



Pendekatan Sosiologi Hukum terhadap Praktik Jual Beli *Followers* dimedia Sosial Instagram di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan

Nurul Hasna, Rusdiyah, Arie Sulistiyoko

Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri Banjarmasin

Email: ariesulistyoko@uin-antasari.ac.id

Abstract

This study discusses the legal discussion of followers' buying sales that took place in the city of Banjarmasin. This research uses field research. The researchers tried to examine the sample that would be made material to find a pattern, buy supernatural and have the same goal, namely mutual happiness ('an taraadhin). This research is descriptive qualitative to answer the findings produced by informants in Banjarmasin as part of the system or the concept of supernatural buying and selling. This study found that the concept of buying and selling offered was memorable to have a vague purpose for the goods sold. Buying this buying buy pattern will bring up the questionable nature and have no clear legal basis.

Keywords: *Sociology, Law, buying and selling, followers, social media*

Abstrak

Penelitian ini difokuskan pada pendekatan sosiologi hukum terhadap jual beli followers yang terjadi di kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan *field research* peneliti

mencoba menelaah sampel yang akan dijadikan bahan untuk menemukan pola instrumen jual beli yang bersifat ghaib dan memiliki tujuan yang sama, yakni saling senang (*'an taraadhin*). Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif untuk menjawab temuan yang dihasilkan dari informan yang ada di Banjarmasin sebagai bagian dari sistem atau konsep jual beli ghaib. Penelitian ini menemukan bahwa konsep jual beli yang dilarang berkesan memiliki ketidakjelasan tujuan dari pokok barang yang dijual. Sehingga pola jual beli seperti ini akan memunculkan sifat menipu dan tidak memiliki dasar hukum yang jelas.

Kata Kunci: Sosiologi, Hukum, jual beli, followers, media sosial

Pendahuluan

Teknologi yang semakin maju, menjadikan perniagaan tidak lagi harus menggunakan cara tradisonal, mengumpulkan dagangan di pasar atau menawarkan kepada setiap orang yang ditemui. Akan tetapi, sekarang perniagaan dapat dilakukan lebih mudah melalui *internet*. Pemanfaatan dunia *online* untuk menjalankan bisnis atau lebih dikenal *e-commerce* sudah cukup terkenal dikalangan pengusaha seiring meningkatnya pengguna *internet* di tanah air.¹ Belanja secara *online* telah menjadi kebiasaan dan gaya hidup. Oleh karena itu media sosial atau yang sering disebut jejaring sosial merupakan salah satu hal yang paling dinamis dunia saat ini, tidak lagi hanya menjadi jembatan komunikasi antara manusia di dunia maya, akan tetapi sosial media sudah berubah dengan berbagai fungsi. Banyak orang memanfaatkan media sosial untuk

¹ Syaugi Mubarak Seff, "EKONOMI SYARI'AH SEBAGAI LANDASAN DALAM AL-BAI'(JUAL BELI)" (May 20, 2017), accessed May 20, 2017, http://jurnal.iain-antasari.ac.id/index.php/taradhi/article/viewFile/578/pdf_23.

memenuhi beragam kebutuhan, mulai dari media mengekspresikan diri, mengejar ketenaran, menggalang dukungan, hingga mencari penghasilan.²

Faktanya menunjukkan bahwa pengguna instagram untuk keperluan bisnis sudah banyak, dari kalangan usaha kecil menengah hingga perusahaan besar. Instagram dijadikan sarana promosi maupun penjualan dari produk yang dipasarkan. Tanpa harus mengeluarkan banyak biaya pemasaran dan dirasa efektif yang menjadikan alasan utama dikalangan pembisnis untuk menjadikan instagram sebagai sarana berpromosi.

Fenomena tersebut menjadi peluang para pelaku bisnis untuk mendapatkan sejumlah keuntungan, yaitu dengan cara menjual *followers* di media sosial. *Followers* adalah akun atau pemilik atau orang yang mengikuti sosial media seseorang, berbagai macam *followers* ditawarkan oleh para pelaku bisnis tersebut dari harga yang rendah sampai harga yang tinggi, semakin tinggi harga semakin banyak pula *followers* yang didapatkan.³

Dalam transaksi tersebut ditawarkan dua macam *followers*, yaitu *followers aktif* atau *real human followers* dan *followers pasif* atau *bot followers*. Perbedaan dari *followers aktif* dan *pasif* adalah jika *followers aktif*, *followers* tersebut akun-akunnya dari orang Indonesia asli keunggulannya bisa *comment* dan *like* (selayaknya real akun) kelemahannya bisa *unfollow* jika tidak tertarik. Akun tersebut sangat cocok untuk sebuah olshop untuk

² Rosihan Anwar and Wijaya Adidarma, "Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 14, no. 2 (2016): 155-168.

³ Shabur Miftah Maulana, Heru Susilo, and Heru Susilo, "Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis* 29, no. 1 (2015): 1-9.

mendapatkan pelanggan dengan cepat.⁴ Sedangkan *followers pasif* tidak bisa *like* atau *comment*. Selain itu, dari kedua macam *follower* tersebut, konsumen dapat memilih kewarganegaraan mana yang akan diterapkan pada *followers*nya misalnya *followers* asli Indonesia, Arab, China, atau bisa juga acak. Untuk menarik konsumen para penyedia jasa *followers* biasanya menawarkan promo-promo menarik dengan potongan harga yang tinggi, sebagai contoh untuk harga normal 1000 *followers* dengan harga Rp.150.000 dengan adanya promo *followers* bisa didapat dengan harga Rp.100.000 dan 300*like* dengan harga Rp.15.000 dengan adanya promo tersebut bisa di dapat dengan harga Rp.10.000.⁵ Untuk proses pembelian *followers* tersebut pembeli dapat mentransfer uang melalui Bank ke nomor rekening yang sudah ditentukan sebelumnya oleh penjual, bisa juga melalui rekening bersama dan bisa pula via pulsa.

Dalam transaksinya penjual *follower* tersebut tidak memberi adanya keterbukaan atau kejujuran terhadap konsumen sehingga dapat menimbulkan unsur spekulasi. Berdasarkan observasi awal ketika konsumen membeli *followers* aktif atau *Real Human* maka otomatis akun orang-orang yang masuk database penyedia jasa *followers* tersebut akan *follow* akun pembeli secara paksa, akun

⁴ Nur Anisa, "TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG JUAL BELI FOLLOWER, LIKES DAN VIEWER DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Akun Instagram@ SosmedLampung)" (PhD Thesis, UIN Raden Intan Lampung, 2018); ADITYA JARISMAN, "JUAL BELI FOLLOWERS INSTAGRAM MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM" (2019); Sri Farida Utami, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Account Followers Instagram" (PhD Thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017).

⁵http://www.instagram.com/penjualan_followers.ig/ diakses 1 Agustus 2018. Pukul 20:30 wita

yang masuk di dalam database adalah akun yang pernah memakai layanan *followers* versi gratis jadi secara otomatis akun itu akan terhubung ke API dan masuk ke database si penyedia layanan *followers*, dan untuk pembelian *followers* pasif atau *bot followers* jika pihak dari instagram mengetahui adanya *Bot follower* tersebut pihak instagram sewaktu-waktu dapat melakukan razia untuk akun tersebut. Razia tersebut tidak dapat diprediksi waktunya, hal tersebut disebabkan karena pihak instagram tidak menghendaki adanya *Bot follower* tersebut, kemudian pada *follower* jenis *Real Human* bisa *unfollow* jika akun yang tiba-tiba diikutinya tersebut tidak menarik atau tidak disukainya.⁶

Selain itu, terdapat pula penjual *followers* yang melakukan kecurangan terhadap pembeli *followers*, salah satunya adalah ketika seseorang membeli *followers* dan hanya menginginkan *followers* aktif saja, tetapi setelah dilakukan transaksi ternyata penjual mencampurkan antara *bot followers* dan yang *real human followers*, sehingga pihak pembeli merasa dirugikan. Objek akad bermacam-macam sesuai dengan bentuknya. Objek akad dalam jual beli adalah barang yang diperjual belikan dan harganya. Agar sesuatu akad dapat dipandang sah, objeknya memerlukan syarat-syarat tertentu yaitu :

1. Barang itu harus ada. Maka tidak sah menjual barang yang tidak ada atau belum ada. Hal ini telah dijelaskan dalam hadis Nabi yaitu:

لَا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ

“jangan menjual sesuatu yang tidak ada padamu.”

(HR. Bukhari)

⁶ MUSTIQOH SEPTIYANI, “TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI FOLLOWERS DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM” (PhD Thesis, IAIN Purwokerto, 2017).

2. Benda yang diperjualbelikan itu harus miliknya sendiri atau milik orang lain yang diwakilinya. Jika benda yang diperjualbelikan tersebut bukan miliknya sendiri, menurut mazhab Syafi'i, Maliki, dan Hambali, jual beli tersebut boleh dan sah dengan syarat harus mendapat izin pemiliknya. Akan tetapi, jika tidak mendapat izin dari pemiliknya, maka jual beli tersebut tidak sah. Sebagaimana Hadis Rasulullah yaitu:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ دِينَارٍ قَالَ سَمِعْتُ ابْنَ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا يَقُولُ: قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ ابْتِاعَ طَعَامًا فَلَا يَبِيعُهُ حَتَّى تَقْبُضَهُ

“Dari Abdullah ibn Dinar, katanya: Aku mendengar Ibn Umar r.a. berkata: Rasulullah saw bersabda, “Barangsiapa membeli makanan, maka janganlah ia membeli (membayar)-nya kecuali setelah ia menerima atau memegangnya.” (HR. al-Bukhari)

3. Barang tersebut dapat diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang telah disepakati bersama, ketika transaksi berlangsung, kemampuan untuk menyerahkan barang disyaratkan tidak ada kesulitan. Dan jual beli yang mengandung unsur penipuan dilarang dalam islam. Ketentuan ini berdasarkan Hadis:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ نَبِيُّ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْخَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

“Dari Abu Hurayrah r.a Berkata Rasulullah saw melarang jual beli dengan lemparan batu (kerikil) dan jual beli gharar.” (HR. Muslim)

4. Barang tersebut bisa diketahui oleh penjual dan pembeli. Mengetahui di sini adakalanya waktu akad atau sebelum akad dengan syarat benda tersebut tidak berubah saat akad berlangsung. Menurut mazhab Hanafi, untuk mengetahui benda yang diperjualbelikan bisa dengan jalan isyarah atau menyebutkan sifat dan ciri-ciri benda itu sendiri. Ketentuan ini terdapat dalam hadis:

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَقَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسَلِفُونَ بِاللَّيْلِ وَاللَّيْلَةَ وَاللَّيْلَةَ فَقَالَ مَنْ سَلَفَ فِي شَيْءٍ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ

“Diriwayatkan dari ibn Abbas r.a., ia berkata: Nabi saw datang ke Madinah di mana masyarakat malakukan transaksi salam (memesan) kurma selama dua tahun dan tiga tahun. Kemudian Nabi bersabda, “Barangsiapa yang melakukan akad salam terhadap sesuatu hendaklah dilakukan dalam takaran yang jelas, timbangan yang jelas, dan sampai batas waktu yang jelas.” (HR. Muslim)

Oleh karena itu, persoalan yang kemudian muncul adalah terdapat pada objeknya karena ketika barang yang diperjual belikan berupa *follower* maka akan menimbulkan pertanyaan apakah *followers* dapat diperjualbelikan sebagai objek yang tidak terlihat? Selain itu, untuk jenis akun aktif atau *Real Human Follower* penjual tidak memiliki kuasa secara penuh terhadap

objek tersebut karena akun tersebut pada dasarnya tidak dimiliki oleh penjual.⁷

Berdasarkan latar belakang tersebut, dirumuskan permasalahan penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana gambaran praktik jual beli *followers* dimedia sosial instagram di Banjarmasin ?
2. Apakah faktor-faktor penyebab munculnya praktik jual beli *followers* dimedia sosial instagram di Banjarmasin?

Capaian yang akan dalam penelitian ini adalah menemukan instrumen pola pikir jual beli *followers* di Banjarmasin.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) artinya data yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini berupa fakta-fakta yang di dapat di lapangan. Dalam hal ini peneliti datang langsung ke lokasi penelitian untuk mendapat data-data yang diperlukan yakni kepada informan yang melakukan praktik jual beli *followers* dimedia sosial di Banjarmasin.

Pendekatan yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif yaitu peneliti mencari makna, pemahaman dan pengertian tentang suatu fenomena, kejadian, maupun kehidupan manusia dengan terlibat langsung dan/atau tidak langsung dalam *setting* yang diteliti, kontekstual dan menyeluruh. Dalam hal ini, peneliti melakukan penelitian dengan metode wawancara mendalam terhadap informan dengan mengacu kepada instrumen penggalan data/pedoman wawancara. Di samping itu, peneliti juga

⁷ Anwar Hafidzi, "Eksistensi Advokat Sebagai Profesi Terhormat (Officium Nobile) Dalam Sistem Negara Hukum Di Indonesia," *Khazanah* 13, no. 1 (2015).

mencoba menggali data dengan melakukan observasi terhadap objek yang diteliti.

Jual Beli yang dilarang dalam Islam

Jual beli *fuḍhūli*

Jual beli *fuḍhūli* adalah jual beli milik orang tanpa seizing pemilikinya. Menurut ulama Hanafiyah dan Malikiyah, jual beli ditangguhkan sampai ada izin pemilik. Adapun menurut ulama Hanabilah dan Syafi'iyah, jual beli *fuḍhūli* tidak sah.

a). Syarat-Syarat mengizinkan Transaksi *Fuḍhūli*

Mazhab Hanafi memberikan syarat-syarat untuk mengizinkan transaksi *fuḍhūli*. Pada saat *fuḍhūli* mengadakan transaksi, ia mendapatkam izin untuk melakukan transaksi itu. Artinya, siapa pun yang bisa menyatakan transaksi dengan sendirinya, karena hartanya diperbolehkan dengan adanya izin melakukan transaksi pada saat itu dan setelah dilaksanakannya transaksi.

Hendaknya legalitas izin itu diberikan pada saat adanya penjual, pembeli, pemilik dan barang. Dengan demikian, jika izin itu di berikan setelah salah satu dari unsur-unsur tadi hilang atau meninggal, maka transaksi dianggap batal dan perizinan dianggap tidak bermanfaat sama sekali.

Tidak boleh memberlakukan transaksi atas seorang *fuḍhūli* jika orang yang bersangkutan menolak seperti yang telah diterangkan sebelumnya.

Gambaran Praktik Jual Beli *Followers* di media Sosial *Instagram* di Banjarmasin

Dalam penelitian ini terdapat masalah pada barang yang diperjualbelikan, objek yang diperjualkan berupa penambah *followers*, dimana akun *instagram* yang nantinya akan dijual sebagai *followers* adalah bukan milik dari penjual. Hal ini menyebabkan *followers* tersebut dapat *meng-unfollow* sewaktu-waktu akun pembeli, sehingga akan menyebabkan kerugian bagi pemilik itu sendiri, baik yang bertujuan sebagai sarana promosi, menaikkan popularitas diri. Berkaitan dengan fenomena diatas maka tidak sesuai dengan syarat objek jual beli bahwa barang yang dijadikan objek transaksi merupakan milik sendiri. Maka tidaklah sah menjual barang orang lain dengan tidak seizin pemiliknya atau barang-barang yang baru akan menjadi miliknya.

Hal ini juga termasuk kedalam jual beli yang dilarang dalam Islam yaitu jual beli *fudhūli*, jual beli *fudhūli* adalah menjual harta milik orang lain tanpa surat kuasa atau perwakilan dari pemiliknya. Pada praktiknya, proses penyerahan barang dilakukan tidak dengan bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli karena menambahkan *followers*, dilakukan melalui media sosial sehingga tidak memerlukan tatap muka antara keduanya.⁸

⁸ Utami, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Account Followers Instagram."

Alasan yang Menyebabkan Terjadinya Praktik Jual Beli Followers dimedia Sosial Instagram di Banjarmasin

Salah satu sarana promosi menggunakan jaringan internet dengan memakai aplikasi *instagram*, semakin banyak orang menyadari bahwa *instagram* merupakan alat promosi yang sangat digemari. Kecendrungan para pengguna internet ialah lebih tertarik pada bahasa visual. Nah, dibandingkan dengan media sosial lainnya. *Instagram* lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar dan video, ketika bahasa visual mendominasi dunia internet, dari situlah para pelaku bisnis bisa memanfaatkan peluang yang terhampar di depan mata.

Fenomena lainnya yang sangat menarik dari *instagram* adalah bagaimana kebanyakan orang tertarik untuk mempopulerkan akun mereka. Tujuannya adalah memperoleh jumlah *followers* sebanyak-banyaknya. Ketika seseorang sudah punya banyak *followers*, secara otomatis ia punya reputasi sehingga menarik minat dari sejumlah *vendor* untuk memasang iklan di akun *instagram* mereka, mereka yang punya reputasi dan *followers* banyak disebut sebagai selebgram, menjadi selebgram mampu mendulang banyak keuntungan, bahkan selebgram sekarang tidak kalah seperti artis yang ada di televisi.

Melihat dari syarat sah jual beli yang terjadi pada kasus yang diteliti penulis *followers* yang diperjualbelikan adalah *followers aktif*, dimana *followers aktif* itu seperti yang telah dijelaskan diatas, bahwa penjual jasa *followers* tidak memiliki akun tersebut melainkan akun itu milik seseorang yang tanpa mereka sadari telah *dihack* dan

diperjualbelikan, jual beli seperti ini tidak sah karena tidak memenuhi syarat sah jual beli, dijelaskan dalam Hadis Nabi saw sebagai berikut:⁹

لَا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ (رواه أبي داود)

“Jangan menjual sesuatu yang tidak ada padamu (yakni, tidak berada pada kepemilikanmu saat akad (H.R Abu Dawud)”

Pada kasus lain yang penulis teliti diperjualbelikan adalah *followers aktif* dan *followers pasif*, seperti yang penulis jelaskan diatas jual beli *followers aktif* tidak memenuhi syarat sah jual beli, sedangkan *followers pasif* atau *bot followers (followers robot)* adalah *followers* yang sengaja dibuat oleh penjual jasa *followers* untuk menambah angka *followers* saja, jika dilihat dari syarah sah jual beli *followers pasif* sudah memenuhi syarah sah dari jual beli, akan tetapi pada kasus lain penjual tidak jujur pada pembeli sehingga menimbulkan kerugian pada pembeli, didalam prinsip-prinsip dasar muamalah, setiap transaksi dan hubungan perdata (muamalah) dalam islam tidak boleh menimbulkan kerugian kepada diri sendiri dan orang lain. Hal ini didasarkan pada hadis Nabi saw yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Ad-Daruquthni, dan lain-lain dari Sa'id Al-khudri ra. Bahwa Rasulullah saw bersabda:

⁹ Sri Nawatmi, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam,” *Fokus Ekonomi* 9, no. 1 (2010); Siti Mujiatun, “Jual Beli Dalam Perspektif Islam: Salam Dan Istisna’,” *JRAB: Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis* 13, no. 2 (2014); Amru Sahmono Boang Manalu, Ujang Sumarwan, and Arif Imam Suroso, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Online,” *Jurnal Manajemen & Agribisnis* 4, no. 2 (2007): 67–80.

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

“Janganlah merugikan diri sendiri dan janganlah merugikan orang lain.”

Jual beli seperti itu termasuk jual beli gharar, jual beli gharar adalah jual beli atau akad yang mengandung unsur penipuan, Dan jual beli yang mengandung unsur penipuan dilarang dalam islam. Ketentuan ini berdasarkan Hadis:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْخِصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ
الْعَرْرِ (رواه مسلم)

“Dari Abu Hurairah r.a Berkata Rasulullah saw melarang jual beli dengan lemparan batu) kerikil (dan jual beli gharar.”) HR. Muslim

لَا تَشْتَرُوا السَّمَكَ فِي الْمَاءِ فَإِنَّهُ عَرْرٌ (رواه أحمد)

“Janganlah kamu membeli ikan di dalam air karena jual beli seperti itu termasuk gharar (menipu). HR. Ahmad.

“Rasulullah saw. Pernah ditanya: “pekerjaan apakah yang paling baik?” Beliau menjawab: “Semua pekerjaan yang dikerjakan oleh seseorang dengan sendirinya, dan semua transaksi jual beli yang bersih (tidak ada unsur penipuan).” (H.R. al-Hakim).

Menjual barang yang fiktif tidak dapat dilihat itu tidak boleh, sebab terdapat unsur penipuan, dan Rasulullah saw, telah melarangnya.

Disyaratkan untuk sahnya jual beli syarat-syarat berikut:

1. Suka sama suka di antara kedua belah pihak; penjual dan pembeli. Sehingga jual beli tidak sah manakala salah satu pihak dipaksa tanpa alasan yang benar. Terdapat dalam Q.S an-Nisa/4: 29. Juga riwayat dari Abu Sa'id al-Khudri bahwa Nabi bersabda,

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ (رواه ابن حبان و ابن مجاح)

“Sesungguhnya jual beli itu hanya berdasarkan kerelaan (H.R Ibnu Majah, no. 2185)”

2. Status pelaku akad adalah orang yang boleh bertindak (tidak dicekal tindakannya), yaitu seorang dewasa, berakal, merdeka dan berindak lurus.
3. Harta yang menjadi objek transaksi telah dimiliki sebelumnya oleh pihak penjual. Maka, tidak sah jual beli barang yang belum dimiliki tanpa seizin pemilikinya. Hal ini berdasarkan hadis Nabi Saw:

لَا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ (رواه أبي داود)

“Jangan menjual sesuatu yang tidak ada padamu (yakni, tidak berada pada kepemilikanmu saat akad (H.R Abu Dawud)”

Penjual memiliki kuasa terhadap barang yang akan dijual, baik berdasarkan hak, milik, perwakilan, atau izin dari syara' seperti kuasa ayah, kakek, hakim, dan orang yang mendapat harta dari dia. orang yang menemukan harta yang dikhawatirkan rusak atau hilang, maka kuasanya adalah kuasa *naqish* (tidak sempurna) supaya tidak masuk dalam menjual sesuatu sebelum dipegang,

dan *fudhuli* yaitu orang yang bukan yang memiliki, bukan wakil dan wali.

Menurut *qaul qadim* jual beli ini tergantung kepada keridhan yang punya barang, jika dia mengizinkan, maka boleh dan jika tidak, maka tidak dan yang menjadi patokan adalah pengesahan orang yang mempunyai kuasa *tasharruf* ketika berakad, seandainya ia menjual barang milik anak kecil kemudian dia baligh dan menolaknya, maka tidak bisa diteruskan jual belinya dan letak perbedaan terjadi pada ketidakhadiran yang punya barang, andaikan dia menjual harta orang lain di depan orang yang punya tetapi dia diam saja, maka tidak sah akadnya secara pasti seperti diterangkan dalam kitab Al-Majmu.

Status objek akad bisa diserahterimakan, karena sesuatu yang tidak bisa diserahterimakan statusnya seakan-akan tidak ada, sehingga tidak sah diperjualbelikan, karena ia masuk dalam kategori jual beli *ghara*, karena terkadang pembeli sudah membayar harga barang namun dia tidak mendapatkan barang, maka tidak boleh menjual ikan di dalam air, biji kurma dalam kurma, burung diangkasa, susu dalam kantong binatang, janin dalam Rahim induknya, dan hewan yang kabur. Berdasarkan hadits Abu Hurairah, dia berkata,

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْخِصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

“Rasulullah melarang jual beli al-hashah dan jual beli gharar .H.R Muslim

Status objek akad diketahui oleh kedua belah pihak dengan melihatnya dan menyaksikannya saat akad atau dengan penjelasan yang membedakannya dengan selainnya, karena ketidakjelasan adalah *gharar*, dan *gharar* itu dilarang, maka tidak sah membeli sesuatu yang belum dilihatnya, atau melihatnya namun tidak mengetahuinya, sementara jual beli *followers* tidak ada di majelis akad.¹⁰

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari data yang diperoleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen jual beli itu dapat menjadi terlarang atau bersifat *gharar* diantaranya adalah karena ketidakjelasan objek dalam jual beli yang bersifat tidak ditempat. Pola ini menemukan bahwa konsep jual beli yang dilarang berkesan memiliki ketidakjelasan tujuan dari pokok barang yang dijual. Sehingga pola jual beli seperti ini akan memunculkan sifat menipu dan tidak memiliki dasar hukum yang jelas.

Solusi dari praktek jual beli ini adalah dengan memunculkan sistem akad saling senang, yakni akad saling percaya dalam penyerahan uang dan pemberian objek barang yang akan dijual.

¹⁰ Sirajul Arifin, "Gharar Dan Risiko Dalam Transaksi Keuangan," *TSAQFAH* 6, no. 2 (2010): 312-224; Muhammad Nadraturaman Hosen, "Analisis Bentuk Gharar Dalam Transaksi Ekonomi," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2009); Akhmad Nur Zaroni, "JUAL BELI GHARAR (Tinjauan Terhadap Proses Dan Obyek Transaksi Jual Beli)," *Mazahib* 4, no. 1 (2007).

Daftar Pustaka

- Anisa, Nur. "TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG JUAL BELI FOLLOWER, LIKES DAN VIEWER DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Akun Instagram@ SosmedLampung)." PhD Thesis, UIN Raden Intan Lampung, 2018.
- Anwar, Rosihan, and Wijaya Adidarma. "Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 14, no. 2 (2016): 155–168.
- Arifin, Sirajul. "Gharar Dan Risiko Dalam Transaksi Keuangan." *TSAQAFAH* 6, no. 2 (2010): 312–224.
- Hafidzi, Anwar. "Eksistensi Advokat Sebagai Profesi Terhormat (Officium Nobile) Dalam Sistem Negara Hukum Di Indonesia." *Khazanah* 13, no. 1 (2015).
- Hosen, Muhammad Nadraturzaman. "Analisis Bentuk Gharar Dalam Transaksi Ekonomi." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2009).
- JARISMAN, ADITYA. "JUAL BELI FOLLOWERS INSTAGRAM MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM" (2019).
- Manalu, Amru Sahmono Boang, Ujang Sumarwan, and Arif Imam Suroso. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Online." *Jurnal Manajemen & Agribisnis* 4, no. 2 (2007): 67–80.
- Maulana, Shabur Miftah, Heru Susilo, and Heru Susilo. "Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik

- Kota Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 29, no. 1 (2015): 1–9.
- Mujiatun, Siti. “Jual Beli Dalam Perspektif Islam: Salam Dan Istisna’.” *JRAB: Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis* 13, no. 2 (2014).
- Nawatmi, Sri. “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam.” *Fokus Ekonomi* 9, no. 1 (2010).
- Seff, Syaugi Mubarak. “EKONOMI SYARI’AH SEBAGAI LANDASAN DALAM AL-BAI’(JUAL BELI)” (May 20, 2017). Accessed May 20, 2017. http://jurnal.iain-antasari.ac.id/index.php/taradhi/article/viewFile/578/pdf_23.
- SEPTIYANI, MUSTIQOH. “TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI FOLLOWERS DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.” PhD Thesis, IAIN Purwokerto, 2017.
- Utami, Sri Farida. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Account Followers Instagram.” PhD Thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017.
- Zaroni, Akhmad Nur. “JUAL BELI GHARAR (Tinjauan Terhadap Proses Dan Obyek Transaksi Jual Beli).” *Mazahib* 4, no. 1 (2007).