka sama suka antara penjual dan pembeli, sesuai dengan Qur'an surah an-Nisa ayat 29

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

Terjemahnya:

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<sup>101</sup>

Adapun jenis akad yang digunakan dalam jual beli *followers* adalah akad jual beli *salam*. Jual beli *salam* adalah menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya disebutkan dengan jelas dengan pembayaran awal terlebih dahulu, sedangkan barangnya diserahkan dikemudian hari. Dalam jual beli *followers* pembeli melakukan pemesanan terlebih dahulu kepada penjual, dalam hal ini tidak terjadi penawaran harga karena pada dasarnya penjual telah mencantumkan harga dalam promosinya di instagram, sehingga pembeli yang memesan, secara langsung telah menyepakati harga yang telah ditentukan. Setelah memesan dan melakukan pembayaran, barulah penjual memproses apa yang diinginkan oleh pembeli.

Dalam jual beli *followers* ketika seseorang itu bertujuan untuk menaikkan personal branding, bersosialisasi, bahkan mempopulerkan diri adalah sebuah kebolehan asal tidak melanggar syariat Islam, sesuai dengan prinsip muamalah yaitu “Pada dasarnya, segala bentuk muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya”. Begitu juga ketika tujuan dari membeli *followers* tersebut untuk tujuan promosi yang sifatnya hanya memperkenalkan produknya terhadap konsumen maka hal tersebut adalah sesuatu yang normal dan biasa terjadi di dunia perdagangan *online* saat ini, karena pada dasarnya yang berhak memilih dan menentukan adalah konsumen apakah ingin membeli atau tidak karena di dalam jual beli *followers* sama sekali tidak ada unsur pemaksaan. Jika ada manfaatnya dan tidak melanggar syarat

---

<sup>101101</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013), h.61

Islam, sesuai dengan syarat-syarat objek yang diperjualbelikan (*Ma'qud a'laih*), yaitu barang yang dapat diambil manfaatnya.

Bila dilihat dari segi manfaatnya sebagaimana yang telah diuraikan oleh penulis di bab II mengenai tinjauan tentang *mashlahah*. *Mashlahah* menurut imam Malik sebagaimana dinukilkan oleh imam Syatibi dalam kitab *al-I'tisham* di buku Beni Ahmad Seibani adalah suatu *mashlahat* yang sesuai dengan tujuan, prinsip, dan dalil-dalil yang berfungsi untuk menghilangkan kesempitan baik yang bersifat primer maupun skunder. Sedangkan menurut imam al-Ghazali di dalam buku Andi Herawati *mashlahah* adalah memelihara tujuan-tujuan syari'at.<sup>102</sup> Dapat disimpulkan bahwa *mashlahah* merupakan suatu pekerjaan yang mengandung manfaat.

Dari hasil wawancara yang diperoleh penulis mengenai manfaat dalam jual beli *followers*, bila dikaitkan dengan pendapat para madzhab maka jual beli *followers* adalah jual beli yang sudah sesuai mengenai tujuannya yaitu untuk membantu banyak orang, maka jual beli *followers* adalah jual beli yang mempunyai manfaat yaitu membantu berbagai kalangan pebisnis dalam melancarkan promosinya khususnya kepada masyarakat kelas menengah yang berada di kota parepare serta yang diperjualbelikan adalah jasa dari kemampuan seorang penjual *followers* instagram.

Jual beli tersebut di bolehkan karena syarat-syarat jual beli yaitu mendatangkan unsur manfaat serta menghindari kemudhratan. Dari prinsip ini segala muamalah yang dapat dimanfaatkan dan tidak mengganggu kehidupan masyarakat serta berniat untuk membantu orang lain ini telah dibenarkan dalam Islam, karena jual beli *followers* adalah jual beli yang bermanfaat dengan tujuan membantu banyak

---

<sup>102</sup>Andi Herawati, Mashlahat Menurut Imam Malik dan Imam Al-Ghazali, *Jurnal Perbandingan*, Vol.3, No.2, 2013, h.46

orang dan tidak mengandung unsur penipuan (*Gharar*) ini telah sesuai dalam Qur'an Surah Al-Isra ayat 7 dan sabda Rasulullah Saw.

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ<sup>ط</sup> وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا<sup>ج</sup> فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيَسْتَوْأُوا  
وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبِّرُوا مَا عَلَوْا تَتْبِيرًا ﴿٧﴾

Terjemahnya:

jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, Maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke dalam mesjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai.<sup>103</sup>

وَمَنْ كَانَ فِي حَاجَةٍ أَخِيهِ كَانَ اللَّهُ فِي حَاجَتِهِ ...

Artinya:

dan barang siapa (yang bersedia) membantu keperluan saudaranya, maka Allah (akan senantiasa) membantu keperluannya.” (Hadits Riwayat Bukhari)

Mengenai penipuan (*gharar*) yang sudah diuraikan oleh penulis di bab II yaitu, Menurut Madzhab Syafi'i, *gharar* adalah segala sesuatu yang akibatnya tersembunyi dari pandangan dan sesuatu yang dapat memberikan akibat yang tidak diharapkan/ akibat yang menakutkan. Sedang Ibnu Qoyyim berkata bahwa *gharar* adalah sesuatu yang tidak dapat diukur penerimaannya baik barang tersebut ada ataupun tidak ada, seperti menjual kuda liar yang belum tentu bisa di tangkap meskipun kuda tersebut wujudnya ada dan kelihatan.

<sup>103</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013), h.225

Imam al-Qarafi mengemukakan bahwa *gharar* adalah suatu akad yang tidak diketahui dengan tegas apakah efek akad terlaksana atau tidak. Begitu juga yang disampaikan Imam Ibnu Taimiyah yang memandang *gharar* dari segi adanya ketidakpastian akibat yang timbul dari suatu akad. Sementara Ibnu Hazm melihat *gharar* dari segi ketidaktahuan salah satu pihak yang berakad tentang apa yang menjadi objek akad tersebut.<sup>104</sup> Dapat disimpulkan bahwa *gharar* merupakan tindakan yang bertujuan untuk merugikan orang lain.

Berkaitan dengan hasil wawancara yang diperoleh penulis mengenai unsur *gharar* dalam transaksi jual beli *followers* dengan pendapat para madzhab, berdasarkan wawancara mengatakan bahwa “dalam jual beli *followers* tidak ada yang dirugikan terkadang ada yang tertipu ketika ada pihak penjual yang tidak bertanggung jawab”. Bila disimpulkan dengan pendapat madzhab yang mengatakan bahwa *gharar* adalah tindakan yang bertujuan untuk merugikan orang lain, maka Jual beli *followers* pada dasarnya tidak mengandung unsur penipuan karena di dalam jual beli tersebut tidak ada maksud untuk merugikan orang lain, hanya saja ada beberapa pihak yang curang dalam melaksanakan jual beli. Seperti halnya penjual buah yang ada di pasar, bila ada satu diantara mereka yang curang dalam melakukan timbangan maka kita tidak boleh beranggapan bahwa semua penjual buah yang ada di pasar itu curang, begitupun jual beli *followers*,

Qur'an Surah Al-An'am ayat 152

---

<sup>104</sup>Nadrattuzaman Hosen, Analisis Bentuk Gharar Dalam Transaksi Ekonomi, h. 55

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ<sup>ط</sup> وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ  
وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا تَكْلِفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ  
وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَٰلِكُمْ وَصَلِّكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

Terjemahnya:

dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat (mu) dan penuhilah janji Allah yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.<sup>105</sup>

Dalam masalah jual beli *followers* Instagram pada masyarakat kelas menengah di kota Parepare maka dapat disimpulkan bahwa hal tersebut telah sesuai dengan syariat Islam mengenai adanya manfaat yang diperoleh dengan tujuan membantu banyak orang dan pada dasarnya jual beli *followers* Instagram tidak mengandung unsur penipuan karena di dalam jual beli tersebut tidak ada maksud untuk merugikan orang lain

<sup>105</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013), h.102

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

Hukum jual beli pada dasarnya diperbolehkan oleh ajaran islam. Tetapi disini kita melihat apakah jual beli tersebut sudah mencapai keseimbangan untuk seluruh orang yang membutuhannya atau belum mencapai keseimbangan. Keseimbangan itu perlu karena setiap orang akan mendapatkan apa yang ia inginkan dengan apa yang ia punya. Oleh karena itu kita tidak diperbolehkan untuk berlebih-lebihan dalam menggunakan pendapatan yang kita miliki, dan sesuai dengan hukum *masalahah* kita tidak diperbolehkan untuk merusak apa yang telah ada di dunia. Tetapi seharusnya kita harus merawat dan menjaga agar semua yang ada di bumi dapat kita pergunakan di kemudian hari. Untuk mencapai falah dari sebuah kegiatan yang kita lakukan dalam

jual beli, itu semua harus berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. Karena Al-Qur'an merupakan pedoman yang paling utama bagi umat islam dalam melakukan segala perbuatan di dunia maupun di akhirat dan Hadits sebagai pedoman kedua dan menjadi pelengkap semua hukum-hukum yang tidak terdapat di dalam Al-Qur'an, agar kita umat muslim tidak masuk ke dalam tujuan yang salah dalam segala perbuatan dan kegiatan yang ada di dunia.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai sistem jual beli *followers* instagram pada masyarakat kelas menengah di kota Parepare maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

##### 5.1.1 Sistem jual beli *followers* Instagram

Dalam jual beli *followers* pembeli melakukan pemesanan dengan melakukan pembayaran terlebih dahulu, baru kemudian penjual memproses

apa yang diinginkan oleh pembeli. cara yang dilakukan oleh penjual untuk mendapatkan *followers*, yaitu dengan cara menggunakan situs panel yang di buat oleh penjual dan penjual membutuhkan mofal untuk membuatnya. Kinerja dari panel ini adalah dengan cara memasukkan *username* Instagram, dan selanjutnya adalah menambahkan jumlah *followers* dengan jumlah yang telah disepakati.

#### 5.1.2 Hukum Ekonomi Islam terhadap jual beli *followers* Instagram.

Sistem yang dilakukan dalam jual beli *followers* Instagram hukumnya boleh karena termasuk jual beli yang tidak terlarang serta tidak bertentangan dengan syariat karena jual beli ini antara penjual dan pembeli suka sama suka. Jual beli *followers* memiliki syarat-syarat dalam jual beli seperti status kepemilikan adalah dari penjual, yaitu dengan kemampuannya di bidang IT maka penjual boleh menjual jasanya ke orang lain. jual beli *followers* termasuk jual beli yang boleh dilaksanakan, jual beli ini sangat bermanfaat bagi masyarakat terkhusus kepada para pebisnis *online shop* yang ingin melakukan promosi dan mempunyai *followers* dengan tujuan membantu banyak orang

#### 5.2 Saran

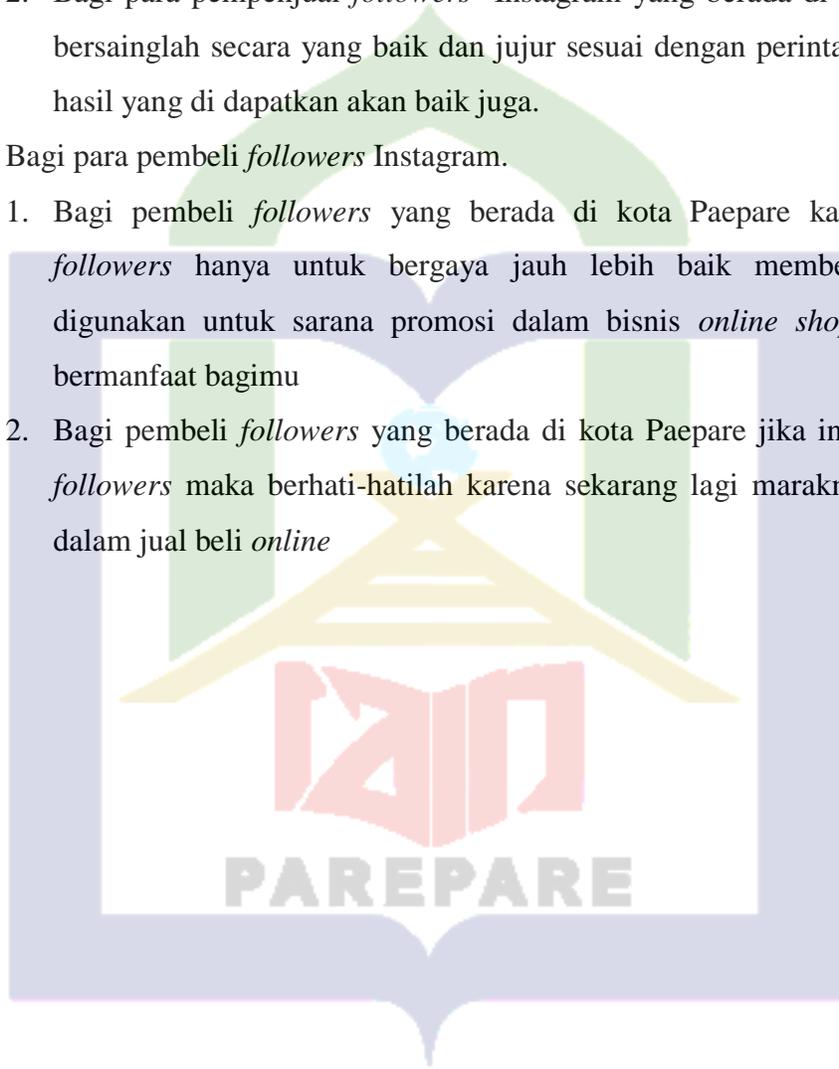
Hasil dari penelitian ini, maka ada beberapa saran dari penyusun untuk para pengguna Instagram khususnya kepada pihak yang membeli *followers* untuk kepentingan pribadi maupun untuk usaha *online*, berikut ini adalah saran dari penyusun.

### 5.2.1 Bagi para penjual *followers* Instagram.

1. Bagi para penjual *followers* yang berada di kota Paepare tetaplah semangat dalam mengembangkan bisnis yang sedang dijalankan agar para pembeli selalu mempercayakan bisnis yang sedang dijalankan.
2. Bagi para pempenjual *followers* Instagram yang berada di kota Paepare bersainglah secara yang baik dan jujur sesuai dengan perintah islam agar hasil yang di dapatkan akan baik juga.

### 5.2.2 Bagi para pembeli *followers* Instagram.

1. Bagi pembeli *followers* yang berada di kota Paepare kalau membeli *followers* hanya untuk bergaya jauh lebih baik membeli *followers* digunakan untuk sarana promosi dalam bisnis *online shop* agar lebih bermanfaat bagimu
2. Bagi pembeli *followers* yang berada di kota Paepare jika ingin membeli *followers* maka berhati-hatilah karena sekarang lagi maraknya penipuan dalam jual beli *online*



## DAFTAR PUSTAKA

### Al-Qur'an

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an* (Bandung : CV Penerbit Diponegoro. 2013)

### Buku

- Adiwarna. A. K. (2015). *Riba Gharar dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah*. Jakarta: pers
- Arifin, Busthanul. (2006). *Dimensi Hukum Islam Dalam Sistem Hukum Nasional*. Jakarta: Gema Insani.
- Burhan. M. (2011). *Penelitian Kualitatif Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana
- Dahlan. (1996) *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jakarta: Ichtar BAru Van Hoeve 79
- Emzir. (2012). *Analisis Data Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rajawali pers.
- Harun. (2017). *Fiqh Muamalah*. Muhammadiyah University : Pers.
- Handayani.S. (2010). *Laris Manis Jual Beli Lewat Kaskus*. Yogyakarta: Mediakom
- Haetoro. A. (2018). *Ekonomi Mikro Islam: Pendekatan Integratif*. Malang: UB Pers.
- Hasbiyallah. (2014). *Sudah Syar'ih Muamalahmu*. Yogyakarta: Salma Idea.
- Heykal. M. (2010). *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Hedikusuma. H. (1995). *Pembuatan Kertas Kerja atau Skripsi Ilmu Hukum*. Bandung : Alfabeta.
- Hoetoro, Arif. (2018). *Ekonomi Mikro Islam: Pendekatan Integratif*. Malang: UB Press.
- Ihsan. G. (2010). *Fiqh Muamalat*. Jakarta : Kencana.
- J.R. Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Karim, Adiwarmarman, dan Oni Sahroni. (2015). *Riba, Gharar Dan Kaidah-Kaidah*

*Ekonomi Syariah Analisis Fikih Dan Ekonomi.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Komaruddin. (2016). *Kamus istilah Karya tulis Ilmiah.* jakarta : PT Bumi Aksara.

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

Maulid. M. (2018). *Ushul Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer.* : Kencana.

Maman. A.( 2012). *Hukum Ekonomi Syariah.* Jakarta : Prenadamedia Group.

Mardani. (2016). *fiqh ekonomi syariah.* Jakarta : Fajar Interpretama Mandiri

Nasir. M. (1995). *Metode Penelitian.* Jakarta : Ghalia Indonesia

Rachmat.S. (1999). *Ilmu Ushul Fiqh.* Bandung: Cv Pustaka Setia.

Rusmana, Agus, dan Pawit M. Yusup. (2019). *Komunikasi Budaya Dan Dokumentasi Kontemporer.* Bandung: Unpad Press.

Seibani. B. A. (2015). *Fiqh Siasyah.* Bandung : CV pustaka Setia.

Sardonohardjo. (2015). *Konsep Sistem Informasi.* Yogyakarta : CV Budi Utama.

Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Alfabela.

Sahroni. O. (2015). *Riba, Gharar dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah Analisis Fikih Dan Ekonomi.* Jakarta; PT Raja Grafindo Persada.

Syukur. S. (1993). *Sumber-Sumber Hukum Islam.* Surabaya: Al-Ikhlash

Sulianta.F. (2015). *Keajaiban sosial media.* Jakarta : PT Elex Media Kompulindo.

Tatang. M. (1990).*Menyusun Rencana Penelitian.* Jakarta : Rajawali.

Tika. M. P. (2006). *Metodologi Riset Bisnis.* Jakarta : Bumi Akasara

### **Jurnal**

Arwan. A. (2012). Epistemologi Hukum Ekonomi Islam. *Jurnal Muamalah.* Volume 15.

Arianti. G. (2017). KepuasanRemaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram dan Path. *Jurnal Wacana.* Volume 16.

- Ali, N. A. (2014). Riba dan Gharar Dalam Insurans : Satu Analisis Fiqh. *Jurnal Fiqh*, Volume 3.
- Basri, R. (2011). Pandangan At-tufi dan Asy-syatibi Tentang Mashlahat. *Jurnal Hukum Diktum*, Volume 9.
- Easterly. (2016). The Middle Class Consensus and Economic Development. *Jurnal Of Economic Growth*, Volume 6.
- Jati, W. R. (2017). Cyberspace Internet Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Volume 3
- Hamid, Abdul. (2015). Aplikasi Teori Mashlahah (Maslahat) Najm Al-Dîn Al-Thûfi Dalam Penyelesaian Sengketa Perjanjian Bisnis Di Bank Syariah. *Al-'Adalah* Vol. 8, No. 4, 730.
- Muchtar. E.H. (2017). Muamalah Terlarang Maysir dan Gharar. *Jurnal Asy-syukriyyah*. Volume 18.
- Nizar, M. A. (2015). Kelas Menengah (Middle Class) dan Implikasinya Bagi Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Mikro*, Volume 3.
- Pasaribu, Muksana. (2014). Maslahat Dan Perkembangan Sebagai Dasar Penerapan Hukum Islam. *Jurnal Justitia*, Vol. 1, No. 4, 355.
- Rofhani. (2013). Budaya Urban Muslim Kelas Menengah. *Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam*, Volume 3.
- Rufaidah. I. N. (2019). Jual Beli *Followers Like Viewers* Di Instagram Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Al-Qist*, Volume 9
- Rusdi, M. A. (2017). Mashlahat Sebagai Metode Ijtihad dan Tujuan Utama Hukum Islam. *Jurnal Syariah dan Hukum Diktum*, Volume 15.
- Pasaribu, M. (2016). Mashlahat dan Perkembangannya Sebagai Dasar Penetapan Hukum Islam. *Jurnaal Justitia*, Volume 1.
- Sucipto. (2015). 'Urf Sebagai Metode Dan Sumber Penemuan Hukum Islam. *Asas* Vol. 7, No. 1, 33.

### **Skripsi**

- Anifayaqun Nisa Shahab, "Tinjauan Hukum Perjanjian Syariah terhadap Jual beli Akun Sosial Media instagram" (Skripsi Sarjana Jurusan Bisnis Hukum Syariah UIN malang, 2018)

Enny Nurcahyani, “*Pengaruh Fitur Instagram Storiess Terhadap Kepuasan Mahasiswa*”, (Skripsi Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung, 2016).

Mufida Herdani, “*Jual Beli Followers Sosial Media Twitter Dalam Perspektif Hukum Islam*”, (Skripsi Serjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016)

Sugiarto. (2017). *Sistem Jual Beli Buah Secara Borongan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Pasar Pa’baeng-Baeng Makassar. Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Makassar.*

Sutatik, “*Analisis Gaya Hidup Kelas Sosial Menengah Dalam Penggunaan Instagram Stories Di Ruang Cyber .*” (Skripsi Sarjana Jurusan Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017)







**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B. 630 /In.39.6/PP.00.9/03/2020

Lamp. : -

Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE

Di

Tempat

Assalamu Alaikum Wr.wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare:

Nama : MAHMUD UWES  
Tempat/ Tgl. Lahir : Lampung / 30 April 1998  
NIM : 16.2200.021  
Fakultas/ Program Studi : Syariah dan Ilmu Hukum Islam/  
Hukum Ekonomi Syariah (*Muamalah*)  
Semester : VIII (Delapan)  
Alamat : JL. ZASILIA, Kec. Ujung. Kota Parepare

Bermaksud akan mengadakan penelitian di Wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul:

**"Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Sistem Jual Beli Followers Instagram Pada Masyarakat Kelas Menengah Di Kota Parepare"**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Maret sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr.wb.

Parepare, 2 Maret 2020

Dekan,



Rusdaya Basri ✓



SRN IP0000136

**PEMERINTAH KOTA PAREPARE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

*Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id*

**REKOMENDASI PENELITIAN**

**Nomor : 138/IP/DPM-PTSP/3/2020**

- Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
  2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
  3. Peraturan Walikota Parepare No. 7 Tahun 2019 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

**MENGIZINKAN**

KEPADA

NAMA

UNIVERSITAS/ LEMBAGA

Jurusan

ALAMAT

UNTUK

: **MAHMUD UWES**

: **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

: **HUKUM EKONOMI SYARIAH (MUAMALAH)**

: **JL.ZASILIA PAREPARE**

: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

**JUDUL PENELITIAN : ANALISIS HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP SISTEM JUAL BELI FOLLOWERS INSTAGRAM PADA MASYARAKAT KELAS MENENGAH DI KOTA PAREPARE**

**LOKASI PENELITIAN : KECAMATAN LINGKUP KOTA PAREPARE**

**LAMA PENELITIAN : 04 Maret 2020 s.d 30 Mei 2020**

- a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
- b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: Parepare

Pada Tanggal : 06 Maret 2020

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
KOTA PAREPARE**



**Hj. ANDI RUSIA, SH.MH**

Pangkat : Pembina Utama Muda, (IV/c)

NIP : 19620915 198101 2 001

Biaya : Rp. 0.00



Balai  
Sertifikasi  
Elektronik





PEMERINTAH KOTA PAREPARE  
**KECAMATAN UJUNG**

Jalan Mattirotasi Nomor 22 Parepare, Telp. (0421) 21165  
Kode Pos 91111, Email : [ujung@pareparekota.yahoo.com](mailto:ujung@pareparekota.yahoo.com)  
Website : [www.kecamatanujung.webs.com](http://www.kecamatanujung.webs.com)

**SURAT IZIN PENELITIAN**  
Nomor : 070/160/Ujung

yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : WAHYUFI BAKRI, S.STP, M.Si  
Jabatan : Sekretaris Kecamatan  
Nip : 19811025 200112 1 002  
Alamat Kantor : Jl. Mattirotasi No. 22 Parepare

merangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : MAHMUD UWES  
Tempat / Tgl lahir : Lampung / 30 April 1998  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Pekerjaan/Pendidikan : Mahasiswa / S1  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah ( Muamalah)  
Alamat : Jl. Zasilia Parepare

Untuk melakukan kegiatan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul : **"ANALISIS HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP SISTEM JUAL BELI FOLLOWERS INSTAGRAM PADA MASYARAKAT KELAS MENENGAH DI KOTA PAREPARE"**, di 4 wilayah Kecamatan se- Kota Parepare, mulai Tanggal 04 Maret 2020 s.d 30 Mei 2020.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Juli 2020

An. CAMAT UJUNG,  
Sekretaris Kecamatan



WAHYUFI BAKRI, S.STP, M.Si

Pangkat : Pembina, IV/a

NIP : 19811025 200112 1 002



PEMERINTAH KOTA PAREPARE  
**KECAMATAN UJUNG**  
Jalan Mattirotasi Nomor 22 Parepare, Telp. (0421) 21165  
Kode Pos 91111, Email : [ujung@pareparekota.yahoo.com](mailto:ujung@pareparekota.yahoo.com)  
Website : [www.kecamatanujung.webs.com](http://www.kecamatanujung.webs.com)

**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**  
Nomor : 070/175/Ujung

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : WAHYUFI BAKRI, S.STP, M.Si  
Jabatan : Sekretaris Kecamatan  
Nip : 19811025 200112 1 002  
Alamat Kantor : Jl. Mattirotasi No. 22 Parepare

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : MAHMUD UWES  
Tempat / Tgl lahir : Lampung / 30 April 1998  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Pekerjaan/Pendidikan : Mahasiswi / S1  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)  
Alamat : Jl. Zasilla Parepare

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Kecamatan Ujung Kota Parepare, dengan judul penelitian " **ANALISIS HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP SISTEM JUAL BELI FOLLOWERS INSTAGRAM PADA MASYARAKAT KELAS MENENGAH DI KOTA PAREPARE** "

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 10 Agustus 2020

a.n. CAMAT UJUNG  
Sekretaris Kecamatan,



WAHYUFI BAKRI, S.STP, M.Si  
Pangkat : Pembina, IV/a  
NIP : 19811025 200112 1 002

## DAFTAR HARGA *FOLLOWERS*

Layanan	Harga/K
<i>Followers</i> Instagram	Rp.80.000



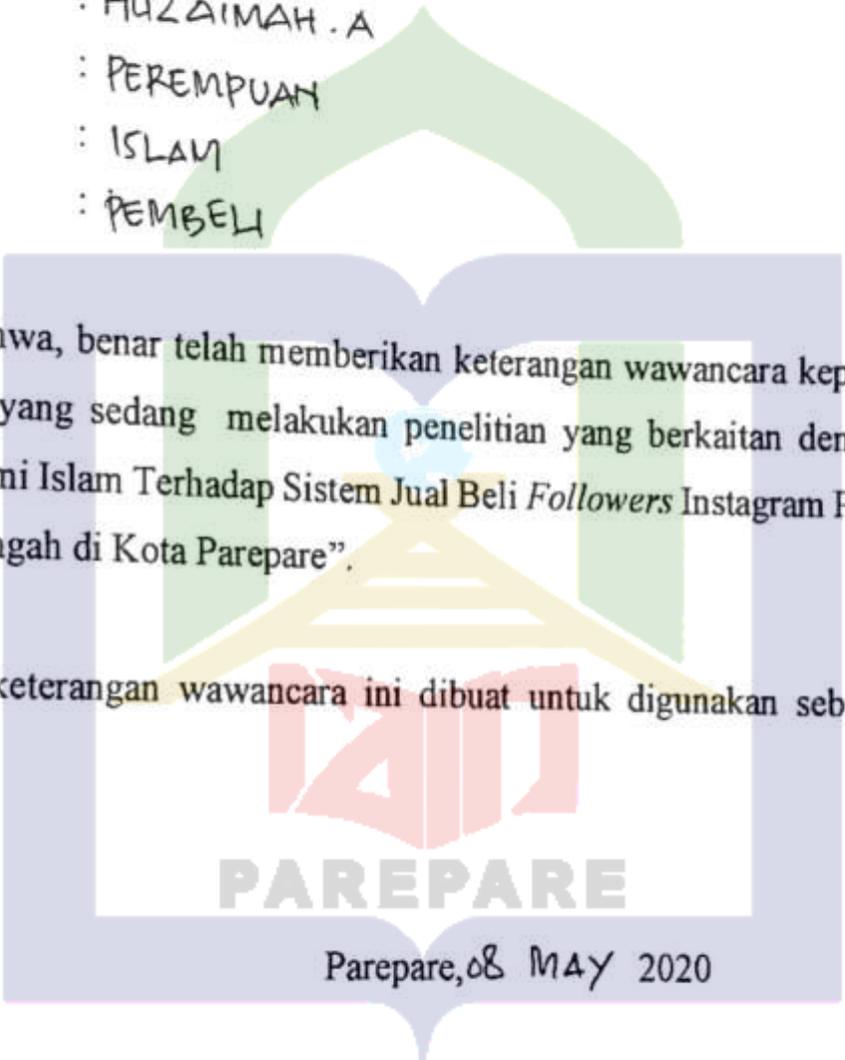
# SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawa ini :

Nama : HUZAIMAH . A  
 Jenis Kelamin : PEREMPUAN  
 Agama : ISLAM  
 selaku pihak : PEMBELI

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Mahmud uwes yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Sistem Jual Beli *Followers* Instagram Pada Masyarakat Kelas Menengah di Kota Parepare".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagai pertanggungjawabannya.



Parepare, 08 MAY 2020

  
 HUZA IMAH

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawa ini :

Nama : Ihsan  
Jenis Kelamin : LAKI-LAKI  
Agama : ISLAM  
Selaku pihak : Pembeli

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Mahmud uwes yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Sistem Jual Beli *Followers* Instagram Pada Masyarakat Kelas Menengah di Kota Parepare".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagai mestinya.

Parepare, 07 Mei 2020



---

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

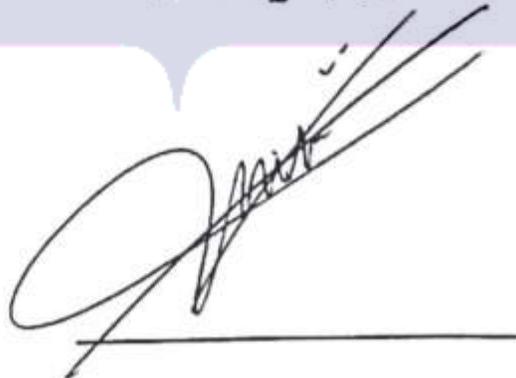
Saya yang bertandatangan di bawa ini :

Nama : ANJASMARA  
Jenis Kelamin : LAKI-LAKI  
Agama : ISLAM  
Selaku pihak : PENJAJAL

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Mahmud uwes yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Sistem Jual Beli *Followers* Instagram Pada Masyarakat Kelas Menengah di Kota Parepare".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagai mestinya.

Parepare, 09 - Mei 2020



A handwritten signature in black ink, consisting of a large loop followed by several strokes, positioned above a horizontal line.

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan di bawa ini :

Nama : SATRIANI  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : ISLAM  
Selaku pihak : Pembeli

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Mahmud uwes yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Sistem Jual Beli *Followers* Instagram Pada Masyarakat Kelas Menengah di Kota Parepare".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagai mestinya.

Parepare, 08 Mei 2020







**Ikhsan Selaku Pembeli *Followers* Instagram**



**Taufik Hidayat Selaku Pembeli *Followers* Instagram**

ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE  
STATE OF ISLAMIC  
CENTRAL LIB



Anrifisal selaku pembeli *followers* Instagram



Anjasmara selaku Penjual Followers Instagram



Rafida Selaku Penjual *Followers* Instagram



Huzaimah Selaku Pembeli *Followers* Instagram

# Reseller Panel SMM

Termurah dan Terpercaya Di INDONESIA

Best SMM Panell

MASUK

DAFTAR

## Masuk

Nama Pengguna

chosletd

Kata Sandi

.....

Tetap masuk selama 30 hari?

MASUK

[Belum punya akun? Daftar](#)

 **Pesan Baru**

Kategori \*

Instagram Followers Indonesia

Layanan \*

ID 109 - Instagram Followers Indon...

Harga/K

Rp

80000

Min. Pesan

500

Maks. Pesan

1000

Tampilan Situs Website Penjualan *Followers* Instagram



**Muamalah** berasal dari kata yang berakar dengan masalah (suhalah) berarti, yang menunjukkan adanya suatu aktivitas manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dengan demikian, fiqh **muamalah** berarti "hukum-hukum syara" yang berhubungan dengan perbuatan manusia yang menyangkut urusan kehidupan (Hafidz, 2002).

Berikut dari hal tersebut, maka dapatlah dipahami bahwa fiqh **muamalah** adalah hukum-hukum syara' yang mengatur perbuatan manusia yang dihal dan dihal-hal Alquran maupun Hadits yang terperinci yang berhubungan dengan persoalan-persoalan dunia (ekonomi). Atau lebih singkatnya adalah hukum Islam tentang kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia, seperti: utang (jual beli), sewa (sewa menyewa), gadai (utang piutang), kerja sama bisnis (musaabah dan muharabah), rami (gadai), wasilah (perwakilan, agen atau distributor), hibah (penyambutan tanggung jawab melalui utang), hibah (penggunaan), wasilah (tanggung), dan lain-lain. Kegiatan-kegiatan ekonomi tersebut yang akan dipaparkan materi perkuliahan fiqh **muamalah** yang dapat dijadikan bekal bagi mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah untuk mengembangkan konsep dasar bisnis syariah baik dalam bisnis perbankan maupun dalam bisnis lainnya. Namun demikian, yang perlu diingat bahwa kegiatan **muamalah** ini tidak bisa lepas dari nilai kehalalannya, artinya apapun yang dilakukan oleh manusia, tidak lain adalah semata-mata untuk mengabdikan kepada Allah SWT, sesuai dengan firman-Nya dalam surat al-Furqan ayat 51: "Dan Aku tidak menciptakan ini dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku".

**C. Hubungan Fiqh Muamalah dengan Fiqh Lain**

Klasifikasi ibadah dalam Islam terbagi dua, yaitu ibadah Alah Puri dan ibadah Ghairu Mubalajah. Fiqh **muamalah** adalah pergabaran lebih lanjut dan konsep ibadah ghairu mubalajah dalam arti sempit, yaitu hukum yang mengatur hubungan antar manusia yang bersifat

1. Ibadah Muamalah adalah fiqh yang mengatur hubungan manusia dengan sesama manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan demikian, muamalah adalah fiqh yang mengatur hubungan manusia dengan manusia yang bersifat duniawi. Muamalah adalah fiqh yang mengatur hubungan manusia dengan manusia yang bersifat duniawi. Muamalah adalah fiqh yang mengatur hubungan manusia dengan manusia yang bersifat duniawi.

Perbedaan



... yang dapat juga masalah secara terencana, seperti dalam usaha ...  
... masalah muamalah yang tidak ada ketetapan dalam syara' yang ...  
... atau ada yang menghukumnya. Metode ini merupakan salah satu cara ...  
... merupakan hukum yang berkaitan dengan masalah muamalah yang ...  
... atau ada yang tidak dibenarkan dalam syara' dengan pertimbangan untuk ...  
... berkeadilan bagi manusia. Prinsipnya, menarik manfaat dan ...  
... melalui kemakmuran (jadi al-muamalah wa al-taqat al-mafardi) dalam upaya ...  
... atau ada yang tidak ada ketetapan dalam syara'.

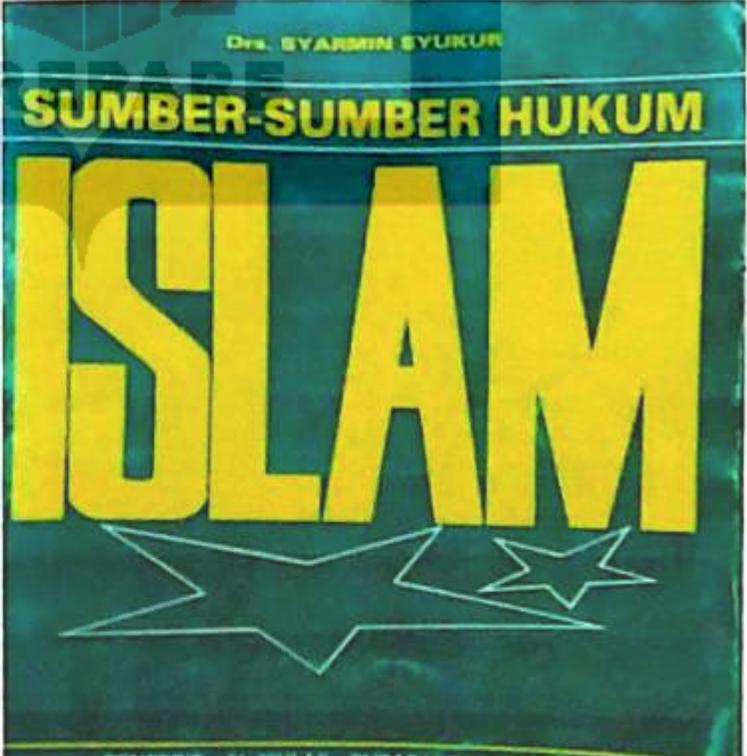
... bahwa memang benar bahwa masalah merupakan aset yang baik bagi diartinya ...  
... hukum-hukum Islam. Maka, jika perlu, hendaknya dan syafiqah menyatakan tentang ...  
... masalahnya, hendaknya dimajukan di bawah syara'. Lalu, apakah terdapat hukum adat yang ...  
... dapat dibenarkan kemudian dan juga terdapat adat mubalajah (syara') sehingga dalam hubungan ...  
... hukum itu terdapat tempat untuk meneliti kemakmuran.

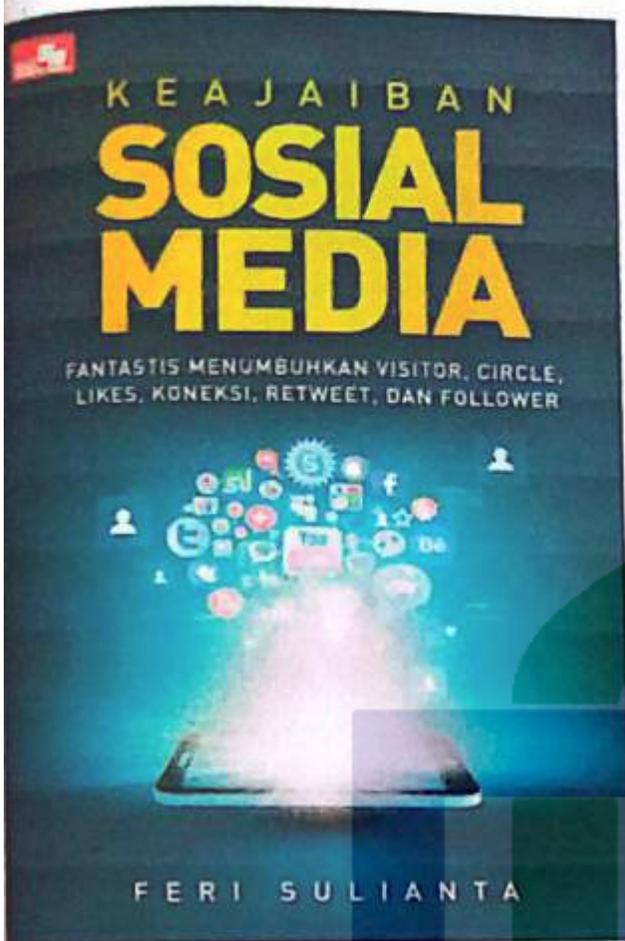
... berdasarkan pemahaman ini mereka berpegang pada kemakmuran yang dibenarkan syara'. ...  
... tetapi mereka lebih mendasar dalam mengorganisir masalah yang dibenarkan syara' ini. Karena hukum ...  
... mereka dalam soal pengakuan syara' (Allah) terdapat adat sebagai tempat bergamungnya hukum yang ...  
... meneliti kemakmuran. Sebab hampir tidak ada masalah yang tidak ada atau yang menguak ...  
... kemakmuran.

Dr. Beni Ahmad Saebani, M.Si.

# Fiqh Siyasa

Terminologi dan Ciri-ciri Sejarah Politik Islam sejak Muhammad SAW hingga Al-Khulafa Al-Rasidun





Brand Pizza Hut bergabung ke jaringan **social media** untuk sharing promosi, serta menggunakan berbagai layanan aplikasi media.

Sekarang era **social media**.

**Social media** memiliki beberapa pengertian, yakni:

- (1) **Social media** antara lainnya dalam menyebarkan berbagai dan berbagai informasi, hal itu mem akup-gasam dan berbagai konten dalam komunitas virtual (Adipati, Doro, RA, d. A., Halonen, M., Hosenstein, S. (2011). "Social **media** and how exploring the future: suggested by social **media**". *Library via wikipedia* 2014.
- (2) **Social media** adalah kelompok dan aplikasi berbasis web internet yang dibangun atas dasar teknologi dan teknologi web

era 2.0 yang memungkinkan penggunaannya website yang interaktif (Kaplan, Andreas M., Haenlein, Michael (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social **media**". *Library via wikipedia* 2014).

Dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa **social media** mampu mengubah cara berinteraksi dan berkomunikasi serta dengan teknologi yang sama sekali berbeda dari **social media** tradisional.

Berbagai **social media** komunikasi dalam "chat" ini memberikan beragam komunikasi yang kaya tanpa batasan ruang dan waktu!



### Jual-Beli Online di Internet

Transaksi **jual-beli** secara online kini mulai menjadi tren baru di masyarakat Indonesia. Kegiatan ini dilakukan dengan beberapa kepentingan, baik kebutuhan untuk menjual/membeli produk/jasa, maupun hanya sebagai gaya hidup.

Perkembangan teknologi internet telah mengundang para petisnis untuk mengganti atau menambah sistem pemasaran, dan awalnya konvensional dengan cara tatap muka langsung antara penjual dan pembeli, hingga menjadi pemasaran secara online di mana antara penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka. Kegiatan **jual-beli** online dapat mengatasi masalah jadinya jarak dan perbedaan waktu karena dapat dilakukan 24 jam nonstop. Transaksi **jual-beli** juga bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja, apalagi teknologi internet sudah bisa diakses melalui layanan mobile. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pasar di internet sangat luas, tidak hanya di dalam negeri, siapapun dapat bertransaksi hingga luar negeri.

Selain hal di atas, kelebihan lain transaksi **jual-beli** online adalah sangat hemat dari sisi biaya/modal. Penjual bisa menghemat biaya sewa tempat, cetak brosur, membayar pramunaga, dan lain-lain. Begitu pula dengan pembeli, mereka tidak perlu membuang banyak waktu untuk berputar-putar mencari produk maupun perbandingan harga. Anda bisa membayangkan, jika jalan sendiri ke banyak toko, tentu selain melaksanakannya juga akan membuang waktu, biaya transportasi, dan mungkin biaya komunikasi.

Melalui cara online, jika jarak antara penjual dan pembeli cukup jauh biasanya ada ongkos kirim yang harus ditanggung penjualnya. Tetapi hal ini menjadi sebanding dengan manfaat dan hasil yang didapatkan. **Jual-beli** online juga bisa memberi keuntungan dengan menawarkan pilihan produk yang lebih banyak, karena si penjual memiliki showroom yang luasnya tidak terbatas. Biasanya penjual cukup membuat dan mengupload

## BIOGRAFI PENULIS



Mahmud Uwes lahir di Lampung pada tanggal 30 April 1998, anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Uwes Hafid dan Haerani Farid. Penulis memulai pendidikannya di bangku pendidikan formal pada Sekolah Dasar Negeri (SDN) 26 Parepare pada tahun 2004-2010 Selama 6 tahun, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 10 Parepare pada tahun 2010-2013 selama 3 tahun, Sekolah Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Parepare pada tahun 2013-2016 selama 3 tahun. Kemudian, penulis melanjutkan jenjang pendidikan perguruan tinggi ke Institut Agama Islam Negeri (IAIN) pada tahun 2016 sampai dengan penulisan skripsi ini, dan lulus Program Sarjana (S1) Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam dengan program studi Hukum Ekonomi Syariah pada tahun 2020. Penulis memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) dengan mengajukan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “Analisis Hukum Ekonomi Islam terhadap Sistem Jual Beli *Followers* Instagram pada Masyarakat Kelas Menengah di Kota Parepare”. Penulis melakukan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Pengadilan Agama Sidrap dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Kecamatan ujung Kota Parepare.