

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Budaya Bisnis

##### 1. Definisi Budaya

Banyak orang yang berdiskusi tentang kebudayaan, hubungan kebudayaan tradisional dan kebudayaan modern, nilai-nilai budaya, dan lainnya. Suatu pertanyaan yang sering dijumpai yaitu “apakah sebenarnya konsep kebudayaan itu?.” terdapat berbagai pihak yang memberikan arti konsep tersebut pada artian yang sempit, seperti pola pikir, kebiasaan. Secara singkat kebudayaan adalah suatu kesenian. Konsep tersebut dianggap terlalu sempit. Sebaliknya, para ahli ilmu social dan sebagian orang, memaknai konsep kebudayaan pada artian yang lebih luas yakni keseluruhan total dan pola pikir, karya serta hasil karya seseorang yang tidak bersumber pada nalurinya, serta hal tersebut hanya dapat dimunculkan oleh seseorang setelah melalui sebuah kegiatan pembelajaran. Kalau itu mencakup hampir keseluruhan kegiatan dan menjadi pola pada kehidupan manusia, sehingga memiliki arti yang dianggap sangat luas. Namun ada beberapa hal atau perbuatan yang tidak termasuk kebudayaan, dimana hal tersebut dilakukan karena refleksi yang sesuai nalurinya, sedangkan tindakan tersebut sebetulnya juga termasuk naluri misalnya makan, seseorang melakukannya dengan menggunakan berbagai alat, dengan cara yang sopan dan sesuai dengan protokol, oleh karena itu hanya dapat dilaksanakan dengan baik setelah sebuah kegiatan pembelajaran pada aktivitas makan.<sup>1</sup>

Pada bahasa Sansekerta istilah budaya bersumber dari kata budh yang bermakna akal. Kebudayaan di mananya sebagai hasil pola pikir ataupun akal manusia. Ada juga yang menjelaskan jika

---

<sup>1</sup> Koentjaraningrat, *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*, (Jakarta: Gramedia, 2004), 1-5.

kebudayaan bersumber dari kata buddhi yang berarti akal dan daya yang berarti perbuatan. Akal termasuk aspek rohani pada kebudayaan dan daya merupakan ikhtiar ataupun sebagai aspek jasmani, oleh karena itu kebudayaan bisa dimaknai sebagai hasil dari pola pikir serta ikhtiar manusia. Kebudayaan pada masa Belanda adalah *cultur*, dalam bahasa inggris adalah *culture*, dalam bahasa arab *tsaqafah*, bahasa tersebut bersumber dari kata latin “colera” yang bermakna melakukan pengelolaan, melakukan pekerjaan serta melakukan pengembangan khususnya melakukan pengelolaan tanah ataupun bercocok tanam. Pada aspek makna ini kemudian berkembang istilah *culture* sebagai “segala daya dan aktivitas manusia untuk mengolah dan mengubah alam”.<sup>2</sup>

Koenjaraningrat mengatakan bahwa budaya adalah sebagai wujud gagasan, kelakuan yang mencakup keseluruhan dari berbagai hasil tindakan. Hari ini bisa diketahui jika semua hal yang terdapat pada pikiran seseorang yang diwujudkan dari hasil kelakuan manusia adalah kebudayaan. Kebudayaan merupakan suatu alat bagi manusia untuk dapat beradaptasi terhadap lingkungannya, yaitu bagaimana cara mereka memilih berbagai alternative yang sesuai dalam kehidupan kemasyarakatannya.<sup>3</sup> Tebu dan niala semua metode dalam kehidupan manusia yang dianggap mempunyai derajat yang lebih tinggi dan lebih diharapkan. Dari definisi kebudayaan tersebut terkandung paham bahwa kebudayaan itu tidak pernah dipandang dari masyarakat, sebab kebudayaan itu selalu hidup dalam masyarakat dan tumbuh dari masyarakat itu sendiri.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Muhaimin, *Islam dalam Bingkai Budaya Lokal: Potret dari Cirebon*, (Jakarta : Logos, 2001), 121

<sup>3</sup> Muhaimin, *Islam dalam Bingkai Budaya Loka: Potret dari Cirebon*, 122.

<sup>4</sup> Irma fatmawati, *Antropologi Budaya Pendekatan Habonaron Do Bona sebagai Falsafah Hidup Masyarakat Simalungun*, (Yogyakarta, Deepublish Publisher, 2020), 1.

Levo Henriksoon mengatakan bahwa kebudayaan sebagai bentuk pandangan hidup yang meliputi sistem nilai dalam masyarakat, kebudayaan mencakup semua aspek kehidupan setiap hari. Roos dalam bukunya, bahwa kebudayaan merupakan factor utama dalam pembentukan gaya hidup.<sup>5</sup>

Menurut Robert B. Taylor dalam bukunya mendefinisikan kebudayaan mencakup semua yang dipelajari manusia, kebudayaan disusun oleh beberapa kategori yang memiliki gejala umum yang sama atau dikenal dengan adat-istiadat yang di dalam meliputi klasifikasi aspek-aspek teknologi, ekonomi, sosial, wawasan, politik, kesenian serta berbagai kemampuan dan kebiasaan yang diperoleh dalam diri seseorang sebagai makhluk bermasyarakat.<sup>6</sup>

Hawkins juga berpendapat dalam sebuah karyanya, bahwa pengetahuan, kemampuan, kebiasaan, seni, keyakinan, moral yang dimiliki oleh manusia dalam suatu kompleks pada diri masyarakat merupakan budaya. Aktivitas budaya yang dilaksanakan seseorang dalam kehidupannya setiap hari baik dari beragam ide, norma, nilai, gagasan, aturan, bermain, atau hasil karya manusia seperti ukiran dan lainnya yang nantinya akan dilanjutkan atau diwariskan dari generasi selanjutnya.<sup>7</sup>

Dalam ringkasan Ralph Linton dalam bukunya menjelaskan, kebudayaan adalah seluruh cara kehidupan dari masyarakat tentang cara hidup yang ingin diperoleh masyarakat untuk menjadi lebih tinggi, yang mana manusia menjadi lebih berambisi dalam menginginkan hal tersebut. Jadi, kebudayaan merujuk pada berbagai aspek kehidupan seperti cara-cara berlaku, kepercayaan-kepercayaan, sikap-sikap, dan

---

<sup>5</sup> Alo Liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi antar Budaya*, (Yogyakarta: Penerbit LKIS Yogyakarta), 10.

<sup>6</sup> Alo Liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi antar Budaya*, 62.

<sup>7</sup> Moh. Zayyadi dan Durroh Halim, *Etnomatematika Budaya Madura (Budaya Madura dan Matematika)*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 2-3

hasil dari kegiatan manusia. Kebudayaan merupakan cara berlaku yang dipelajari, kebudayaan tidak tergantung dari transmisi biologis atau pewarisan melalui unsur genetis.<sup>8</sup>

Dalam kehidupan manusia mencakup berbagai budaya, yakni yang berkaitan dengan dimensi hubungan antar manusia, namun pada setiap komponen membentuk budaya yang berbeda-beda antara satu tempat dengan tempat lain. Cateora berpendapat bahwa budaya memiliki berbagai elemen, salah satunya adalah budaya material (*material culture*). Ada dua bagian budaya material yakni, teknologi dan ekonomi. Teknologi dipakai untuk mengubah serta menciptakan material menjadi sebuah produk yang bermanfaat untuk orang lain karena pada teknologi mencakup suatu teknik. Dalam hal ini, ekonomi menjadi poin penting dalam suatu kehidupan, karena sebagian orang memakai semua kemampuannya untuk memperoleh sebuah hal yang bermanfaat untuk dirinya ataupun untuk orang lain. Kemampuan berekonomi tersebut yang mendapatkan produk, pendistribusian, konsumsi cara bertukar, serta penghasilan yang di dapatkan dari aktivitas kreasi.<sup>9</sup>

Menurut Koentjaraningrat dalam bukunya, kebudayaan terdiri dari tiga wujud, yaitu:

- a. Satu kompleks mengenai ide, gagasan, nilai, norma dan peraturan-peraturan merupakan wujud dari kebudayaan.
- b. Wujud lain dari kebudayaan yakni, kelakuan berpola dari diri manusia yang menjadi aktivitas dalam masyarakat.

---

<sup>8</sup> Ihromi, *Pokok-pokok Antropologi Budaya*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006), 18.

<sup>9</sup> Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006), 56.

- c. Suatu produk hasil karya manusia merupakan wujud kebudayaan.<sup>10</sup>

## 2. Budaya Hukum

Budaya telah dikenal sebagai pengetahuan dan simbol-simbol yang sudah tersosialisasikan dalam kehidupan sosial sehingga menjadi pengetahuan-pengetahuan budaya yang digunakan sebagai pedoman dalam bertindak dan mengambil tindakan. Jika kebudayaan dan hukum saling dikaitkan, maka pada hakikatnya hukum adalah ekspresi dari suatu kebudayaan. Dalam gerak budaya, hukum tidak diletakkan sebagai perintah dari pemegang kekuasaan saja. Hukum adalah bentuk gerak akal pikir dan perilaku manusia dalam sebuah kelompok sosial. Norma-norma, hukum, dan aturan-aturan dalam sistem tata kelakuan manusia merupakan gambaran dari suatu hubungan hukum dengan kebudayaan. Sistem nilai budaya terdiri dari konsep-konsep kehidupan masyarakat, sistem tersebut sebagai pedoman tertinggi dalam menata hal-hal yang dianggap bernilai dalam hidup mereka, termasuk sistem hukum.<sup>11</sup>

Bukan termasuk konkretisasi dari beragam nilai budaya dari suatu masyarakat. Konkretisasi ini bisa berupa gagasan, cita-cita, kebiasaan, pola pikir, perilaku, doktrin, dan putusan hakim. Sehingga setiap orang akan menghasilkan kebudayaan, begitu pula dengan hukum yang mengikuti perkembangan kebudayaan. Dalam perkembangan ini, munculah istilah budaya hukum. Budaya hukum merupakan subsistem dari sistem hukum yang berhubungan dengan gagasan, sikap, kepercayaan, dan pandangan tentang hukum yang berupa nilai-nilai hukum. Nilai-nilai hukum tersebut merupakan konsep abstrak yang dapat menilai baik buruknya sesuatu. Lawrence

---

<sup>10</sup> Irma fatmawati, *Antropologi Budaya Pendekatan Habonaron Do Bona sebagai Falsafah Hidup Masyarakat Simalungun*, (Yogyakarta, Deepublish Publisher, 2020), 5.

<sup>11</sup> Koentjaraningrat, *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1987), 25.

Friedman mengatakan bahwa sistem hukum mencakup struktur, substansi, dan budaya hukumnya. Struktur tersebut berkaitan dengan kerangka dan susunan bentuk hukum. Sedangkan substansi hukum mencakup norma-norma dan kaidah-kaidah yang dijadikan patokan.<sup>12</sup>

Budaya hukum mempengaruhi masyarakat dalam berperilaku. Hukum sangat berperan dalam mendorong terciptanya pertumbuhan ekonomi suatu masyarakat. Melakukan itikad baik terhadap kontrak dan pengakuan terhadap hak milik merupakan unsur bagi pertumbuhan ekonomi. Kontrak adalah jaminan setiap hak ketika seseorang melakukan perjanjian untuk melakukan suatu perbuatan. Sedangkan pengakuan hak milik merupakan keterangan bahwa seseorang bisa melakukan apa yang harus dilakukan dengan apa yang tidak harus dilakukan sesuatu yang bukan miliknya. Pengakuan atas hak milik dapat dipandang sebagai perlindungan atas hak-hak kepemilikan pribadi.<sup>13</sup>

Budaya hukum dimaknai sebagai berbagai nilai yang berhubungan dengan hukum serta proses hukum. Terdapat dua aspek pokok yang saling berhubungan budaya hukum meliputi dua komponen pokok yang saling berhubungan yakni berbagai nilai hukum substantif yang didalamnya berisi berbagai asumsi fundamental tentang distribusi serta pemakaian sumber daya pada masyarakat, yang dapat dinilai kebenarannya atau salahnya secara social, serta berbagai nilai hukum acaraan meliputi sarana peraturan sosial ataupun pengelolaan konflik yang ada pada kelompok masyarakat.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Komunika, "Peran Keluarga, Masyarakat, dan Sekolah dalam Proses Pembinaan dan Pembudayaan Kesadaran Hukum di Indonesia", *Lipi* 10, no.1 (2007): 42.

<sup>13</sup> Fokky Fuad Wasitaatmadja, *Etnografi Hukum Budaya Hukum Masyarakat China Jelata*, (Jakarta: Kencana, 2020), 58-59.

<sup>14</sup> M. Syamsudin, *Budaya Hukum Hakim Berbasis Hukum Progresif*, (Jakarta: Kencana, 2012), 33.

Menurut Soekanto, budaya hukum termasuk budaya non materi ataupun spiritual. Pokok dari budaya hukum nun materi serta spiritual ialah berbagai nilai yang termasuk konsepsi abstrak tentang baik buruknya sesuatu, Oleh karena itu dapat menyaring apakah layak ditiru atau harus dihindarkan. Berbagai nilai tersebut adalah dasar dari etika, norma, kaidah, baik yang berupa perintah ataupun larangan, serta pola perilaku manusia. Darmodiharjo dan Shidarta, memberikan penjelasan jika budaya hukum sebenarnya indentik dengan definisi kesadaran hukum yakni kesadaran hukum pada subjek hukum secara menyeluruh. Scmid yang merupakan seorang ahli hukum dari Belanda membedakan diantara perasaan hukum serta kesadaran hukum. Perasaan hukum merupakan nilai yang diberikan oleh masyarakat yang muncul dengan cara spontan, sedangkan kesadaran hukum yang abstraksi tentang perasaan hukum pada sebuah subjek hukum. Subjek hukum berwujud seseorang, masyarakat serta organisasi hukum tertentu.<sup>15</sup>

Soekanto dan Taneko memberikan penjelasan jika kesadaran hukum berhubungan dengan berbagai nilai yakni konsepsi abstrak pada diri seseorang mengenai keserasian di antara ketertiban serta ketentraman yang diinginkan, berbagai indikator ini ialah seperti berikut:

- a. Pengetahuan orang tentang peraturan-peraturan hukum.
- b. Pengetahuan orang tentang isi peraturan hukum.
- c. Sikap orang terhadap peraturan-peraturan hukum.
- d. Pola perilaku hukum orang.

---

<sup>15</sup> M. Syamsudin, *Budaya Hukum Hakim Berbasis Hukum Progresif*, 34.

Tingkat kesadaran hukum masyarakat mengindikasikan tingkat budaya hukum masyarakat dapat diukur melalui empat indikator tersebut.<sup>16</sup>

Budaya dapat menjadi sumber komoditas ekonomi seperti wisata budaya. Budaya terbentuk melalui proses belajar mengajar sehingga budaya dinamis dan tidak kaku. Pelaku budaya adalah setiap orang atau kelompok berbudaya. Dari uraian beberapa ahli tentang konsep budaya hukum dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya hukum adalah seperangkat pengetahuan dan nilai-nilai yang dianut oleh sekelompok orang dan dijadikan pedoman untuk melakukan tindakan/perilaku yang terkait dengan hukum. Pengetahuan dan nilai-nilai tersebut merupakan arahan hidup masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, baik secara individu maupun kelompok. Pengetahuan dan nilai-nilai tersebut menentukan sesuatu yang dibutuhkan dan layak dicari atau tidak. Sedangkan pilihan dari nilai-nilai tersebut didasarkan pada pengaruh faktor orientasi pandangan, perasaan, sikap, dan perilaku seseorang terhadap hukum yang didasarkan pada besarnya pengaruh dorongan ide, sikap, keinginan, dan pendapat seseorang tentang hukum.<sup>17</sup>

### 3. Definisi Bisnis

Dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang. Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.<sup>18</sup> Menurut Griffin dan Ebert bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba. Sedangkan Menurut Allan Afuah Bisnis adalah suatu kegiatan usaha

---

<sup>16</sup> Soerjono Soekanto dan Soleman B. Taneko, *Hukum Adat Indonesia*, (Jakarta: Rajawali, 1983), 348.

<sup>17</sup> M. Syamsudin, *Budaya Hukum Hakim Berbasis Hukum Progresif*, (Jakarta: Kencana, 2012), 36.

<sup>18</sup> Muhammad Ismail Yusanto & Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Depok: Gema Insani, 2002), 15.

individu yang terorganisasi untuk menjual barang ataupun jasa agar mendapatkan keuntungan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan ada di dalam industri. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah suatu kegiatan menjual dan membeli suatu barang dalam memenuhi kebutuhan manusia yang tujuannya untuk mengumpulkan dana dan mencari keuntungan. Dilihat dari pengertian kewirausahaan dan pengantar bisnis pada intinya kegiatan ini adalah sama-sama mencari sebuah keuntungan atau laba, kemudian dapat disimpulkan bahwa suatu organisasi/pelaku bisnis dalam bentuk memproduksi atau mendistribusikan barang dan jasa, mencari profit, serta mencoba memuaskan keinginan konsumen.<sup>19</sup>

Barang adalah suatu produk yang berwujud secara fisik, artinya sesuatu tersebut dapat dilihat dan dirasakan kehadirannya. Adapun jasa merupakan aktivitas-aktivitas yang dapat memberi manfaat konsumen. Barang dan jasa ini diperoleh dari sejumlah *input* yang diperlukan. Secara umum terdapat empat jenis *input* yang biasa digunakan oleh pelaku bisnis, yaitu sebagai berikut:

- a. Sumber daya manusia, yang berperan sebagai operator dan pengendali bisnis.
- b. Sumber daya alam, termasuk tanah dengan segala yang dihasilkannya.
- c. Modal, meliputi keseluruhan alat dan perlengkapan yang dibutuhkan, dana yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa.

---

<sup>19</sup> Suwarso, "Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pengantar Bisnis Terhadap Motivasi dan Minat Wirausaha (Study Kasus Mahasiswa Akademi Akutansi PGRI Jember)", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 4, no.2 (2018): 101.

- d. *Entrepreneurship*, mencakup aspek keterampilan dan keberanian untuk mengombinasikan ketiga factor tersebut.<sup>20</sup>

Seiring berkembangnya zaman, bisnis tidak hanya dilakukan secara *face to face* saja, namun bisa dilakukan secara online. Artinya bisnis tersebut dilaksanakan tanpa adanya pertemuan kedua belah pihak. Bisnis online merupakan bisnis yang dilakukan secara online di internet. Online artinya keadaan dimana suatu perangkat terhubung ke jaringan internet yang akan menghubungkan satu perangkat ke perangkat lainnya. Bisnis online memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan *financial* karena dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.<sup>21</sup>

Dari masa ke masa bisnis online semakin mendominasi dan menjadi kebiasaan bahkan gaya hidup masyarakat. Pasar dan toko tidak lagi menjadi pusat bisnis, karena bisnis kini bisa dijalankan lebih mudah menggunakan media social. Masyarakat pun lebih menyukai media social untuk membeli barang atau apapun yang dibutuhkan melalui internet. Kebiasaan dan gaya hidup masyarakat kini berubah, bisnis online menjadi budaya bisnis tersendiri di era sekarang.

Dalam teori social, bisnis adalah bagian dari sistem social manusia yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan keberlangsungan (*survival*) hidup manusia. Budaya tidak hanya menentukan kriteria untuk perilaku bisnis sehari-hari, tetapi juga membentuk pola umum nilai dan motivasi. Sebagian besar eksekutif merupakan tawanan dari warisan mereka dan tidak bisa melepaskan diri secara total dari

---

<sup>20</sup> Muhammad Ismail Yusanto & Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Depok: Gema Insani, 2002), 16

<sup>21</sup> Duwi Priyatno, *Panduan Mudah Bisnis Online*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 9.

elemen-elemen budaya yang mereka pelajari ketika tumbuh dewasa.<sup>22</sup>

Awal mulanya, internet hanya dapat digunakan sebagai media pertukaran informasi di lingkungan perguruan tinggi dan lembaga penelitian. Setelah internet berkembang, akhirnya masyarakat mulai menggunakan berbagai kepentingan, baik untuk kemudahan pendidikan, transportasi, hiburan, maupun perdagangan. Menurut Sitompul dalam bukunya, ada dua hal yang mendorong kegiatan perdagangan menggunakan internet yaitu meningkatnya permintaan atas produk-produk teknologi itu sendiri dan kemudahan untuk melakukan transaksi perdagangan.

Teknologi berkembang sangat pesat, sehingga memicu perubahan pola kehidupan masyarakat, yaitu terjadi di beberapa bidang social, budaya, ekonomi, maupun bidang lainnya. Perubahan tersebut secara signifikan telah mengubah sistem ekonomi konvensional menjadi sistem ekonomi digital. Sistem ekonomi digital memungkinkan pelaku bisnis melakukan suatu transaksi media elektronik, sehingga masyarakat dipermudah karena kecepatan akses dan lebih efisien.<sup>23</sup>

## B. Jual Beli

### 1. Definisi Jual Beli

Perdagangan atau jual beli secara bahasa berarti saling menukar. Jual beli (*al-bai*) secara bahasa artinya pemindahan suatu barang atau hak milik seseorang kepada orang lain dengan melakukan akad. Jual beli dalam bahasa arab berasal dari kata (البيع) yang artinya menjual, mengganti dan menukar.<sup>24</sup> Menurut

---

<sup>22</sup> Cateora Graham, *International Marketing Pemasaran Internasional*, terj. Diana Angelita, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), 162.

<sup>23</sup> Duwi Priyatno, *Panduan Mudah Bisnis Online*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 11.

<sup>24</sup> Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam* (Jakarta: IqRaja Grafindo Persada, 2003), 13.

bahasa jual beli berarti menyerahkan suatu barang sesuatu kepada orang lain dengan menerima sesuatu dari orang lain sebagai pengganti. Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, jual beli adalah jual beli benda dengan benda atau pertukaran benda dengan uang.<sup>25</sup>

Al-Imam An-Nawawi menyebutkan jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta secara kepemilikan.<sup>26</sup> Sedangkan secara terminologi, terdapat beberapa definisi jual beli yang dikemukakan ulama fiqh. Menurut Sayyid Sabiq jual beli adalah menukarkan harta atau memindahkan hak milik dengan mengganti sesuatu yang sah dan dibenarkan menurut agama dengan dasar saling suka antara kedua belah pihak.<sup>27</sup> Dalam Fatwa DSN MUI No.110/DSN MUI IX/2017 akad jual beli adalah akad antara penjual (*al-ba'i*) dan pembeli (*al-musyteri*) yang mengakibatkan berpindahnya kepemilikan objek yang dipertukarkan (barang dan harga). Dengan demikian konsep jual beli adalah aktivitas penjual dan pembeli melakukan penukaran barang dengan barang atau uang dengan barang dengan unsur saling suka sehingga menyebabkan terjadinya ijab dan Kabul anantara keduanya. Dengan catatan dalam pelepasan atau pemindahan hak milik tersebut dapat dimiliki dan dimanfaatkan serta tidak ada larangan dalam syariat islam. Konsep jual beli mengandung dua kegiatan sekaligus yaitu salah satu pihak menjual dan pihak lain membeli. Dengan demikian, jual beli mengandung konsep serah terima suatu objek yang mengandung nilai secara hukum sebagai ganti atas pembayaran dari suatu harga tertentu.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Pasal 20 angka 2 KHES.

<sup>26</sup> Ahmad Sarwat, *Fiqh jual beli* (Jakarta : Rumah Fiqih Publishing, 2018), 5.

<sup>27</sup> Supriyadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, (Guepedia, 2018), 13-14.

<sup>28</sup> Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*, (Jakarta : Prenada media Group, 2019), 63.

## 2. Dasar Hukum Jual Beli

Transaksi jual beli merupakan aktifitas yang dibenarkan dalam Islam, baik disebutkan dalam al-Qur'an, al-Hadis maupun ijma' ulama. Diantara dasar hukum jual beli ialah:

- a. Al-Qur'an al-Karim surah an-Nisa' ayat 29 dan surah al-Baqarah ayat 275

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ  
بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ  
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

*Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu" (Q.s an-Nisa: 29)<sup>29</sup>*

وَ اَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَ حَرَّمَ الرِّبَا

*Artinya: "...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..." (Q.s al-Baqarah: 275).<sup>30</sup>*

- b. Hadist riwayat dari al-Bazzar dan al-Hakim dan riwayat dari al-Baihaqi:

عن رفاعة بن رافع رضي الله عنه أن النبي صلى  
الله عليه وسلم سئل أي الكسب أطيب؟

<sup>29</sup> Q.S An-Nisa: 29

<sup>30</sup> Q.S Al-Baqoroh: 275.

قال: يا قال : عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور

،رواه البزار وصححه الحاكم

*Artinya: “Dari Rifa’ah bin Rafi r.a, Nabi saw pernah ditannya, “Pekerjaan apakah yang paling baik? Beliau bersabda “Pekerjaan seseorang dengan tanganya dan setiap jual beli yang bersih”. (HR. Al-Bazzar, dan disahihkan oleh Al-Hakim)<sup>31</sup>*

c. Ijma’

Ulama telah bersepakat bahwa jual beli diperbolehkan karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak akan mampu memenuhi kebutuhannya sendiri tanpa campur tangan orang lain. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebutlah sehingga disyariatkan jual beli untuk merealisasikan setiap kebutuhan manusia dengan manusia lain. Menurut Hanafiyah, rukun jual beli hanya satu, yaitu ijab qabul yaitu kesepakatan antara penjual dan pembeli. Dalam jual beli rukun yang paling penting adalah ijab dan qabul tersebut, dimana kedua belah pihak dalam melakukan kesepakatan terdapat unsur saling rela sehingga saat melakukan transaksi atau berlangsungnya penyerahan barang dengan uang tidak ada keterpaksaan oleh kedua belah pihak.<sup>32</sup>

Dasar hukum jual beli adalah mubah (boleh), tetapi dalam kondisi tertentu jual beli bisa menjadi wajib dan juga bisa berhukum haram. Jual beli menjadi wajib ketika terjadi praktek *ikhthikar* (penimbunan

---

<sup>31</sup> Muḥammad bin Ismail al-Amiri, al-Ṣan’ani, Subul Al-Salam Syarah Bulugh Al-Maram, Terj. Ali Nur Medan, dkk, *Subulus Salam Syarah Bulughul Maram*, (Jakarta: Darussunnah Press, Cet. Ke-I, Juz III, 2008), 308..

<sup>32</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat* (Jakarta : Kencana,2010) , 71.

barang sehingga sehingga stok hilang dari pasar dan harga melonjak naik). Menurut pakar fiqih Maliki pihak pemerintah boleh memaksa pedagang menjual barangnya sesuai dengan harga sebelum terjadi pelonjakan harga. Dalam kasus tersebut, pedagang wajib menjual barangnya, sedangkan penentuan harga sesuai dengan ketentuan pemerintah. Jual beli bisa menjadi makruh bahkan haram seperti jual beli barang yang tidak bermanfaat.<sup>33</sup>

Hukum jual beli sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada, antara lain:

- a. Mubah, hukum asal jual beli akan tetapi masih dalam catatan yakni rukun dan syarat jual beli dianggap sah menurut syara'.
- b. Sunnah, seperti jual beli kepada sahabat atau keluarga dan kepada orang yang sangat berhajat kepada barang tersebut.
- c. Wajib, seperti wali menjual barang anak yatim apabila terpaksa, begitu juga dengan *qhadi* (hakim) menjual barang *muflis* (orang yang sedang mengalami kepailitan).
- d. Makruh, jual beli pada waktu datangnya panggilan adzan shalat jumat
- e. Haram, apabila tidak memenuhi syarat dan rukun jual beli yang telah ditentukan oleh syara'.<sup>34</sup>

### 3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun jual beli menurut Hanafiyah rukun jual beli adalah *ijab Kabul* yang menunjukkan pertukaran barang secara ridha baik dengan ucapan maupun perbuatan. Oleh karenanya orang yang berakad, barang yang dibeli, dan nilai tukar barang termasuk ke dalam syarat-syarat jual beli, bukan rukun jual beli. Pada Pasal 22 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) disebutkan rukun akad terdiri atas pihak yang

---

18. <sup>33</sup> Supriyadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, (Guepedia, 2018),

20. <sup>34</sup> Supriyadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, (Guepedia, 2018),

melakukan akad, objek akad, tujuan pokok akad, dan kesepakatan. Jumhur Ulama berpendapat ada empat perkara, yaitu:

- a. Adanya dua orang yang berakad atau *al-mu'aqidan* (penjual dan pembeli).
- b. Adanya ijab dan Kabul (*sighat*).
- c. Adanya benda atau barang (*ma'qud alaih*).
- d. Nilai tukar pengganti barang (*tsaman*).<sup>35</sup>

Para ulama fiqih menyatakan bahwa akad jual beli harus memenuhi rukun dan syarat sebagai berikut:

Rukun jual beli terdiri dari:

- a. Adanya pelaku yaitu penjual dan pembeli
- b. Barang yang diperjual belikan
- c. Adanya nilai tukar (harga barang)
- d. Adanya akad/transaksi (ijab dan qabul)

Sedangkan syaratnya adalah sebagai berikut:

- a. Penjual dan pembeli, diperlukan syarat memiliki kecakapan bertindak hukum sempurna yaitu berakal, baligh, dan *rusyd* (cakap dan pandai). Jual beli yang dilakukan anak kecil dan orang gila hukumnya tidak sah. Namun, apabila anak kecil melakukan jual beli tetapi sudah *mumayyiz* hukumnya diperbolehkan untuk melakukan jual beli terhadap barang-barang yang harganya ringan dan telah mendapatkan izin dari walinya.<sup>36</sup>
- b. Barang yang diperjualbelikan (objek jual beli), syaratnya adalah:
  - 1) Barang tersebut ada ketika transaksi (akad), atau barang tersebut belum ada ketika akad, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang tersebut, (misal barang itu masih digudang, karena diruangan tokonyatidak bisa memuat banyak barang. Contoh lain, dalam jual beli

---

<sup>35</sup> Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah* (Jakarta : Prenada media Group, 2019), 65.

<sup>36</sup> Wasilatur Rohmaniyah, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), 52.

salam, yaitu jual beli barang pesanan, pembayaran di muka secara tunai, sedang barang diserahkan di kemudian hari sesuai dengan kesepakatan. Jual beli salam ini, barang belum ada ketika akad, tetapi penjual menjelaskan spesifikasi barang tersebut dan akan diserahkan kepada pembeli pada waktu yang telah disepakati.

- 2) Barang tersebut halal, bernilai, dapat dimiliki dan dapat dimanfaatkan atau bermanfaat bagi manusia. Oleh sebab itu, darah, khamr, binatang babi, tidak sah menjadi objek jual beli, karena barang-barang tersebut yang oleh syariah tidak boleh dimanfaatkan bagi orang islam.<sup>37</sup>
- 3) Barang tersebut telah dimiliki, artinya barang yang belum dimiliki seseorang tidak boleh diperjualbelikan. Seperti memperjualbelikan ikan di laut, atau emas yang masih dalam tanah, karena ikan dan emas ini belum dimiliki oleh penjual. Termasuk dalam pengertian ini, bahwa barang yang masih ada dalam kekuasaan orang lain, seperti sedang disewakan atau masih menjadi barang jaminan utang.
- 4) Barang itu dapat diserahkan ketika akad berlangsung atau pada waktu lain yang disepakati bersama ketika akad berlangsung (seperti jual beli salam). Kriteria barang harus dijelaskan spesifikasinya, baik baik jenis, kualitas maupun kuantitasnya.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta Rajawali Pers: 2016), 26.

<sup>38</sup> Harun, *Fiqh Muamalah*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 68.

c. Harga barang, diperlukan syarat-syarat sebagai berikut:<sup>39</sup>

- 1) Harga yang disepakati kedua pihak (pembeli dan penjual) harus jelas jumlah nominalnya.
- 2) Harga boleh diserahkan ketika akad, baik dengan uang tunai mauppun cek atau kartu kredit, jika harga barang dibayar kemudian utang, waktu pembayarannya harus jelas.
- 3) Jika jual beli itu dilakukan dengan cara barter (tukar menukar secara barang), jika barangnya sejenis, maka nilai harga, kualitas dan kuantitasnya harus sama, tetapi jika barangnya tidak sejenis, maka nilai harga, kualitas, dan kuantitas boleh berbeda tetapi penyerahannya ketika akad berlangsung (tunai).

d. Ijab dan qabul, disyaratkan sebagai berikut:<sup>40</sup>

- 1) Ungkapan ijab qabul harus secara jelas, ada kesesuaian antara ijab dengan qabul. Ungkapan ijab qabul dalam jual beli merupakan perwujudan dari unsur saling ridho (suka sama suka), jadi ketika melakukan akad jual beli tidak atas dasar paksaan, tidak ada unsur penipuan, dan tidak terdapat madhorot (bahaya atau kerugian) dan hal-hal lain yang membuat akad jual beli menjadi rusak.
- 2) Ijab dan qabul dilakukan dalam satu majelis, artinya penjual dan pembeli berada pada satu tempat (toko, pasar, dan lain-lain).
- 3) Ungkapan ijab qabul boleh dengan cara tertulis, lisan, isyarat atau sikap yang menunjukkan adanya bentuk jual beli. Tetapi, sekarang ucapan ijab qabul cukup dengan sikap mengambil barang dari

---

<sup>39</sup> Harun, *Fiqh Muamalah*, 69.

<sup>40</sup> Harun, 70.

penjual dan pembeli membayarnya. Dalam ijab dan qabul perlu dipertimbangkan keadaan barang yang menjadi objek jual beli.

Dari syarat-syarat tersebut, jual beli telah dipandang sah jika rukun dan syarat telah terpenuhi. Hanya saja akad jual beli tersebut belum mengikat kedua belah pihak (penjual dan pembeli), kecuali jual beli tersebut sudah terbebas dari *khiyar* (hak pilih bagi salah satu pihak yang melakukan jual beli untuk melangsungkan atau membatalkan jual beli, karena terdapat beberapa factor atau sebab-sebab tertentu, seperti batang yang diperjualbelikan terdapat cacat atau kerusakan, dan cacat atau kerusakan barang tersebut tidak diketahui ketika akad berlangsung, maka hukum muamalat islam memberikan hak khiyar bagi pembeli untuk melangsungkan atau membatalkan akad jual beli tersebut).<sup>41</sup>

Penjual dan pembeli dalam melakukan jual beli hendaknya berlaku jujur, berterus terang atau mengatakan sebenarnya dan bersumpah tidak ada yang di sembunyikan. Karena berbohong dalam jual beli bisa menghilangkan keberkahannya. Apabila dalam jual beli, antara penjual dan pembeli berselisih pendapat mengenai barang yang diperjualbelikan, maka yang dibenarkan adalah ucapan dari pemilik barang tersebut, jika tidak ada saksi dan bukti yang dituduhkan. Sabda Rasulullah:<sup>42</sup>

إذا اختلف البيعان وليس بينهما بيّنة فهو ما يقول

ربّ السلعة أو يتركان (رواه أبو داود)

“Bila penjual dan pembeli berselisih dan antara keduanya tidak ada saksi, maka yang dibenarkan

<sup>41</sup> Harun, *Fiqh Muamalah*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 71.

<sup>42</sup> Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2010), 79-80.

*adalah yang punya barang atau dibatalkan” (HR. Abu Dawud)*

#### 4. Macam-macam Jual Beli

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi. Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli dapat dikemukakan pendapat Imam Taqiyuddin bahwa jual beli dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu :<sup>43</sup>

- a. Jual beli benda kelihatan ialah pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperjualbelikan ada di depan penjual dan pembeli. Hal ini lazim dilakukan masyarakat banyak dan boleh dilakukan, seperti membeli beras di pasar.
- b. Jual beli yang menyebutkan sifat-sifat dalam jual beli maka akadnya salam. Salam adalah untuk jual beli yang tidak tunai (kontan). Jual beli as-salam sebagai transaksi atas sesuatu yang masih berada dalam tanggungan dengan kriteria-kriteria dan diserahkan sesuai dengan ketentuan di dalam Pasal 101 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) yaitu :
  - 1) Jual beli salam dapat dilakukan dengan syarat kuantitas dan kualitas barang sudah jelas.
  - 2) Kuantitas barang dapat diukur dengan takaran atau timbangan dan atau meteran.
  - 3) Spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak.<sup>44</sup>
- c. Jual beli benda yang tidak ada serta tidak dapat dilihat ialah jual beli yang dilarang oleh agama Islam karena barangnya tidak tentu atau masih gelap sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau barang titipan yang

---

<sup>43</sup> Rachmat Syafei, *Fikih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 75-76.

<sup>44</sup> Pasal 101 KHES.

akibatnya dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak. Sementara itu, merugikan dan menghancurkan harta benda seorang tidak diperbolehkan.<sup>45</sup>

Ditinjau dari pertukaran, az-Zuhaili mengklasifikasikan jual beli dalam beberapa bentuk, diantaranya:

- a. Jual beli salam (pesanan)  
Jual beli salam adalah jual beli melalui pesanan yakni jual beli dengan cara menyerahkan uang muka terlebih dahulu kemudian barang diberikan setelah pesanan selesai.
- b. Jual beli *muqayyadah* (barter)  
Jual beli *muqayyadah* adalah jual beli dengan cara menukar barang dengan barang seperti menukar baju dengan sepatu.
- c. Jual beli alat tukar dengan alat tukar  
Adalah jual beli barang yang biasa dipakai sebagai alat tukar dengan alat tukar lainnya seperti dinar dengan dirham.
- d. Jual beli *muthlaq*  
Jual beli *muthlaq* adalah jual beli barang dengan sesuatu yang telah disepakati sebagai alat tukar.<sup>46</sup>
- e. Jual beli nama, merk, logo perdagangan yang merupakan hak cipta atas suatu nama perusahaan yang dilindungi dan tidak boleh dibajak karena mengandung hak material di dalamnya.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), 76.

<sup>46</sup> Wasilatur Rohmaniyah, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), 54.

<sup>47</sup> Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 76.

## 5. Bentuk Bentuk Jual Beli

Ulama Hanafiyah membagi jual beli dari segi sah atau tidaknya menjadi dua bentuk, yaitu:<sup>48</sup>

### a. Jual Beli Sah

Suatu jual beli dikatakan sebagai jual beli yang sah apabila jual beli itu disyariatkan, memenuhi rukun dan syarat yang ditentukan, bukan milik orang lain, tidak tergantung pada hak khiyar lagi. Jual beli seperti ini dikatakan sebagai jual beli yang sah, jumbuh ulama berpendapat bahwa akad atau jual beli yang keluar dari ketentuan syariat harus ditolak atau tidak dianggap, baik dalam muamalah maupun ibadah.<sup>49</sup> Dengan demikian, sebaliknya, jika jual beli sesuai dengan hukum Islam, maka dapat diterima atau sah. Beberapa contoh jual beli sah yang sering dipraktekkan, antara lain:

- 1) Jual beli salam, yaitu jual beli barang, dimana harga barang di bayar di muka secara kontan, dan penyerahan barang dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan.
- 2) Jual beli murabahah, yaitu jual beli barang dengan harga pokok pembelian ditambah dengan margin keuntungan tertentu yang diinformasikan kepada pembeli dengan cara pembayaran tertentu (angsuran) sesuai dengan kesepakatan.
- 3) Jual beli istishna', yaitu kelanjutan dari jual beli salam, yang membedakannya yaitu dari segi cara pembayaran, dalam jual beli salam pembayaran harus di muka, sedangkan dalam jual beli istishna' bisa luwes, artinya

---

<sup>48</sup> Muhammad Yazid, *Hukum Ekonomi Islam*, (Sidoarjo: Cahaya Intan, 2014), 28.

<sup>49</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah Untuk UIN, STAIN, PTAIS, dan Umum*,.92.

tidak harus kontan tetapi bisa diangsur sesuai kesepakatan.<sup>50</sup>

b. Jual Beli yang dilarang (Batal).

Jual beli dikatakan sebagai jual beli yang batal apabila salah satu atau seluruh rukunnya tidak terpenuhi, atau jual beli itu dari segi hukum dan sifatnya tidak disyari'atkan. Jual beli gharar adalah jual beli barang yang mengandung kesamaran, atau jual beli benda yang tidak ada atau dikhawatirkan tidak ada, dan atau jual beli barang yang tidak dapat diserahkan.<sup>51</sup>

Adapun jenis-jenisnya adalah sebagai berikut:

a. Menjual sesuatu yang tidak ada.

Para Imam Mazhab sepakat bahwa jual beli barang yang tidak ada atau ada kemungkinan tidak ada itu tidak sah. Seperti menjual tanaman dan buah yang belum tampak sempurna. Pendapat sebagian ulama Hanbali tentang jual beli yang tidak ada sebagaimana dikemukakan oleh Ibn al-Qayyim dan gurunya, Ibn Taimiyah membolehkan jual beli barang yang tidak ada saat transaksi, apabila barang itu dijamin adanya di masa mendatang sesuai kebiasaan.<sup>52</sup>

b. Jual beli yang mengandung unsur Gharar (manipulasi).

Gharar menurut etimologi adalah bahaya, sedangkan taghdir adalah memancing terjadinya bahaya. Tetapi makna asli gharar itu adalah sesuatu yang secara zahir bagus tetapi secara batin tercela. Sedangkan gharar menurut terminologi diantaranya ialah: Imam al-Sarakhsi dari mazhab Hanafi mengatakan, bahwa gharar adalah jual beli yang tidak diketahui akibatnya.

---

<sup>50</sup> Harun, *Fiqh Muamalah*, 71-72.

<sup>51</sup> Rachmat Syafei, 92.

<sup>52</sup> Abdul, *Azim bin Badawi al-Khalafi*, Al-Wajiz, 600.

Sedangkan menurut Imam al-Qarafi dari mazhab Maliki mengatakan, bahwa gharar adalah jual beli yang tidak diketahui apakah barang bisa didapat atau tidak, seperti jual beli burung yang ada di udara dan ikan yang ada di dalam air. Imam al-Syirazi dari mazhab Syafi'i mengatakan, bahwa gharar adalah jual beli yang tidak jelas barang dan akibatnya. Kesimpulannya, jual beli yang mengandung gharar adalah jual beli yang mengandung bahaya (kerugian) bagi salah satu pihak dan bisa mengakibatkan hilangnya harta atau barangnya.

Gharar terjadi pada akad mu'awadah (transaksi bisnis). Gharar terjadi pada akad-akad bisnis (*mu'awadah maliyah*) seperti akad jual beli, akad ijarah, akad syirkah, dan akad yang lain-lain. Dan sebaliknya gharar tidak berpengaruh dalam akad-akad tabarru'at atau sosial seperti akad hibah dan akad wasiat walaupun unsur gharar-nya berat.<sup>53</sup> Kaidah ini sesuai dengan logika fikih dan maqasid, karena dalam bab bisnis yang berlaku adalah pertukaran dan timbal balik, masing-masing pelaku mendapat haknya, baik barang ataupun keuntungan.

Menurut ulama, gharar dibagi menjadi dua, yaitu gharar berat dan gharar ringan. Gharar berat adalah gharar yang bisa dihindarkan dan menimbulkan perselisihan di antara para pelaku akad. Sedangkan gharar ringan adalah gharar yang tidak bisa dihindarkan dalam setiap akad dan dimaklumi menurut *urf tujjar* (tradisi pebisnis) sehingga pelaku akad tidak dirugikan dengan gharar tersebut.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Adiwarna A. Karim, *Riba, Gharar dan Kaidah-kaidah Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), 77.

<sup>54</sup> Adiwarna A. Karim, *Riba, Gharar dan Kaidah-kaidah Ekonomi Syari'ah*, 87.

- c. Jual beli sesuatu yang tidak dapat diserahkan terimakan

Mayoritas ulama Hanafi berpendapat, bahwa jual beli barang yang tidak bisa diserahkan terimakan saat transaksi itu tidak sah, meskipun barang itu milik penjual. Sedangkan ulama Syafi'i dan Hanbali mengatakan, bahwa tidak sah menjual barang yang tidak bisa diserahkan, seperti burung yang terbang di angkasa, ikan di air dan unta yang terlantar. Bentuk-bentuk jual beli yang disebutkan tersebut mengandung unsur gharar.

- d. Gharar dalam Objek Akad

Objek akad yang dimaksud adalah barang yang dijual dalam akad ba'i atau barang (layanan) yang disewakan dalam akad ijarah atau objek usaha dalam akad mudharabah. Gharar dalam barang yang menjadi objek transaksi meliputi:

- 1) Bentuk dan jenis objek akadnya tidak diketahui dengan jelas (*ma'lum*).
- 2) Objek akadnya tidak ditentukan.
- 3) Sifat objek akadnya tidak diketahui (*majhul*) dalam barang yang memiliki sifat yang berbeda-beda.
- 4) Jumlah barang yang menjadi objek akadnya (*miqdar al-mabi'*) itu tidak diketahui (*majhul*).
- 5) Objek akadnya tidak ada dan belum dimiliki atau objek akadnya ada tapi tidak bisa diserahkan terimakan atau objek akadnya tidak bisa di *taqabud* (serah terima).
- 6) Objek akadnya tidak bisa dilihat (*ba'ial-ain al-gha'ibah*). Tidak boleh menjual barang yang tidak ada tanpa ditentukan sifatnya dan ciri-cirinya karena mengandung unsur gharar, yakni barang yang tidak bisa dilihat itu memuat akad tidak sempurna.

- e. Jual beli dengan mukhadarah,  
Yaitu menjual buah-buahan yang belum pantas untuk dipanen, seperti menjual rambutan yang masih hijau, mangga yang masih kecil, dan lain sebagainya.<sup>55</sup>

- f. Jual beli fasid (rusak)  
Jual beli fasid adalah jual beli yang sesuai dengan ketentuan syariat pada asalnya tetapi tidak sesuai dengan syariat pada sifatnya, misalnya jual beli yang dilakukan oleh orang yang sudah mumayyiz tetapi bodoh sehingga menimbulkan pertentangan. Menurut jumhur ulama jual beli seperti ini dianggap batal.<sup>56</sup>

## 6. Jual Beli dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Dalam Buku II Pasal 20 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) tentang akad, yaitu kesepakatan dalam suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan atau tidak suatu perbuatan hukum tertentu.<sup>57</sup> Transaksi elektronik atau yang lazim disebut dengan *e-commerce*, adalah singkatan dari *electronic commerce*. Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa bisnis atau jual beli online menduduki trending pertama dalam dunia perekonomian. Akibat perkembangan di bidang perdagangan yang semakin pesat, maka diperlukan adanya hukum yang digunakan untuk mrngantisipasi kemungkinan terjadinya hal-hal yang berkaitan dengan sistem perdagangan elektronik. Dalam lingkup ilmu hukum, yang dimaksud dengan transaksi adalah keberadaan suatu perikatan ataupun hubungan hukum yang terjadi antara para pihak.

Dalam ruang lingkup *e-commerce* yang melibatkan ilmu komunikasi atau teknologi sistem komunikasi, keberadaan transaksi dipahami sebagai

---

<sup>55</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 79.

<sup>56</sup> Wasilatur Rohmaniyah, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), 55.

<sup>57</sup> Anggota IKAPI, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Bandung: Fokus Media, 2010), 10.

suatu perikatan ataupun hubungan hukum antara pihak yang dilakukan dengan cara saling bertukar informasi untuk melakukan perdagangan. Media maya atau dikenal dengan kontrak elektronik sebagai perantara dari perikatan tersebut, karena keterlibatan peran teknologi dalam melakukan transaksi. Kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Perjanjian tersebut merupakan perikatan atau hubungan yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan dari sistem informasi dan komunikasi yang difasilitasi oleh jaringan internet.<sup>58</sup>

Pada transaksi jual beli online, para pihak yang terkait didalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 butir 17 UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) disebut sebagai kontrak elektronik yaitu perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya.<sup>59</sup> Syarat sahnya kontrak elektronik bergantung pada esensi dari sistem elektronik itu sendiri, sehingga dapat dikatakan sah, apabila dapat menjamin bahwa semua komponen dalam sistem elektronik dapat dipercaya. Pada KUHPerdara Pasal 1457 menjelaskan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian dimana pihak satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lain membayar harga yang telah dijanjikan.<sup>60</sup> Jual beli merupakan salah satu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu, dalam hal ini terwujud dalam bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh penjual dan penyerahan uang oleh pembeli kepada penjual.<sup>61</sup>

---

<sup>58</sup> Edy Santoso, *Pengaruh Era Globalisasi Terhadap Hukum Bisnis di Indonesia*, (Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2018), 122.

<sup>59</sup> Pasal 1 ayat (17) UU ITE 2008.

<sup>60</sup> KUHPerdara Pasal 1457

<sup>61</sup> Gunawan Widjaja dan Kartini Muljadi, *Jual Beli*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 7.

Transaksi dapat dikatakan valid apabila seluruh saluran komunikasi dijamin aman dan disepakati para pihak. Sehingga masing-masing pihak tidak ada yang dirugikan dalam melakukan transaksi elektronik, dengan demikian itikad baik (*good faith*) para pihak menjadi pedoman.<sup>62</sup> Hubungan hukum kontrak elektronik (perjanjian) antara para pihak melahirkan hak dan kewajiban hukum. Hak dan kewajiban tersebut dengan apa yang disebut sebagai prestasi (*performance*). Pada saat prestasi tidak dipenuhi atau tidak dilaksanakan sebagaimana mestinya menurut perjanjian para pihak, maka terjadi wanprestasi (cedera janji).<sup>63</sup>

Dalam Pasal 1320 KUHPerdara angka 4 tentang syarat sahnya perjanjian yang pada pokoknya menyatakan bahwa suatu perjanjian harus disebabkan suatu sebab yang tidak terlarang. Dalam pasal ini menyebutkan ada 4 syarat sahnya suatu perjanjian, yaitu:<sup>64</sup>

- a. Adanya kesepakatan bagi kedua belah pihak.
- b. Mengadakan perjanjian tersebut
- c. Menentukan isi perjanjian, pelaksanaan, dan persyaratannya.
- d. Menentukan perjanjian baik secara tertulis maupun tidak tertulis.

Syarat yang pertama dan kedua adalah subjektif yang berkenaan dengan subjek perjanjian. Sedangkan syarat yang ketiga dan keempat berkenaan dengan objek perjanjian. Apabila syarat objektif dalam perjanjian tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut batal demi hukum atau perjanjian tersebut sudah batal sejak awal, maka hukum menganggap perjanjian tersebut tidak pernah ada. Apabila syarat subjektif tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan

---

<sup>62</sup> Pasal 3 dan 17 UU ITE 2008

<sup>63</sup> Nufian S Febrian, *Perilaku Konsumen di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*, (Malang: UB Press, 2019), 21.

<sup>64</sup> Supriyadi, *Dasar-dasar Hukum Perdata di Indonesia*, (Kudus: CV. Kiara Science, 2015), 133.

atau selama perjanjian tersebut belum atau tidak dibatalkan, maka perjanjian tersebut masih berlaku.

Dalam hukum perjanjian mengenal beberapa asas-asas penting, salah satunya adalah asas kebebasan berkontrak. Setiap orang bebas mengadakan perjanjian apapun, baik yang sudah diatur atau belum diatur dalam undang-undang, tidak bertentangan dengan ketertiban umum, tidak bertentangan dengan kesusilaan. Hukum perjanjian memberikan kebebasan berkontrak artinya setiap orang berhak dan bebas untuk membuat atau mengadakan perjanjian yang mengandung apa saja sesuai dengan kehendak para pihak yang membuat perjanjian.<sup>65</sup>

Dalam Pasal 1471 dijelaskan benda milik orang lain adalah batak dan menjadi dasar untuk mengganti kerugian jika pembeli tidak mengetahui bahwa benda tersebut milik orang lain. Jika pada saat penjualan barang tersebut musnah atau hanya musnah sebagian, maka jual beli tersebut batal dan pembeli bisa menuntut bagian yang masih ada dengan harga yang seimbang. Perjanjian jual beli dapat dibatalkan apabila si penjual telah menjual barang yang bukan miliknya atau barang yang akan dijual tersebut telah musnah pada saat penjualan berlangsung.

Berdasarkan pasal 56 KHES, rukun jual beli terdiri atas pihak penjual dan pembeli, obyek, kesepakatan.<sup>66</sup> Pihak-pihak yang terikat dalam perjanjian jual-beli terdiri atas penjual, pembeli, dan pihak lain yang terlibat dalam perjanjian tersebut.<sup>67</sup> Obyek jual-beli terdiri atas benda yang berwujud maupun yang tidak berwujud, yang bergerak maupun tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun yang tidak terdaftar.<sup>68</sup> Pada pasal 59 terdapat dua kesepakatan dalam akad jual beli.

---

<sup>65</sup> Supriyadi, *Dasar-dasar Hukum Perdata di Indonesia*, (Kudus: CV. Kiara Science, 2015), 132.

<sup>66</sup> Pasal 56 KHES

<sup>67</sup> Pasal 57 KHES

<sup>68</sup> Pasal 58 KHES

- 1) Kesepakatan dapat dilakukan dengan tulisan, lisan, dan isyarat.
- 2) Kesepakatan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) memiliki makna hukum yang sama.<sup>69</sup>

Dalam Pasal 60 menjelaskan bahwa Kesepakatan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan masing-masing pihak, baik kebutuhan hidup maupun pengembangan usaha.<sup>70</sup> Ketika terjadi perubahan akad jual-beli akibat perubahan harga, maka akad terakhir yang dinyatakan berlaku.<sup>71</sup>

Menurut pasal 76 dalam KHES terdapat Syarat obyek yang diperjualbelikan, yaitu sebagai berikut:

- a. barang yang dijualbelikan harus sudah ada.
- b. barang yang dijualbelikan harus dapat diserahkan.
- c. barang yang dijualbelikan harus berupa barang yang memiliki nilai atau harga tertentu.
- d. barang yang dijualbelikan harus halal.
- e. barang yang dijualbelikan harus diketahui oleh pembeli.
- f. kekhususan barang yang dijualbelikan harus diketahui.
- g. penunjukkan dianggap memenuhi syarat kekhususan barang yang dijualbelikan apabila barang itu ada di tempat jual beli.
- h. sifat barang yang dapat diketahui secara langsung oleh pembeli tidak memerlukan penjelasan lebih lanjut.
- i. barang yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu akad.

Jual beli followers sendiri konsepnya menyerupai jual beli salam. Dalam jual beli salam dijelaskan pada pasal 101 KHES bahwa bai'salam dapat dilakukan dengan syarat kuantitas dan kualitas barang sudah jelas, kuantitas barang dapat diukur

---

<sup>69</sup> Pasal 59 KHES

<sup>70</sup> Pasal 60 KHES

<sup>71</sup> Pasal 58 dan Pasal 61 KHES

dengan takaran atau timbangan, spesifikasi barang yang dipesan harus diketahui secara sempurna oleh para pihak.<sup>72</sup>

Pada pasal 75 KHES telah dijelaskan berakhirnya suatu akad dalam jual beli, suatu akad dipandang berakhir apabila telah tercapai tujuannya. Dalam akad jual beli, akad dipandang telah berakhir apabila barang telah berpindah milik kepada pembeli dan harganya telah menjadi milik penjual.

- a. Penjual dan pembeli dapat mengakhiri akad jual beli.
- b. Mengakhiri akad jual beli sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan dengan kesepakatan para pihak.
- c. Selesaiannya akad jual beli harus dilakukan dalam satu rangkaian kegiatan forum.

Dalam hukum perjanjian, meskipun ada persamaan tentang sebab-sebab yang dapat mengakhiri perjanjian, namun realitas tetap dijumpai beberapa perbedaan yang terkait dengan sebab-sebab berakhirnya suatu akad. Suatu perjanjian atau akad dikatakan berakhir pada prinsipnya apabila hubungan hukum di antara para pihak telah terputus. Dengan putusannya hubungan tersebut, maka keterkaitan para pihak terhadap ketentuan syara yang terkait dengan akad untuk melaksanakan hak dan kewajiban sebagai syarat penyerta hasil kesepakatan para pihak sudah tidak berlaku.<sup>73</sup>

## C. Followers

### 1. Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Media social instagram adalah suatu alat penyampaian pesan (aplikasi) untuk bisa berkomunikasi dengan khalayak secara luas dengan saling berbagi foto atau video, yang

---

<sup>72</sup> Pasal 101 KHES

<sup>73</sup> Pasal 75 KHES

didalamnya terdapat berbagai fitur seperti, *direct message, comment, likes, viewers*.<sup>74</sup> Instagram juga menyediakan fitur *snapgram* (foto atau video singkat yang bertahan selama 24 jam) dan siaran langsung. Instagram terbilang media social terpopuler saat ini, menurut MAU (*Monthly Active User*) yang dilansir dalam Daily Social, pengguna instagram di Indonesia telah mencapai 22 juta. Sementara itu berdasarkan riset emarketer, instagram menduduki peringkat kedua sebagai media social terbanyak setelah facebook.<sup>75</sup>

Media sosial hadir sebagai situs komunitas sosial terbesar di dunia, dimana pengguna dapat berinteraksi dengan teman lainnya di daerah atau negara lain dengan dapat melihat foto yang di posting oleh pengguna. Dari hal tersebut menimbulkan berbagai macam peluang bisnis, informasi bisnis, strategi marketing suatu produk bisa dijumpai dalam postingan instagram para penggunanya. Walaupun banyak media sosial yang lain sering digunakan oleh kalangan remaja, tetapi instagram telah menjadi suatu fenomena sendiri dikalangan pengguna media sosial bagi remaja. Karena dibandingkan dengan media sosial lainnya, instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau foto.

Instagram memiliki beberapa fitur yang berbeda dari jejaring social lainnya, antara lain adalah sebagai berikut:<sup>76</sup>

a. *Followers* (pengikut)

Sistem social di dalam *instagram* adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram. Komunikasi terjalin ketika dua pengguna atau

---

<sup>74</sup> Elsava Chairu Bhariatta dkk, "Jual beli followers, likes, viewers di instagram perspektif hukum ekonomi syariah", *el-Qist* 9, No.1 (2019): 35.

<sup>75</sup> Muhammad Fadhool Tamimy, *Sharingmu Personal Brandingmu*, (Jakarta: Visimedia, 2017),.172.

<sup>76</sup> Umi Kholisotul Muawanah, "Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli *Followers* di Media Instagram", (Skripsi UIN Walisongo), 57.

lebih saling mengikuti, yaitu dengan memberikan tanda suka, mengomentari unggahan, atau sekedar melihat instastory pengguna lain. Pengikut menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak.

b. *Aroba*

Instagram juga memiliki fitur dimana para penggunanya dapat menyinggung atau memanggil pengguna lain dalam suatu postingan yang dikira cukup menarik untuk dilihat bersama, jadi tidak perlu membagikan postingan tersebut agar orang yang ingin diberitau mengenai informasi tersebut. Cukup dengan menambahkan tanda aroba (@) dan memasukkan akun instagram dari penggunanya tersebut.

c. Tanda Suka.

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto atau postingan lain yang telah diunggah. Tanda suka dalam instagram berbentuk hati. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Namun jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting membuat foto menjadi terkenal. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke dalam halaman populer tersendiri. Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dua sarjana dari Stanford University di Amerika Serikat. Mereka berdua meluncurkan Instagram pada

bulan Oktober 2010. Layanan instagram yang tadinya masih berupa aplikasi Smartphone ini mendapatkan popularitas yang tinggi dalam waktu cepat, dengan lebih dari 100 pengguna yang terdaftar.<sup>77</sup>

d. Instagram Story

Fitur yang digunakan untuk mengunggah foto atau video singkat mengenai kegiatan sehari-hari yang sifatnya sementara, pembaruan foto atau video tersebut akan hilang dengan sendirinya ketika waktu pengunggahannya sudah melampaui batas waktu 24 jam.

e. Face filter

Yaitu fitur instagram yang dapat memberikan efek pada wajah saat kamera menghadap ke wajah seseorang. Filter adalah fitur yang paling rame dan digemari kaum milenial saat ini, karena terdapat banyak filter yang mana bisa mengubah wajah kusam seseorang menjadi glow up. Filter tersebut juga selalu update mengikuti setiap trend, instagram menjadi lebih diminati pengguna karena kehadirannya filter tersebut.

f. Rewind

Yaitu fitur yang berfungsi untuk memutar balik video yang di buat melalui instagram story. Fitur tersebut akan memutar rekaman dari bagian paling akhir ke bagian awal. Fitur ini hanya terdapat dalam media sosial instagram.

g. Boomerang

Adalah fitur yang digunakan untuk mengulang-ulang gerakan saat membuat video di instagram story. Dulu boomerang adalah fitur yang paling rame di instagram karena fitur tersebut juga hanya terdapat di instagram.

---

<sup>77</sup> Kjell H. Landsverk, *The Instragam Handbook*, 50.

h. Super Zoom

Yaitu fitur instagram yang digunakan untuk memperbesar objek video yang disertai dengan suara. Serta masih banyak fitur-fitur lain yang sangat bermanfaat dan menghibur bagi pengguna instagram.

i. Photobooth

Photobooth adalah fitur yang terhitung baru di instagram, fitur tersebut terdapat di bagian instastory. Photobooth dapat digunakan barengan dengan filter, jadi lebih mendukung pengguna untuk selfi.

j. Tata letak

Merupakan fitur yang tidak kalah menarik, tata letak sering digunakan untuk menggabungkan dua hingga empat gambar yang berbeda. Fitur ini terdapat dibagian instastory.

k. Popular (explore)

Apabila sebuah foto berada dalam halaman populer atau halaman pencarian yang merupakan kumpulan dari foto-foto unggahan yang populer dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan dikenal oleh masyarakat, hal inilah yang dapat menaikkan traffic pengguna dan mendapat banyak *followers*.<sup>78</sup>

## 2. Gambaran Umum Jual Beli *Followers* Instagram

Instagram dijadikan sebagai media pemasaran produk nomor satu di dunia online, dari fitur-fiturnya yang sangat menjanjikan membuat pengguna instagram menjadikannya senjata dalam content strategy bagi pebisnis maupun orang-orang yang baru memulai bisnis. Selain itu, foto atau gambar termasuk dalam kategori konten yang paling menarik buat pelanggan, baik itu yang menjual produk, maupun

---

<sup>78</sup> Iin Soraya, "Personal Branding Laudya Chnthia Bella Melalui Instagram (Study Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta), *Jurnal Komunikasi* 8, No.2 (2017): 34.

yang menawarkan jasa. Kesenangan yang didapat pengguna instagram adalah di saat pengguna lain melihat fotonya dan berinteraksi, atau pengguna melihat pengguna lain melihat fotonya dan memberi komentar atau sekedar memberi “hati”. Interaksi-interaksi yang disediakan oleh instagram itu membuat para pengguna mampu membangun lingkaran sosial dengan mengikuti posting pengguna tertentu yang disukai, berinteraksi, dan lebih jauh lagi berkolaborasi untuk menghasilkan foto yang bagus.<sup>79</sup>

Salah satu alasan mengapa memakai instagram adalah popularitas. Oleh karena itu ada banyak pemanfaatan instagram marketing, banyak bisnis mikro dan UKM pun tidak ketinggalan begitu juga dengan perseorangan. Instagram sebagai media social yang popularitasnya paling tinggi dan bergengsi bagi masyarakat saat ini, dimana semua orang sibuk mempercantik unggahan feed dan bersaing jumlah *followers*. Hal ini memicu bisnis baru bagi orang-orang berotak jenius dan pebisnis.<sup>80</sup>

Efek dari kepopuleran instagram membuat penggunaanya juga tertarik untuk memopulerkan diri di akun instagram miliknya. Kepopuleran tersebut ditandai dengan memperoleh jumlah *follower* sebanyak banyaknya. Metode ini sebenarnya sama persis dengan twitter yang menghasilkan banyak *selebtwit* di Indonesia. Begitu pula dengan dunia instagram yang melahirkan sejumlah *seleb* dengan ribuan bahkan jutaan *followers*. Ketika seseorang sudah punya banyak *followers*, secara otomatis ia punya reputasi sehingga menarik minat dari sejumlah vendor untuk memasang iklan di akun instagram mereka. Dari hal tersebut pengguna menjadi *endors* iklan dari produk yang ditawarkan, sehingga mampu

---

<sup>79</sup> Nur Anisa, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli Follower, likes, dan viewer di Media Sosial Instagram”, (Skripsi UIN Raden Intan Lampung), 45.

<sup>80</sup> Jefferly Helianthusonfri, *Instagram Marketing untuk pemula*, (Jakarta: Gramedia, 2020), 1-2.

mendulang banyak keuntungan yang berawal dari hobi postingan di instagram menjadi peluang bisnis tersendiri.<sup>81</sup>

Dengan pemanfaatan yang tepat tersebut, penggunamedia sosial memiliki posisi atau derajat tinggi di mata pengguna lain. Setiap pengguna media sosial yang berhasil menampilkan sisi menarik dan membuat penasaran pengguna lain, pada akhirnya memiliki beberapa keuntungan dan posisi daya tawar tinggi dalam status sosial di masyarakat. Salah satunya adalah potensi untuk menjadi seorang *influencer* atau orang yang dapat memberikan pengaruh kepada orang lain.

Saat ini, media sosial menjadi sebuah wadah baru yang digunakan oleh banyak orang dari berbagai kalangan. Dari anak kecil, remaja, hingga usia dewasa dengan beragam profesi menggunakannya. Akibatnya, tidak jarang media sosial menjadi tempat untuk menampilkan personal branding maupun ajang sosialisasi. Media sosial tidak ubahnya sebagai tempat beradu gengsi bagi generasi masa kini. Salah satu yang menjadi gengsi dalam menggunakan media sosial adalah jumlah ikon like, share, viewer video, komentar anggota pertemanan, serta *follower*. Bagi generasi masa kini, keseimbangan impian antara *following* (teman atau akun yang diikuti) dan *follower* (teman atau akun yang mengikuti) adalah saat jumlah *follower* lebih banyak dibanding dengan *following*. Oleh karena itu, banyak pengguna media sosial yang mencari cara agar mendapatkan jumlah *follower* lebih besar dengan cara yang instan. Salah satu cara instan yang banyak digunakan adalah dengan membeli *follower*. Bahkan saat ini tidak hanya *follower* saja yang di

---

<sup>81</sup> Ariesta Ayu Permata, "Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya" (Skripsi, Unair, 2016), 55.

perjualbelikan, tetapi ada juga like foto serta *viewer* video instagram.<sup>82</sup>

Saat ini generasi milenial membutuhkan pengakuan dan perhatian dimedia sosial. Salah satu bentuk untuk mendapatkannya adalah dengan memiliki banyak pengikut. Peluang ini menjadikan terbentuknya market atau jual beli *follower*. Lebih lanjut dosen Psikologi Universitas Indonesia tersebut menjelaskan bahwa perilaku generasi milenial yang gemar membeli pengikut di media sosial itu perlu di pertanyakan tujuannya. Bila tujuannya hanya untuk mendapatkan pengakuan dan perhatian sebaiknya membuka pertemanan yang real. Hal-hal seperti yang telah dikemukakan di ataslah yang menjadi latar belakang munculnya jual beli *follower*. Sehingga saat ini tidak sulit menemukan online shop yang menawarkan *follower* di media sosial instagram.<sup>83</sup>

Kegiatan membeli *follower* memang bukanlah suatu kegiatan yang dilarang, tetapi hal ini bisa menjadi suatu perbuatan yang tidak baik apabila tujuan membeli adalah untuk mengubah pemikiran seseorang konsumen. Sebagai contoh bila seseorang mempunyai toko online shop kemudian pemiliknya membeli *follower* untuk akun tersebut, secara otomatis online shop tersebut terkesan memiliki banyak pelanggan serta peminat padahal pada kenyataannya tidak seperti itu.<sup>84</sup>

### 3. Mekanisme Jual Beli *Followers* di Media Instagram

Instagram merupakan salah satu sosial media yang paling diminati di kalangan anak muda, mengutip data survey dari *we are social*, instagram adalah media

---

<sup>82</sup> Rifky Fadhilah Anwar, "Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu 2019), 76.

<sup>83</sup> Rifky Fadhilah Anwar, "Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019), 57.

<sup>84</sup> Nur Anisa, "Tinjauan Hukum Islam tentang Praktik Jual Beli Followers, likes, dan viewers di media social instagram" (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2018), 66.

social keempat yang paling aktif digunakan oleh pengguna di Indonesia. Posisi tersebut dibelakang Youtube, Whatsapp, dan facebook.<sup>85</sup>

Jual beli *followers* merupakan model perdagangan baru yang aspek-aspek hukumnya perlu dikaji secara mendalam. Mekanisme jual beli *followers* yang ada di dunia maya sama seperti jual beli online lainnya. Secara umum mekanismenya sama dengan jual beli barang biasa, hanya saja dalam jual beli *followers* ini objeknya bukan berupa barang yang nyata, namun berbentuk abstrak berupa penambahan *followers* pada akun sosial media instagram. Permasalahan yang muncul adalah bagaimana mekanisme dalam praktik jual beli *followers* dan seperti apa kejelasan objek yang ditransaksikan. Kemudian dalam penelitian ini akan dilakukan analisis secara mendalam mengenai praktik jual beli *followers* di media instagram dalam perspektif hukum ekonomi syariah, terutama jenis akad yang digunakan, para subjek hukum, objek hukum, dan akad perjanjiannya (ijab dan kabul) nya.

Seiring berkembangnya, situs jejaring sosial instagram menjadikan instagram tidak hanya sebagai media untuk berinteraksi saja, atau untuk mencari teman, namun instagram bisa dijadikan sarana untuk mempromosikan produk dan untuk menaikkan reputasi seseorang dan sebagainya. *Followers* atau pengikut dalam bahasa sederhananya adalah fans (penggemar), semakin banyak *followers* berarti semakin terkenal orang yang menggunakan akun tersebut. Hal tersebut yang memberikan peluang bagi sebagian orang untuk menjual *followers*. *Followers* instragram pun memiliki karakteristik, karakteristik dari followers tersebut terbagi dalam dua hal, yaitu “*real human followers*” dan “*followers pasif*”.<sup>86</sup>

---

<sup>85</sup> Jefferly Helianthusonfri, *Instagram Marketing untuk pemula*, (Jakarta: Gramedia, 2020), 1.

<sup>86</sup> Postingan instagram @pusatgrosirmurah26.

- a. *Real human followers* adalah *followers* yang dimiliki oleh seseorang dan senantiasa melakukan perbaruan *followersnya*. Terdapat orang yang mengoperasikan akun Instagram tersebut dalam dunia nyata.
- b. *Followers* pasif atau biasa disebut dengan *bot followers* adalah *followers* yang tidak mempunyai pemilik dan *followers* ini tidak melakukan kegiatan apapun.<sup>87</sup>

Keberadaan penjual *followers* sangat mudah di temukan di Instagram, ini dikarenakan begitu banyaknya peminat serta orang yang membutuhkannya, baik untuk sarana promosi toko online atau offlinenya ataupun hanya sekedar untuk mempopulerkan dirinya sendiri di kalangan pengguna Instagram lainnya. Dalam hal jual beli *follower*, ada dua macam yang di tawarkan yaitu *follower* aktif dan *follower* pasif, biasanya penjual *followers* menawarkan berbagai macam *price list* di postingan Instagramnya, berikut ini adalah harga *followers*:

- a. 500 *Follower* aktif Rp.45.000.00
- b. 100 *Follower* pasif Rp.25.000.00<sup>88</sup>

Latar belakang orang membeli *followers*, diantaranya karena menilai media sosial Instagram adalah sarana yang cukup efektif untuk mempromosikan barang maupun diri sendiri. Sebagian pembeli *followers* adalah orang-orang yang memang murni untuk kepentingan bisnis seperti promosi ataupun untuk menunjang popularitas seseorang. Mekanisme jual beli *followers* di media Instagram, baik dari sisi akad yang digunakan, akad perjanjiannya, objek akadnya, dan sebagainya. Transaksi Jual Beli *Followers* saja dengan transaksi pada umumnya, dimana terdapat penjual, pembeli, barang yang diperjualbelikan dan alat penukar. Dalam

---

<sup>87</sup> Umi Septia, “Banyak Generasi Milenial senang Membeli *Followers*, Kenapa ya?”, Artikel Liputan 6, 23 November, 2017.

<sup>88</sup> Diakses dari akun Instagram yang menjual *followers* @jualbelifollowers29

melakukan transaksi antara penjual dan pembeli yaitu melalui online,<sup>89</sup> transaksi tersebut dilakukan dengan langkah pertama seorang customor memilih paket yang akan dibeli. Dalam hal ini seorang penjual telah mengunggah setiap paket harga dan jumlah *followers* yang ditawarkan, kemudian setelah memilih dan bernegosiasi, customor memilih transaksi pembayaran. Ada beberapa transaksi yang digunakan penjual *followers*, yaitu ovo, gopay, via transfer bank, atau pulsa. Setelah mengirim bukti pembayaran maka customor akan dimintai username akun yang akan diisi *followersnya*.

Cara lain yang digunakan oleh penjual dalam memperoleh follower, likes dan viewer adalah dengan menggunakan aplikasi *hublaagram*. Untuk mendapatkan aplikasi penambah follower tersebut terlebih dahulu membeli kepada agen-agen penjual follower. Langkah-langkah yang dilakukan penjual untuk log in adalah sebagai berikut:

- a. Memasukkan username dan password.
- b. Memasukkan security code yang sudah ditentukan.
- c. Setelah berhasil log in maka tahap berikutnya adalah memilih apa yang akan ditambahkan di akun pembeli, apakah *followers*, *likes* atau *comment*.<sup>90</sup>

*Followers* yang diperoleh dari aplikasi tersebut yaitu berasal dari akun orang yang telah berlangganan dengan aplikasi *hublaagram* dan juga akun *bot* yang di masukkan kedalam aplikasi. Biasanya orang yang berlangganan tersebut adalah orang-orang yang menjual *followers*. Namun selain dengan cara tersebut, jual beli *followers* saat ini juga dilakukan melalui sistem *giveaway*. Namun selain itu, ada cara lain dalam transaksi jual beli *followers* yaitu pihak penjual menggunakan sponsor promot *giveaway* berjamin

---

<sup>89</sup> Umam, Pesan kepada penulis, 25 Agustus, 2020.

<sup>90</sup> Wawancara Dengan Penjual *Followers* Muhammad Ulil Khaq.

*followers*. Cara ini sebenarnya juga hampir sama dengan jual beli *followers* menggunakan *hublaagram*, bedanya sistem *giveaway* ini yaitu penambahan *followersnya* dari hasil peserta yang mengikuti *giveaway* yang syaratnya adalah harus memfollow akun-akun yang di tag oleh program *giveaway* tersebut.

#### D. Penelitian Terdahulu

Jurnal *al-Mizan* Vol.3 No.2, Agustus 2019 dengan judul “Analisis Bai’ Gharar Terhadap Jual Beli Follower di Instagram” Nahdiah & Syarif Hidayatullah, dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dalam jual beli *followers* mengandung unsur tipuan didalamnya yang menjadi sebab haramnya hukum dari jual beli tersebut karena terdapat unsur bai’ gharar. Jual beli yang mengandung unsur bai’ gharar sama saja dengan mengelabui orang lain seolah-olah telah memiliki banyak *followers*. Unsur gharar yang terdapat dalam jual beli *follower* yaitu pertama, jika penjual tidak menjelaskan terlebih dahulu konsekuensi yang didapat dari pembelian *followers* di *instagram*. Kedua, apabila penjual menjual akun kloningan di *instagram* dengan menggunakan nama orang lain setelah memiliki banyak *follower* lalu dia menjual akun *instagram* tersebut maka cara-cara seperti ini terdapat unsur gharar didalamnya bahkan cara seperti ini bisa dikategorikan sebagai *tadlis*.<sup>91</sup> Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah dalam penelitian ini lebih menitikberatkan pada bai’ ghararnya terhadap jual beli *followers*.

Dari jurnal MIYAH: Jurnal Studi Islam Vol.15 No.2, Agustus 2019 yang berjudul “Transaksi Jual Beli Follower Instagram dalam Perspektif Hukum Islam” Institut Keislaman Abdullah Fakhri (INKAFA) Gresik. Dalam penelitiannya penulis mengatakan bahwa, praktik jual beli *follower* *instagram* merupakan akad jual beli yang tidak sah. Dalam praktik ini syarat objek akad tidak terpenuhi

---

<sup>91</sup> Nahdiah dan Syarif Hidayatullah, “Analisis Bai’ Gharar Terhadap Jual Beli Follower di Instagram”, *al-mizan* 3, No.2(2019).

menjadi penyebab tidak sahnya jual beli. Salah satu syarat sahnya jual beli adalah barang yang diperjualbelikan harus bisa dilihat bentuknya oleh kedua belah pihak, sedangkan dalam transaksi jual beli follower penjual bukanlah pemilik dari obyek akad. Sebagian pembeli follower seperti pemilik onlineshop menggunakan objek akad untuk mengelabui pengguna instagram lain seakan akun tersebut adalah akun terpercaya karena telah memiliki banyak followers. Sedangkan objek akad harus boleh dimanfaatkan apabila pemanfaatan tersebut sesuai dengan ketentuan syariat.<sup>92</sup> Perbedaannya dengan penelitian ini adalah penelitian penulis tidak hanya terpaku dengan transaksinya saja namun juga mengenai budaya hukum dan bisnis jual beli followers.

Jurnal *el-Qist* Vol.9 No.1, April 2019 dengan judul “Jual Beli Followers, Like, Viewers di Instagram Perspektif Hukum Ekonomi Syariah” UIN Sunan Ampel. Dalam penelitiannya, penulis mengatakan bahwa dalam jual beli follower, likes, dan viewers memang ada manfaatnya yaitu pembelian followers dapat memudahkan pembeli dalam mendukung bisnis onlinenya. Kerugian bisa dirasakan oleh masyarakat yang tidak memperhatikan hal tersebut, mereka bisa saja tertipu dengan banyaknya followers, likes, viewers padahal itu bukanlah followers asli dari akun tersebut. Oleh karena itu hal ini tidak sesuai dengan konsep etika bisnis yaitu untuk berlaku jujur. Jadi dapat dikatakan bahwa ada manfaat bagi pebisnis online tapi ada madharat bagi pembeli dalam bisnis online.<sup>93</sup> Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian penulis hanya menitikberatkan pada followers instagram sedangkan dalam penelitian ini juga menganalisis jual beli like dan views.

Jurnal *EKSISBANK* Vol.4 No.1, Juni 2020 yang berjudul “Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers dalam Perspektif Ekonomi Islam di Media Sosial Instagram” STIES Indonesia Purwakarta. Dalam penelitiannya penulis mengatakan bahwa, praktik jual beli

---

<sup>92</sup> Dani El-Qari, “Transaksi Jual Beli Follower Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam”, *Miyah* 15, no.2 (219).

<sup>93</sup> Elsava Chairu Bhariatta dkk, “Jual beli followers, likes, viewers di instagram perspektif hukum ekonomi syariah”, *el-Qist* 9, No.1 (2019).

followers secara rukun dan syaratnya tidak terpenuhi, dalam hal objek yang diperjualbelikan tidak jelas wujud maupun dalam hal status kepemilikan objek tersebut bukan seutuhnya milik penjual atau tidak adanya ijin dari si pemilik. Maka syarat dan rukun dari jual beli tersebut tidak terpenuhi, kemudian dilihat dari sisi manfaat dalam jual beli followers ini cenderung banyak mendatangkan kemudharatan. Dalam transaksi tersebut rawan terjadinya penipuan karena mengandung unsur tipu daya yang hanya menguntungkan salah satu pihak saja sehingga mengakibatkan pihak lainnya merugi. Tidak adanya kesepakatan pada obyek yang diperjualbelikan diawal oleh pihak penjual mengenai kerugian yang bisa diperoleh pihak pembeli mengenai berkurangnya jumlah followers sewaktu-waktu dan tidak adanya jaminan atau garansi dari pihak penjual untuk follower aktif. Transaksi jual beli ini bisa saja menimbulkan kerugian bagi konsumen, namun tetap ada manfaatnya hanya saja bersifat fiktif.<sup>94</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penelitian ini memfokuskan pada mekanisme dan praktiknya apakah sesuai dengan hukum islam, sedangkan penelitian penulis juga menganalisa bagaimana budaya hukum dan bisnis menurut perspektif hukum ekonomi syariah.

Jurnal Islamic and Law Studies Vol.3 No.2, Desember 2019 dengan judul “Pendekatan Sosiologis Hukum terhadap Praktik Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. UIN Banjarmasin. Dalam penelitiannya penulis mengatakan bahwa, ketidak jelasan objek dan tujuan dari pokok barang yang diperjualbelikan sehingga memicu hukum yang tidak jelas pula. Konsep jual beli ini memunculkan sifat menipu karena terdapatnya unsur gharar pada objek yang bersifat tidak ditempat menjadikan instrument jual beli ini terlarang. Namun, dalam praktik jual beli ini bisa dilaksanakan dengan memunculkan akad

---

<sup>94</sup> Nindi Apridha Jamil dkk, “Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers dalam Perspektif Ekonomi Islam di Media Sosial Instagram”, *Eksisbank* 4, No.1 (2020).

saling ridho dalam melakukan transaksi dan kesepakatan mengenai kekurangan objek barang tersebut.<sup>95</sup> Perbedaan dalam penelitian ini menitikberatkan pada praktik jual beli apakah mengandung unsur gharar.

#### E. Kerangka Berfikir

Bisnis online semakin marak dikalangan remaja yang tidak hanya menjual produk-produk yang umum diperjual belikan, namun banyak produk yang tak lazim saat ini menjadi objek dari bisnis online, salah satunya adalah jual beli *followers*, apalagi pada era pandemic covid'19 semakin melatar belakangi adanya bisnis tak lazim tersebut. Pada era pandemic covid'19 aktifitas banyak berkurang, menjadikan masyarakat berlomba-lomba untuk mencari kesibukan yang produktif, namun minim dari penularan covid'19, maka bisnis online adalah salah satu solusinya.

Dalam penelitian ini, peneliti menelusuri bagaimana bentuk dari jual beli *followers* tersebut. Peneliti menggunakan komunikasi interpersonal dengan pengguna dan pelaku jual beli *followers*, hal ini menjadi kerangka utama dalam kerangka pemikiran penelitian. Seorang penjual *followers* adalah pengguna instagram yang mengikuti perkembangan zaman sehingga memanfaatkan situasi untuk bisnis tertentu, begitu pula dengan pembeli yang kebutuhannya adalah juga untuk berbisnis dengan memanfaatkan media.

Penjual *followers* memiliki akun khusus yang mendeskripsikan jenis-jenis harga dan jumlah *followers* yang ditawarkan, kemudian seorang pengguna/pembeli melakukan chat untuk saling berkomunikasi dan menjalin kesepakatan.

Melihat jual beli tersebut menimbulkan keraguan bagaimana sebenarnya kedudukan transaksi jual beli *followers*, apakah sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam hukum ekonomi syariah. Sebab jika ditinjau tidak

---

<sup>95</sup> Nurul Hasna dkk, "Pendekatan Sosiologi Hukum terhadap Praktik Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram Kota Banjarmasin", *Journal Of Islamic and Law Studies* 3, No.2 (2019).

ada jaminan masa berlakunya *followers* bagi pembeli, apakah jumlah *followers* dapat bertahan lama atau tidak. Jika tidak maka jual beli termasuk dalam kategori *gharar*. Dalam hal ini, peneliti menggunakan kerangka pemikiran dengan menganalisis beberapa keterangan yang sesuai dengan hukum positif dan hukum yang sesuai dengan syariat islam.

