

## TINJAUAN AKAD SALAM TERHADAP JUAL BELI FOLLOWERS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS WILAYAH PONOROGO)

Wahyu Adi Pradana<sup>1</sup>, Novi Fitia Maliha<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Syariah, IAIN Ponorogo

<sup>1</sup>Email: [w.adipradana.12@gmail.com](mailto:w.adipradana.12@gmail.com)

<sup>2</sup>Email: [fitiamaliha@iainponorogo.ac.id](mailto:fitiamaliha@iainponorogo.ac.id)

---

DOI: <https://doi.org/10.21154/antologihukum.v4i2.4079>

Received: 10-10-2024

Revised: 25-10-2024

Approved: 27-10-2024

---

**Abstract:** *This research began with buying and selling Instagram social media followers where there were irregularities in the transaction, whereas in the transaction of buying and selling followers the openness between the seller and the buyer was not completely open and transparent. The aim of this research is to identify whether followers' buying and selling transactions contain usury or not and whether the buying and selling is legal or not. This article aims to answer the following focus problems: How is the Greeting Agreement Reviewed on the Object of Buying and Selling Instagram Social Media Followers? This is why this research is essential to research. This type of research is field research, then the approach used is qualitative. Data collection techniques use observation and interviews. The analytical method used in this research is the deductive method. From the research that has been carried out during the thesis, it can be concluded that From the results of this research it can be concluded that the buying and selling of followers is not valid, because in the transaction of buying and selling followers there is a harmony and the conditions stipulated in the greeting contract are not fulfilled, which means that the goods being bought and sold or ma'qud 'alaih must be pure and beneficial and also the goods being bought and sold must be wholly owned by oneself and known to both parties. However, when buying and selling followers, it is unclear whether the item belongs to the seller or someone else.*

**Keywords:** *Akad Salam, Instagram Followers, Order System*

**Abstrak:** *Penelitian ini bermula dari proses jual beli followers media sosial Instagram yang terdapat kejanggalan dalam transaksi tersebut, yang mana dalam transaksi jual beli followers keterbukaan antara penjual dengan pembeli tidak sepenuhnya terbuka dengan transparan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tentang transaksi jual beli followers apakah mengandung riba atau tidak dan jual beli apakah sah atau tidak. Artikel ini bertujuan menjawab fokus masalah berikut: Bagaimana Tinjauan Akad Salam Terhadap Objek Jual Beli Followers Media Sosial Instagram? Untuk inilah penelitian ini penting untuk diteliti. Adapun jenis peneliti ini yaitu penelitian lapangan (field research), lalu pendekatan yang digunakan kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi dan wawancara. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deduktif. Dari penelitian yang sudah dilakukan selama skripsi bisa ditarik kesimpulan bahwa Dari hasil penelitian ini bisa disimpulkan bahwasanya jual beli followers ini*

*tidaklah sah, karena dalam transaksi jual beli followers adanya rukun dan syarat yang sudah ditetapkan dalam akad salam tidak terpenuhi, yang mana barang yang diperjual belikan atau ma'qud 'alaih harus suci serta bermanfaat dan juga barang yang diperjual belikan harus milik sendiri secara penuh dan diketahui kedua belah pihak. Akan tetapi dalam praktiknya jual beli followers, barang tersebut belum jelas apakah milik penjual atau masih milik orang lain.*

**Kata Kunci:** Jual Beli, Followers Instagram, Akad Salam.

## **PENDAHULUAN**

Pada *platform* sosial media ada suatu aplikasi yang bernama Instagram. Instagram adalah suatu *platform* sosial media yang sangat populer sekarang ini yang juga berfokus pada pembagian baik foto ataupun video yang bisa dilakukan oleh antar pengguna.<sup>1</sup> Pada aplikasi Instagram ada 2 jenis yaitu, mengikuti (*following*) dan yang satunya yaitu pengikut (*followers*). Pada masa sekarang seorang pengguna Instagram hampir keseluruhan menyimpulkan bahwa tolak ukur ketenaran pada pengguna akun tersebut sudah dikenal oleh banyak orang yaitu lewat jumlah *followers*.

Pentingnya *followers* Instagram bagi para pelaku bisnis atau *online shop* bisa ditarik sebuah kesimpulan bahwasannya ketika seorang pelaku bisnis memiliki banyak *followers* di akun Instagram pada bisnis mereka, maka secara otomatis akan mempunyai manfaat yaitu banyak membantu dan memudahkan meraih banyak pelanggan di aplikasi Instagram itu sendiri. Serta menjadikan *followers* tersebut menjadi seorang pemeran yang bisa dikatakan sangat penting dalam kelangsungan usaha yang sedang dijalankan atau dirintis oleh si pemilik bisnis tersebut.<sup>2</sup>

Sedangkan untuk pengguna individu, mempunyai banyak *followers* di akun pribadi mereka adalah suatu aset yang harus dicapai atau dipertahankan bahkan ditingkatkan oleh sebagian pengguna-pengguna akun tersebut. Karena apa, semakin banyak *followers* yang mengikuti pada pengguna akun pribadi seorang pengguna,

---

<sup>1</sup> Yeni Kustiyahningsih dkk., *Pemanfaatan Media Sosial dan Market Place: Untuk Meningkatkan Produk Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid -19* (Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2022). Hal. 75.

<sup>2</sup> Miftakhul Jannah, *Followers Are The Digital Asset*, 1 ed. (Kota Malang: Penerbit Peneleh, 2023). Hal 53.

maka *owner/* pemilik bisnis *online shop* akan melirik dan tertarik untuk menawarkan sebagai objek *endorse, sponsor, give away* dan lain sebagainya.<sup>3</sup>

Dengan maraknya jual beli *followers* yang sudah sangat mudah ditemukan di aplikasi Instagram, jika ada pembeli yang mempunyai keinginan untuk menggunakan jasa tersebut seakan dipermudah dalam mengakses akun-akun penjual tersebut. Namun pada saat pembeli ingin membeli produk, biasanya mereka hanya fokus pada jumlah dan harga *followers* saja. Untuk kelemahan atau kelebihan mereka cenderung tidak menanyakan pada seorang penjual tersebut.

Ketika melakukan transaksi seorang penjual juga cenderung diam, tidak memberitahukan *followers* yang diberikan apakah akun aktif atau pasif/*bot* kepada calon seorang pembeli beserta kelemahan dan kelebihannya. Akan tetapi, pembeli seakan juga lupa bahkan tidak tahu serta tidak menanyakan kelebihan dan kelemahan transaksi tersebut kepada penjual. Karena pembeli tersebut biasanya orang awam atau malah tidak tahu menahu perihal akun aktif ataupun pasif. Dalam proses transaksi, seorang pembeli hanya fokus pada jumlah dan harga *followers* saja. Sama halnya dengan si penjual tersebut, juga tidak memiliki inisiatif untuk memberitahukan beberapa kelemahan-kelemahan dari produk jualan mereka. Maka dalam Fikih Muamalah tidak diperbolehkan, karena saat transaksi berjalan penjual dan pembeli haruslah bisa sama-sama diuntungkan perihal kualitas dan kuantitas.

Dalam fikih muamalah jika transaksi merugikan salah satu pihak maka sudah termasuk hal yang dilarang. Kemudian yang dilarang dalam jual beli adalah seorang penjual jasa tadi sudah melakukan pelanggaran ketentuan manfaat-manfaat jual beli. Karena seorang pembeli dengan sengaja tidak memberi tahukan perihal kelemahan dan keuntungan saat proses transaksi tersebut berlangsung. Yang mana seorang pembeli tersebut sudah pasti juga mengalami kerugian dan kebohongan dalam transaksi jual beli jasa tersebut. Hal inilah juga bisa dikatakan transaksi yang mengandung unsur *gharar*. Maka jika ada unsur *gharar* nya, berarti transaksi jual beli jasa tersebut tidak diperbolehkan.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Miftahul Jannah dkk., *Followers Digital The Digital Asset Kajian Fenomenologi pada Pelaku Ummk* (Penerbit Peneleh, 2023). Hal. 54-58

<sup>4</sup> Taufiqur Rahman, *Buku Ajar Fiqih Muamalah Kontemporer* (Academia Publication, 2021). Hal. 53

Kemudian dijelaskan dalam skripsi dari Nanda Fitria Rohani, dengan judul “*Tinjauan Fatwa DSN-MUI Terhadap Jual Beli Followers Instagram*”, Penelitian ini menyimpulkan bahwa akad yang digunakan untuk transaksi adalah akad *salam*, namun untuk praktinya penjual tidak menyebutkan pengurangan *followers* pada pembeli saat proses order sehingga adanya kebohongan dari penjual mengenai ciri-ciri barang.<sup>5</sup> Dan dalam Skripsi dari Mutiara Devi dengan judul “*Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Kota Metro*”,<sup>6</sup> Penelitian ini menyimpulkan bahwa, jual beli followers sosial media Instagram dalam hukum ekonomi syariah masuk dalam kategori akad *salam*. Menurut hukum ekonomi syariah disebutkan jual beli followers ini sah dan hukum jual belinya adalah boleh (Mubah) dikarenakan sudah memenuhi syarat dalam transaksi jual beli. Kemudian jika dilihat dari prinsip muamalah maka jual beli adanya manfaat akan tetapi hanya fiktif, bisa dikatakan mudharat bagi masyarakat jika adanya kerugian yang didapat oleh seorang pembeli.

Berdasarkan teori dan praktik di lapangan penulis sekaligus penyusun tertarik untuk meneliti jenis akad seperti apa yang sesuai dengan model transaksi jual beli tersebut? Serta bagaimana mengetahui jika saat jual beli dalam hal ini harus memperhatikan objek yang diperjual belikan dan mekanisme akad perjanjian apa yang dilakukan, apakah ada unsur tipuan *gharar* atau tidak saat transaksi jual beli berlangsung. Penelitian ini sekaligus untuk mengetahui apakah transaksi tersebut sudah sesuai dengan fikih muamalah yang ketentuan-ketentuannya serta syarat-syarat tersebut apakah sudah menggunakan akad *salam* yang berlaku apa tidak, dikarenakan dalam melakukan transaksi jual beli tersebut adanya pemberian dari penjual *followers* yang berupa *account* aktif atau pasif serta pengurangan jumlah juga tidak dijelaskan terlebih dahulu saat di awal transaksi. Maka berawal dari hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan suatu langkah guna untuk membahas lebih dalam dan lanjut mengenai jual beli *followers* Media Sosial Instagram di wilayah Ponorogo. Yang bertujuan untuk memberikan informasi dan sudut pandang

---

<sup>5</sup> Nanda Fitria Rohani, “*Tinjauan Fatwa DSN-MUI Terhadap Jual Beli Followers Instagram, Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.*, 2023.

<sup>6</sup> Devi Mutiara, “*Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Kota Metro.*” *Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro*, 2020.

mengenai tata cara jual beli *followers* yang baik dan sesuai dengan syariat Fikih Muamalah.

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*Filed Research*), yang dalam konteksnya merupakan metode yang dilakukan di lapangan atau pada Lokasi penelitian berlangsung.<sup>7</sup> Pendekatan penelitian ini seorang peneliti menggunakan adalah pendekatan kualitatif, Dimana pendekatan yang maksudnya adalah untuk memahami suatu kejadian atau permasalahan yang dialami oleh subyek penelitian.

## **TEORI JUAL BELI DAN AKAD SALAM**

### 1. Jual Beli Menurut Fikih Muamalah

Menurut terminologi, di sini ada beberapa pengertian jual beli yang disampaikan oleh para ulama fikih, walaupun inti dan tujuannya hampir memiliki pengertian yang sama. Sayyid Sabiq<sup>8</sup> mendefinisikan dengan: Jual beli adalah suatu tukar menukar harta atas dasar saling rela. Atau, Perpindahan milik dengan ganti yang bisa dibenarkan. Kata *al-ba'i* bisa diartikan dengan jual, tetapi bisa diartikan dengan beli. Ketika diambil kesimpulan pengertian jual beli secara terminologi memiliki artian yaitu bahwa jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan, atau memindahkan milik dengan ganti yang bisa dibenarkan.<sup>9</sup>

### 2. Jual Beli Akad *Salam*

#### a. Pengertian Jual Beli *Salam*

Akad salam adalah suatu transaksi jual beli barang dengan cara memesan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran dengan cara tunai yang terlebih dahulu dengan sistem yang penuh.<sup>10</sup> Sehingga saat melakukan pembayaran harus dilakukan di awal dalam jual beli atau pemesan menyerahkan uangnya dulu, kemudian untuk barang akan diserahkan terimakan di kemudian hari

#### b. Dasar Hukum Jual Beli Akad *Salam*

---

<sup>7</sup> Dr Drs Ismail Nurdin M.Si dan Dra Sri Hartati M.Si, *Metodologi Penelitian Sosial* (Media Sahabat Cendekia, 2019). Hal. 39.

<sup>8</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah*, Jilid 5, E-Book (1983, t.t.). E-Book. Hal. 158

<sup>9</sup> Prof Dr H. Abd Rahman Ghazaly M.A, *Fiqh Muamalat* (Prenada Media, 2016). Hal. 67-70.

<sup>10</sup> Wahbah Al-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, Jilid 5, vol. Jilid 5 (Damaskus, 1963). E-Book Hal. 240

Jual Beli Salam diperbolehkan oleh hukum Islam, ayat yang menjelaskan ada pada Surat Al-Baqarah Ayat 282.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ

بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ (البقرة : ٢٨٢)

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya”.<sup>11</sup>

c. Rukun Dan Syarat Akad *Salam*

1) Rukun *Salam*

Berdasarkan penulisan buku Sulaiman Rasyid yang judulnya Fikih Islam, rukun jual beli salam yaitu:

- a) *Muslam* (Pembeli), pihak yang membutuhkan dan memesan barang.
- b) *Muslam Ilaih* (Penjual) pihak yang memasok barang pesanan.
- c) Modal atau uang. Di sini ada yang menyebutkan harga (*thaman*).
- d) *Muslam Fiih* yaitu barang yang dijual belikan.
- e) *Shighat* yaitu Ijab dan Kabul.<sup>12</sup>

2) Syarat *Salam*

- a) Uang hendaklah dibayar ditempat akad. Maka sistem pembayaran harus dilakukan lebih dahulu.
- b) Untuk seorang penjual, maka barangnya menjadi hutang untuknya.
- c) Sesuai waktu yang dijanjikan, maka barang harus diberikan.
- d) Barang yang digunakan untuk transaksi maka harus jelas ukurannya, baik takaran, timbangan, ukuran atau bilangannya.
- e) Sifat-sifat barang harus diketahui dan disebutkan.

---

<sup>11</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Hal. 48.

<sup>12</sup> Safrida, “Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli,” *Mizan: Journal of Islamic Law* 4, no. 1 (13 Juni 2018), <https://doi.org/10.32507/mizan.v4i1.177>. Hal.124.

- f) Tempat menerimanya harus disebutkan. Kalau tempat akad *salam* tidak layak buat menerima barang tersebut, maka akad *salam* harus terus. Berarti di sini tidak ada *khiyar syarat*.<sup>13</sup>

d. Bentuk-Bentuk Akad *Salam*

Salah satu yang akan dibahas yaitu perihal akad *salam*. Secara substansi akad ini hanya dipergunakan dalam jual-beli biasa, namun seiring perkembangan transaksi, maka akad ini diimplementasikan di berbagai tempat untuk menjawab boleh tidaknya transaksi yang sedang dilakukannya.<sup>14</sup> Evolusi akad *salam* adalah sebagai berikut:

1) *Salam Fil Ijarah*

Adalah akad yang sangat erat dengan akad jual beli, karena akad *salam* merupakan salah satu bentuk jual beli dengan ketentuan didalamnya. Pada dasarnya jual beli bisa ditinjau dari beberapa segi baik dari segi hukum, segi objek jual beli, dan segi pelaku jual beli. Sedangkan *ijarah* diartikan suatu akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa dalam Batasan waktu tertentu, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang.<sup>15</sup> Maka di sini bisa diartikan bahwa *Salam Fil Ijarah* adalah jual beli barang atau pesanan yang melibatkan dua transaksi yang mana dilakukan pada akad *ijarah*, yaitu pembeli atau pemesan dengan penjual serta pihak ketiga atau lainnya.

2) *Salam Paralel*

Adalah transaksi *salam* yang melibatkan dua transaksi *salam*, sekaligus antara penjual dengan pembeli dan antara penjual dengan pemasok atau pihak ketiga yang lainnya secara simultan. Istilah lain menyebutkan bahwa penjual memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan dengan cara *salam* pula. *Salam paralel*

---

<sup>13</sup> Rahman, *Buku Ajar Fiqih Muamalah Kontemporer*. Hal. 57.

<sup>14</sup> M.A, *Fiqh Muamalat*. Hal. 60-62

<sup>15</sup> Djuwaini Dimyauddin, *Pengantar Fikih Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008).

diperkenankan dengan syarat akad kedua terpisah dan tidak berkaitan dengan akad salam pertama.

e. Larangan-Larangan Dalam Akad *Salam*

Di dalam akad salam, terdapat larangan-larangan yang ditentukan dalam hukum Islam, maka berikut larangan-larangannya yaitu:

- 1) Menurut hadits yang menyebutkan larangan akad *salam*, jika seorang menjual sesuatu yang berada di dalam tanggungan jika sesuatu tersebut tidak dimiliki olehnya. Maka larangan dalam akad *salam* (pesan) jika pihak *muslim ilih* (akad yang dipesan) tidak memiliki apa yang dipesankan kepadanya.
- 2) Dalam akad *salam* melarang seseorang menjual sesuatu di dalam tanggungan yang sesuatu tersebut tidak dia miliki dan dia tidak bisa menyerahkan dan memasrahkannya kepada pihak pembeli. maka, di sini penjual mengambil keuntungan sebelum penjual memiliki barang yang dimaksud, sebelum penjual menanggung dan menjaminnya dan sebelum penjual mampu menyerahkan serta memasrahkan kepada pihak pembeli.<sup>16</sup>
- 3) Kemudian saat melakukan transaksi muamalah seorang muslim juga diharamkan untuk:
  - a) Melakukan *ghibah*, berupa fitnah, *namimah*, dan juga penyebaran kebencian
  - b) Melakukan *bullying*. Meliputi ujaran kebencian dan permusuhan atas dasar suku, agama, ras, atau antar golongan.
  - c) Menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan, dan semua segala hal yang dilarang menurut *syar'i*
  - d) Menyebarkan konten yang benar tetapi tidak sesuai tempat dan atau waktunya.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Ibnu Qayyim Al-Jauziyah, *Zadul Ma'ad: Panduan Lengkap Meraih Kebahagiaan Dunia Akhirat #4* (Pustaka Al-Kautsar, t.t.). Hal. 431-434

<sup>17</sup> Ratna Vy Putri, Haarysalf, Nadilah, *30 Fatwa MUI Menjawab Problematika Kehidupan* (Guepedia, t.t.). Hal. 107

## **PRAKTIK JUAL BELI *FOLLOWERS* INSTAGRAM**

### **1. Mekanisme Jual Beli *Followers* Instagram**

Dalam hal yang dimaksud dengan praktik di sini yaitu pelaksanaan jual beli *followers* di sosial media Instagram. Maka disebutkan secara umum mekanisme jual beli *followers* di aplikasi media sosial Instagram digambarkan sebagai berikut:

- a. Seorang pembeli mencari akun jual beli di *searching* Instagram.
- b. Kemudian nanti pembeli tersebut memilih akun jual beli *followers* yang sesuai dengan minatnya.
- c. Setelah itu, pembeli bisa memilih akun jualan mana yang ingin digunakan.
- d. Lalu, pembeli bisa melihat pada deskripsi mengenai jumlah dan harga yang ingin digunakannya. Ketika pesan biasanya diarahkan pada *Direct Message* (DM) atau *WhatsApp*.
- e. Ketika selesai melakukan negosiasi jumlah dan harga yang akan dipilih, maka selanjutnya adalah pihak pembeli harus membayar sebesar yang sudah disepakati tadi. Kemudian pembeli diarahkan pembayarannya *via* transfer.
- f. Ketika sudah dibayar, selanjutnya bukti nota pembayaran dikirim kepada seorang penjual *followers* tersebut agar bisa segera di proses. Kemudian penjual memberitahu bahwasannya akun atau *username* milik pembeli tidak boleh di *private* atau diganti saat transaksi sedang berlangsung.
- g. Kemudian pembeli hanya perlu menunggu *followers* bisa masuk ke akun pribadi mereka. Biasanya tidak membutuhkan waktu lama sekitar 1 sampai 2 jam baru bisa masuk ke akun milik pembeli tadi.

### **2. Transaksi Jual Beli Penjual dan Pembeli *Followers* Instagram**

Berdasarkan wawancara dengan salah satu penjual *followers* adanya informasi yang tidak dijelaskan dengan jelas dan detail perihal asal *followers* itu yang diperoleh, serta pada pembeli *followers* juga tidak bertanya secara detail dan rinci karena kebanyakan orang awam yang melakukan transaksi tersebut.

Menurut Dila selaku penjual *followers*, bahwasanya Dila hanya menyebutkan jumlah dan harga serta tata cara dalam pembelian *followers*. Untuk detail kelemahannya Dila tidak menyebutkan, bahkan untuk asal dari mananya akun tersebut berasal Dila tidak mau memberitahukannya<sup>18</sup>. Berdasarkan hasil wawancara dengan penjual *followers* di atas, oleh peneliti dicocokkan dengan hasil wawancara oleh pembeli *followers* yang bernama Mohammad. Bahwasanya ketika Mohammad membeli *followers*, hanya ditanya ingin jumlah dan harga yang berapa. Setelah memilih Mohammad diberitahukan agar segera membayar melalui transfer dan akunnya tidak boleh di *privat*. Setelah itu ya sudah, Mohammad diperintahkan untuk menunggu dan juga diberitahu kalau nanti otomatis *followers* akan masuk dengan sendirinya.<sup>19</sup>

## **ANALISIS AKAD SALAM TERHADAP JUAL BELI FOLLOWERS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

### **1. Analisis Akad Jual Beli Followers Media Sosial Instagram Menurut Akad Salam**

Pengertian menurut syariat Islam, definisi jual beli mempunyai pengertian adalah suatu transaksi saling tukar menukar harta dengan harta, walaupun ketika ada beban kewajiban ataupun jasa tetap bisa dilaksanakan selama saat transaksi tersebut tidak mengandung riba ataupun pinjaman.<sup>20</sup> Menurut dasar hukum jual beli jika melihat sisi berdasar segi hukum, maka jual beli hukumnya adalah *mubah*. Terkecuali, jika jual beli tersebut mengandung jual beli yang diharamkan menurut ketentuan *syara'*.<sup>21</sup>

Di sini saat jual beli tersebut model akad yang dipergunakan jenis akadnya yaitu akad jual beli *salam*. Jual beli *salam* adalah suatu transaksi jual beli barang dengan cara memesan yang meliputi syarat-syarat tertentu serta pembayaran dengan cara tunai terlebih dahulu dengan sistem yang penuh. Sehingga saat melakukan pembayaran harus dilakukan di awal dalam jual beli atau pemesan menyerahkan uangnya dulu, kemudian untuk barang akan diserahkan terimakan di kemudian hari.

---

<sup>18</sup> Mohammad, Hasil Wawancara Online, 29 Maret 2024.

<sup>19</sup> Mohammad.

<sup>20</sup> Zaenal Abidin Dkk, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Zabags Qu Publish, 2015). Hal. 70

<sup>21</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, 1 ed. (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2017). Hal. 177

*Sighat* memiliki pengertian yaitu sesuatu yang diserahkan pada kedua belah pihak yang berakad kemudian menunjukkan atas apa yang sudah ada di hati masing-masing kemudian bisa saling berhubungan terjadi akad. Hal ini bisa diketahui dengan adanya ucapan, perbuatan, isyarat dan tulisan. Sedangkan *Kabul* yaitu perkataan dari pembeli yang dilakukan ketika serah terima barang tersebut dengan harga sekian yang sudah ditentukan sekian rupiah. Dalam jual beli *followers* media sosial Instagram ini penjual dan pembeli sudah melaksanakan kesepakatan untuk melakukan suatu transaksi jual beli dan juga menggapai *keridhaan* satu dengan yang lainnya.

Menurut analisis penulis jual beli *followers* di media sosial Instagram itu tidaklah sah, dikarenakan ada beberapa hal yang tidak terpenuhi saat jual beli tersebut. Tidak sahnya adalah sebagai berikut:

a. Syarat-Syarat Barang Ada Yang Tidak Memenuhi Dan Adanya Unsur Ketidakpastian (*Gharar*)

Pada dasarnya Ketika seorang penjual dan pembeli memperjualkan barangnya maka harus ada syaratnya yaitu adanya barang yang diperjualbelikan atau *ma'qud 'alaih*. Dalam syarat tersebut dijelaskan adalah barang yang suci dan bisa bermanfaat serta yang paling penting adalah barang wajib milik sendiri secara keseluruhan serta kedua pihak mengetahuinya. Kemudian di sini adanya ketidakjelasan saat melakukan penerapan di lapangan, penerapan jual beli *followers* pada aplikasi media sosial Instagram adalah, barang yang tersebut kenaikannya sangat cepat dan saat melakukan pengecekan ada nama yang tidak jelas. Maka ketika melaksanakan praktik jual beli *followers* Instagram ada kepemilikan barang yang banyak tidak memiliki kejelasan, serta pihak penjual juga tidak memberitahu dan menjelaskan sejak awal.

Menurut penulis adanya ketidaksahannya jual beli *followers* tersebut di sini penulis mempunyai landasan dasar yaitu melalui pendapat Imam Syafi'i, bahwasanya jika jual beli yang tidak ada di tempat maka hukumnya adalah dilarang. Kemudian jika melihat dasar jual beli tersebut maka hukumnya yaitu halal. Maka di sini bisa dikatakan bahwasanya jual beli itu dihalalkan serta oleh agama juga dibenarkan. Namun, jika ada

syarat-syarat tersebut memenuhi apa yang diperlukan. Menurut hukum di Al-Qur'an diterangkan jika hukum jual beli adalah diharamkan, sedangkan riba itu hukumnya adalah haram.

Di dalam hukum Islam juga menjelaskan, ketika melakukan transaksi jual beli jika di dalamnya ada unsur *gharar* (ketidakjelasan/ketidakpastian). Dimana harta yang menjadi objek transaksi bukan pemilik penjual yang secara penuh ataupun milik orang lain maka di sini menjadi tidak sah. Karena, jual beli barang yang belum dimiliki tanpa adanya ijin dari seorang pemilik barang.

b. Terdapat Unsur *Mudharat*

Berdasarkan bab yang sudah dijelaskan sebelumnya di sini adanya tujuan jual beli *followers* media sosial Instagram yaitu untuk kepentingan bisnis dan publikasi yang disisi lain mempunyai tujuan yaitu adanya manfaat duniawi. Akun *followers* pasif atau *bot* yaitu *followers* yang tidak memiliki keinginan atau melakukan aktivitas. Semisal contohnya yaitu *followers* seperti kebanyakan, hal ini dikarenakan *followers* itu hanya bersifat sementara saja. Akibatnya ke depannya seorang pemilik akun bisa meng-*unfollow* kapan saja jika pemilik akun menyadari jika akun pribadinya men-*follow* secara tiba-tiba dan otomatis. Maka bisa disimpulkan, ketika diukur dari sisi manfaatnya jual beli ini manfaatnya tidak ada, bahkan cenderung bersifat kebalikannya yaitu mempunyai banyak *kemudharatan* yang ada di dalamnya.

Maka ketika seorang pembeli membeli *followers* yang dicampur antara aktif dan pasif, maka di sini tujuan utama tidak akan bisa tercapai. Hal ini dikarenakan pada *followers bot/ pasif* yang sudah dibeli tadi, tidaklah bisa melakukan aktivitas apapun. Ya memang *followers* pasif ini adalah *followers bot* jadi tidak bisa melakukan langkah-langkah atau interaksi selayaknya *followers* aktif seperti menyukai dan mengomentari postingan berupa foto ataupun video milik pengguna lain.

Hal inilah tentu memiliki resiko dan pengaruh pada pengguna akun bisnis atau *online shop*. Semisal jika sebuah akun pengguna *online shop* tadi menggunakan jasa dan membeli *followers bot/pasif* dan seorang

pengguna atau pengikut asli mengetahuinya, maka secara langsung pelaku tadi bisa memberikan dampak mengurangi bahkan bisa hilangnya reputasi *online shop* itu sendiri. Serta dampak buruk yang lain yaitu akun *online shop* tersebut bisa menjadi sasaran untuk melakukan tipuan pada masyarakat yang kurang teliti dan mudah percaya pada banyaknya jumlah *followers* yang mengikuti akun tersebut.

Kemudian terkait perihal kerugian maka ada yang lain, yaitu jika seseorang pengguna membeli *followers* aktif, maka ada sebuah konsekuensi yang harus ditanggung. Konsekuensinya adalah seorang *followers* aktif akan meng-*unfollow*, karena di sini *followers* aktif yang dibeli itu jika pengguna tersebut menyadari bahwasanya akun pribadinya tiba-tiba mengikuti akun pengguna orang lain yang tidak dikenal dan tidak mereka inginkan maka secara otomatis seorang pengguna tersebut akan seketika berhenti atau meng-*unfollow* akun tersebut. Berdasarkan analisis penulis perihal jual beli *followers* tidaklah sah. Mengapa demikian, karena adanya syarat-syarat yang tidak terpenuhi dan juga adanya unsur-unsur ketidakpastian (*gharar*) serta adanya unsur (*mudharat*).

## 2. Analisis Tinjauan Akad Salam Terhadap Objek Jual Beli *Followers* Media Sosial Instagram

Di dalam Fikih Muamalah sudah dijelaskan bahwasanya jual beli *followers* itu termasuk menggunakan akad *salam*, karena pada dasarnya transaksi jual beli *followers* itu pembayarannya dilakukan di awal kemudian untuk *followers* sendiri akan masuk hari itu juga namun membutuhkan waktu beberapa jam. Dalam praktiknya, jual beli *followers* media sosial Instagram bisa diketahui bahwasanya seorang penjual tidak menjelaskan secara rinci tentang pengguna atau objek akun-akun *followers* yang akan digunakan tersebut adalah milik sendiri atau bukan milik sendiri seorang pengguna. Bahkan beberapa penjual ada yang menjual dengan cara terang-terangan di deskripsi profil jualan mereka, di mana akun pengguna tersebut berasal dari dalam ataupun luar negeri. Hal ini sudah jelas, bahwasanya penjual tidak mempunyai hak dalam mengetahui secara nyata jika seorang penjual tersebut tidak mempunyai ijin

dan hak yang bertujuan untuk mengendalikan akun orang lain tanpa diketahui oleh seorang pemilik akun itu sendiri.

Kemudian perihal tentang jenis jual beli *followers* aktif (*real human*) yang ditujukan untuk pengguna milik orang Indonesia ataupun pengguna orang luar negeri, di sini sama saja penjual melanggar privasi yang bertujuan untuk mengendalikan akun-akun itu, di mana untuk tujuan mem-*follow* akun pembeli tanpa seizin pengguna akun. Hal ini tentu pengguna tersebut belum pasti apakah akan berkehendak atau sukarela oleh pengguna tersebut atau malah tidak berkehendak sama sekali. Di sini dikatakan, walaupun penjual tidak melakukan tata cara atau langkah-langkah retas atau melakukan *hack* pada akun pengguna itu, tetapi dengan bertambahnya akun tersebut untuk mem-*follow* akun-akun milik pembeli tanpa diketahui oleh pemilik akun, maka di sini sama saja yaitu melanggar aturan *privasi* pengguna lain dan melanggar syarat-syarat yang ada di akad *salam* yang mana dikatakan dalam syarat-syarat bagian syarat barang yaitu, jika dalam jual beli haruslah jelas asal-usul barang spesifikasinya.

Di sini objek yang di jual belikan itu bukan sepenuhnya barang milik penjual itu sendiri, dikarenakan objek *followers* yang dibuat untuk jual beli adalah sifatnya hanya sementara. Hal yang bisa terjadi adalah pemilik akun bisa melakukan langkah atau tindakan yaitu me-*unfollow* sesuka hati. Perihal waktunya, saat pengguna tersebut sadar bahwa akunnya melakukan *follow* milik pengguna akun lain yang tidak mereka kenal dengan cara yang otomatis. Jika memperhatikan dari sisi manfaat, maka jual beli ini lebih cenderung tidak ada manfaatnya, walaupun ada manfaat akan tetapi sangat sedikit sekali bahkan lebih cenderung mengandung aspek *mudharat*. Yang mana bisa digunakan untuk melakukan hal-hal yang curang, yang pada akhirnya tidak bisa mengajak pada *amar ma'ruf nahi munkar* (saling merangkul untuk menggapai kebaikan), dan juga menggapai wujud yaitu *kemaslahatan* dan terhindarkan diri sendiri pada *kemafsadatan*. Walaupun jual beli *followers* ada manfaatnya, akan tetapi sifatnya hanya sementara saja, bahkan bisa mengakibatkan timbulnya penipuan yang bisa merugikan pengguna lain, masyarakat, serta konsumen yang melakukan transaksi tersebut.

Dalam transaksi jual beli followers Instagram memang objek yang diperjual belikan tidaklah terlihat atau tidak nyata. Akan tetapi untuk perihal hasil di akhir, objek followers tersebut bisa masuk di dalam akun milik pembeli berupa bertambahnya akun followers-nya setelah selesai melakukan pembayaran. Menurut Analisa saya, sesuai dengan rukun dan syarat akad salam, sebenarnya sudah masuk perihal rukun dan syarat seperti: adanya pembeli, adanya penjual, kemudian modal atau uang, lalu barang yang diperjual belikan, serta mencantumkan ijab dan Kabul.

Hal ini diperkuat oleh pendapat para ulama seperti Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah, bahwasanya dalam jual beli *salam* dibolehkan dikarenakan atas suatu dasar kebiasaan-kebiasaan manusia terhadap syarat dan ketentuan tertentu. Begitu pula dalam transaksi jual beli *followers* ini, karena sistemnya bisa pesan dahulu dan pembayarannya bisa melalui transfer bank, sehingga bisa memudahkan pembeli yang ingin melakukan transaksi. Dalam jual beli *followers*, adanya objek *followers* yang bisa berkurang bahkan hilang yang tidak bisa tetap pada awal transaksi menyebabkan jual beli ini menjadi tidak sah. Terlebih penjual juga tidak menjelaskan secara jelas dan detail saat awal transaksi berlangsung. Dalam hal ini pembeli merasa dirugikan, belum lagi ketika ingin *refund* atau komplain belum pasti akan digantikan oleh milik penjual. Maka objek jual beli *followers* ini hukumnya adalah tidak sah.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan fokus permasalahan yang dilakukan oleh peneliti terhadap rumusan masalah mengenai jual beli *followers*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, Dalam rukun dan syarat yang sudah ditetapkan pada akad *salam* tersebut tidak terpenuhi. Dimana dalam objek yang dijual belikan tidak jelas wujud maupun status kepemilikan objek tersebut bukanlah milik seutuhnya seorang penjual serta tidak adanya ijin dari seorang pemilik pengguna akun. Kemudian pada praktiknya saat melakukannya di lapangan jual beli *followers* pada aplikasi Instagram, barang tersebut belum jelas apakah sepenuhnya milik penjual atau milik orang lain. Sebab *followers* ketika mengalami kenaikan jeda waktunya itu berlangsung cepat, dan ketika di periksa ada nama-nama yang tidak jelas. Jadi dalam penerapannya jual beli *followers* Instagram status kepemilikannya suatu barang

memang sangat tidak jelas dan seorang penjual tidak juga memberikan informasi secara detail dan jelas sejak dari awal.

*Kedua*, Untuk objek *followers*, di sini ada yang menjual dengan akun pasif atau *bot*. Hal inilah yang akan merugikan pihak pembeli. Bisa dikatakan demikian, karena akun *followers* pasif atau *bot* adalah akun *followers* yang tidak akan bisa memenuhi aktivitasnya seperti akun pengguna *followers* seperti umumnya. Dikarenakan *followers* tersebut memang akun pasif atau robot yang tidak bisa melakukan apa-apa serta sifatnya hanya sementara. Dalam tinjauan akad *salam* terdapat objek jual beli *followers* ini hukumnya adalah tidak sah. Karena objek *followers* yang bisa berkurang baik aktif atau pasif setelah beberapa bulan melakukan transaksi. Maka hal ini bisa merugikan pihak pembeli itu sendiri. Terlebih pembeli tidak bisa melakukan *refund* atau komplain kepada penjual. Pada saat transaksi jual beli ini, tentu pembeli merasa di bohongi oleh seorang penjual yang bisa disimpulkan mengandung unsur *mudharat*.

Maka adanya penelitian ini agar bisa melindungi *costumer* serta bisa melakukan transaksi jual beli yang sesuai dengan sayriat Islam dan Fikih Muamalah. Serta bisa membuka wawasan luas bagi masyarakat khususnya kaum muda dan pebisnis yang ingin melakukan transaksi jual beli *followers* Instagram ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin Dkk, Zaenal. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Zabags Qu Publish, 2015.
- Al-Jauziyah, Ibnu Qayyim. *Zadul Ma'ad: Panduan Lengkap Meraih Kebahagiaan Dunia Akhirat #4*. Pustaka Al-Kautsar, t.t.
- Al-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu, Jilid 5*. Vol. Jilid 5. Damaskus, 1963.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an (LPMQ), 2004.
- Dimyauddin, Djuwaini. *Pengantar Fikih Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai macam transaksi dalam Islam (fiqh muamalat)*. RajaGrafindo Persada, 2003.
- Jannah, Miftahul, Muslimin, Muhammad Iqbal Abdullah, Darman, Jurana NS, dan Munawarah. *Followers Digital The Digital Asset Kajian Fenomenologi pada Pelaku Umkm*. Penerbit Peneleh, 2023.
- Jannah, Miftakhul. *Followers Are The Digital Asset*. 1 ed. Kota Malang: Penerbit Peneleh, 2023.
- Kustiyahningsih, Yeni, Devie Rosa Anamisa, Muhammad Hasbunallah, Eza Rahmanita, dan Jaka Purnama. *Pemanfaatan Media Sosial dan Market Place: Untuk Meningkatkan Produk Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid -19*. Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2022.
- M.A, Prof Dr H. Abd Rahman Ghazaly. *Fiqh Muamalat*. Prenada Media, 2016.
- Mohammad. Hasil Wawancara Online, 29 Maret 2024.
- M.Si, Dr Drs Ismail Nurdin, dan Dra Sri Hartati M.Si. *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Muslich, Ahmad Wardi. *Fiqh Muamalah*. 1 ed. Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2017.
- Mutiara, Devi. "Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Kota Metro." *Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro*, 2020.
- Rahman, Taufiqur. *Buku Ajar Fiqih Muamalah Kontemporer*. Academia Publication, 2021.

Rohani, Nanda Fitria. "Tinjauan Fatwa DSN-MUI Terhadap Jual Beli Followers Instagram." *Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.*, 2023.

Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunnah*. Jilid 5. E-Book. 1983, t.t.

Safrida. "Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli." *Mizan: Journal of Islamic Law* 4, no. 1 (13 Juni 2018). <https://doi.org/10.32507/mizan.v4i1.177>.

Vy, Ratna, Putri, Haarysalf, Nadilah. *30 Fatwa MUI Menjawab Problematika Kehidupan*. Guepedia, t.t.



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).