

Tinjauan Hukum Perjanjian Syariah Terhadap Jual Beli Account Instagram

Anifayaqun Nisa Shahab

Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Email : ichashahab1495@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses jual beli *account* instagram di tinjau dari hukum perjanjian syariah terhadap jual beli *account* instagram tersebut. Jenis penelitian ini termasuk penelitian normatif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, prosedur transaksi jual beli *account* melalui instagram dilakukan dengan cara mempromosikan *account* melalui sosial media berupa instagram, kemudian menunggu respon dari konsumen untuk membeli *account* tersebut. Transaksi yang dilakukan ada 2 metode yaitu secara langsung, yaitu bertemunya pembeli dan penjual dan secara tidak langsung, yaitu melalui *online* dimana transaksi dilakukan secara *online*, namun cara kedua ini rentan terhadap penipuan. Kedua objek jual beli *account* ini juga memiliki kecacatan yang tidak diketahui oleh pembeli dimana terjadi percampuran *followers* aktif dengan *followers* pasif terhadap objek jual beli *account* instagram. Didalam hukum perjanjian syariah jual beli ini dinamakan *tadlis* karena salah satu pihak tidak mengetahui adanya percampuran tersebut.

Kata Kunci: Perjanjian, jual beli, instagram.

Pendahuluan

Islam merupakan ajaran Allah yang bersifat *universal* yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia. Manusia sebagai makhluk sosial dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, baik secara materil maupun secara spiritual selalu berhubungan antara satu dengan yang lainnya.¹

Salah satu yang diatur dalam agama Islam adalah muamalah. Muamalah adalah semua hukum syariat yang bersangkutan dengan urusan duniawi, dengan memandang kelanjutan hidup seseorang, seperti jual-beli, tukar menukar pinjam-meminjam, beri memberi, dan lain sebagainya. Dewasa ini, peranan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi telah menempatkan pada posisi yang amat strategis karena menghadirkan suatu dunia tanpa batas, jarak, ruang dan waktu. Pengaruh globalisasi dengan penggunaan sarana teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola hidup masyarakat, dan berkembang dalam

¹ Ismaili Nawaai, *Fiqh Muamalah (Klasik dan Modern)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 6.

tatanan kehidupan baru serta mendorong terjadinya perubahan sosial, ekonomi, budaya, keamanan dan penegakan hukum².

Transaksi jual beli terjadi karena adanya kerelaan antara penjual dan pembeli untuk saling tukar menukar antara barang dan uang. Adapun rukun jual beli menurut jumhur ulama ada empat yaitu: para pihak, shighat, dan objek yang diperjual belikan³. Syarat sahnya jual beli yang menyangkut subjek jual beli, yaitu penjual dan pembeli harus : Berakal Sehat, Dengan kehendaknya sendiri (tidak dipaksa), Keduanya tidak mubazir dan Baligh. Syarat sahnya yang menyangkut objek jual beli adalah sebagai berikut : Bersih barangnya, Dapat dimanfaatkan, Milik orang yang melakukan akad, Mampu menyerahkan, dan Barang yang diakadkan ada ditangan.

Dengan kemajuan informasi dan teknologi ini pula yang mendorong berbagai sektor bisnis atau perdagangan untuk beralih dari yang pada awalnya menggunakan semua dengan manual berganti dengan sistem komputerisasi, baik dalam produksi hingga distribusi. Media dalam internet sangatlah beragam, ada yang dengan membuat *website* untuk memasarkan produknya ataupun ada yang menggunakan media sosial. Media sosial seperti facebook, instagram, path, line, whatsapp, BBM, twitter saat ini sangat mempengaruhi perkembangan teknologi informasi di Indonesia. Media sosial yang awalnya hanya untuk kepentingan pribadi atau biasa digunakan untuk bersosialisasi, namun kini sudah mengarah pada suatu transaksi bisnis berupa jual beli.

Dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 17 tentang penyelenggaraan transaksi elektronik menyatakan bahwa “*Para pihak yang melakukan transaksi elektronik wajib beritikad baik dalam melakukan transaksi*”. Pada Pasal 18 juga menunjukkan bahwa “*setiap transaksi yang dilakukan di dunia maya harus dapat dipertanggungjawabkan*”. Sehingga, tidak terjadi kerugian bagi para pihak yang melakukan transaksi.

Jual beli di berbagai media sosial sudah menjadi hal yang lumrah di kehidupan masyarakat Indonesia saat ini. Salah satunya yakni di media sosial berupa instagram. Di instagram foto objek yang diperjual belikan dapat diekspos dengan cepat sampai ribuan orang dapat mengaksesnya. Jumlah *followers account* instagram sendiri mempengaruhi gaya tarik dari pihak pembeli . Banyaknya *followers* dapat menaikkan ego dan rasa percaya diri pemilik *account*. Dengan kata lain, jumlah *followers* sebuah *account* menjadi barometer nilai tingkat pengaruh dan popularitas *account* tersebut. Jual beli *follower account* diberbagai sosial media mulai diminati oleh semua kalangan yang mempunyai *account* instagram, khususnya dari kalangan anak muda sekarang ini. fenomena tersebut lagi-lagi menjadi peluang para pelaku usaha untuk mendapatkan sejumlah keuntungan, yaitu dengan cara menjual *followers* di media sosial.

Tidak hanya *followers, account* instagram juga di perjual belikan oleh pelaku usaha karena mempunyai nilai jual tersendiri dari tiap *account* tersebut. Setiap *account* yang mempunyai *followers* terbanyak akan memiliki nilai jual yang sesuai dengan tingkat *followers* yang ada dalam *account* tersebut, contohnya yaitu *account* instagram dengan *folowers* 10k dijual dengan harga Rp.800.000, 9k dijual dengan harga Rp.750.000, 8k

² Siswanto Sunarso, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 39.

³ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 71.

dijual dengan harga Rp.650.000, 7k dijual dengan harga Rp.550.000 dan seterusnya.⁴ Tidak hanya itu *account* instagram yang lebih murah juga dapat ditemukan diberbagai penjualan *account* instagram yang ada di sosial media berupa instagram ini. Tidak sedikit masyarakat yang tidak membeli *account* instagram ini karena setiap pengguna sosial media khususnya pengguna instagram ingin memiliki *followers* terbanyak diantara teman-teman lainnya yang menggunakan sosial media berupa instagram.

Setiap orang yang membeli *account* instagram rata-rata memiliki kepentingan dan pemanfaatannya tersendiri. Diantaranya yakni ada yang memanfaatkan *account* instagram tersebut dengan melakukan usaha jual beli *online* yang memudahkan para pelaku usaha *online* tersebut untuk mempromosikan barang dagangannya, melakukan tawar-menawar, memudahkan transaksi penjualan terhadap barang dagangannya, sehingga setiap promosi yang dilakukan dapat di lihat oleh seluruh *followers* dari *account* instagram tersebut. Selain itu ada juga seseorang yang membeli *account* instagram dengan memanfaatkan hanya untuk dirinya sendiri karena memang ingin mempunyai *followers* yang banyak sehingga dapat meningkatkan popularitas atau bahkan demi meningkatkan rasa percaya diri mereka, biasanya hal ini terjadi pada kaum hawa. Dengan ini pembeli *account* instagram dapat memanfaatkan *account* mereka dengan hal-hal yang positif.

Setiap transaksi jual beli, pembeli dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan sedangkan penjual akan mendapat keuntungan untuk biaya hidupnya. Tidak banyak juga pelaku usaha yang mempunyai niat jelek dalam melakukan transaksi jual beli. Problematika yang pernah terjadi dalam jual beli *account* instagram ini yaitu penipuan oleh pelaku usaha. Mereka tidak bertanggung jawab atas penjualan yang telah dilakukan setelah menerima pengiriman uang via ATM. Pihak pembeli yang merasa dirugikan tidak bisa menuntut karena telah diblokir oleh *account* yang biasanya digunakan oleh pelaku usaha. Objek jual beli juga terdapat percampuran didalamnya yang tidak dikethaui oleh pihak pembeli. Dengan demikian, setiap masyarakat yang ingin membeli *account* instagram dengan *followers* yang menarik, harus berhati-hati dan jangan langsung percaya dengan jumlah *followers* atau tawaran dari pelaku usaha sebelum meneliti *account* penjualan tersebut atau bertanya kepada orang yang sudah pernah melakukannya.

Dalam proses penyerahan barang dan pembayarannya terdapat dua cara yaitu: (1) Bertemu secara langsung atau bertatap muka antara pihak pembeli dengan pihak penjual. Hal ini dilakukan karena terdapat kekhawatiran jika terjadi penipuan kedepannya baik dari penjual maupun pembeli, (2) Dengan tidak bertemu langsung. Pihak pembeli akan menghubungi pihak penjual sesuai dengan nomor yang tertera dalam akun jual beli instagram, setelah terjadi kesepakatan harga, pembeli cukup percaya sepenuhnya kepada pihak penjual tanpa harus bertemu langsung. Hal seperti inilah yang mengakibatkan sering terjadinya penipuan dan merugikan pihak pembeli.

Pelaku usaha jual beli *account* instagram juga tidak sepenuhnya memiliki hak atas *followers* yang terdapat dalam setiap *account*, karena pada dasarnya setiap orang hanya bisa memiliki 1 *account* instagram dan maksimalnya 2 – 4 *account* instagram. Jadi setiap *followers* yang terdapat pada *account* instagram mempunyai ketidak jelasan terhadap *account* siapa saja yang terdapat dalam *followers* tersebut.

⁴ www.instagram.com, Akun Promot Jualan. Diakses pada tanggal 04 November 2017.

Jual beli ialah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan Syara' dan disepakati.⁵ Oleh karena itu jual beli telah dianjurkan dalam agama Islam dan ditegaskan dalam firman Allah SWT sebagai berikut:

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

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”(an-Nisa: 29)⁶

Sesuai dengan ayat di atas, telah di jelaskan bahwasanya setiap orang tidak diperbolehkan memakan harta sesama dengan jalan yang batil atau dengan jalan yang salah seperti halnya menipu orang untuk kepentingannya sendiri. Dalam pandangan hukum sudah sangat jelas perbuatan ini termasuk dalam perbuatan yang melawan hukum dan dapat di kenai sanksi pidana, sedangkan dalam pandangan hukum perjanjian syariah perbuatan tersebut tidak diperbolehkan karena melanggar aturan kesepakatan yang telah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, penulis ingin membahas dan meneliti tentang “Tinjauan Hukum Perjanjian Syariah Terhadap Jual Beli Account Instagram”

Metode Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dimana peneliti ini menggunakan bahan-bahan tertulis sebagai bahan untuk menelaah fakta yang terjadi dalam penelitian ini. Dikaji berdasarkan KUHPerdata Buku III tentang Perjanjian Kontrak dan KHES Buku II tentang Akad.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah antara lain pendekatan perundang-undangan (*statue approach*), Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dan pendekatan konseptual (*conseptual approach*), peneliti mengkaji pandangan menurut Buku III tentang Perjanjian Kontrak dan Buku II tentang Akad berdasarkan konsep jual beli perjanjian syariah.

Bahan hukum yang digunakan adalah penelitian ini adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Adapun dalam penelitian hukum normatif bahan hukum merupakan bahan dasar yang dalam ilmu penelitian umumnya disebut bahan hukum primer dan sekunder.⁷ Adapun bahan hukum primer didapat langsung dari sumber kepustakaan seperti KUHPerdata Buku III tentang Perjanjian Kontrak dan KHES Buku II tentang Akad, yaitu selama penulis mengadakan penelitian melalui media *internet* yang menyediakan seluruh data terkait jual beli *account* sosial media berupa instagram. Sedangkan bahan hukum sekunder dalam penelitian ini menggunakan buku-buku hukum perjanjian syariah yang membahas tentang bagaimana melakukan perjanjian yang sesuai dengan prinsip-

⁵ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 68.

⁶ Q.S An-Nisa': 29. Al-Qur'an dan Terjemahnya. Departemen Agama Indonesia, 107.

⁷ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif* (Jakarta: Rajawali Press, 2006), 24.

prinsip syariah, dan buku-buku fiqh muamalah yang membahas tentang bagaimana transaksi jual beli yang harus di lakukan sesuai dengan rukun dan syaratnya serta buku-buku metode penelitian.

Metode pengolahan bahan hukum dalam bagian ini dijelaskan urutan kerja, alat, dan cara pengumpulan bahan hukum primer maupun sekunder yang disesuaikan dengan pendekatan penelitian, karena masing-masing pendekatan memiliki prosedur dan teknik yang berbeda. Metode pengumpulan bahan hukum primer dalam penelitian normatif antara lain dengan melakukan penentuan bahan hukum, inventarisasi bahan hukum yang relevan dan pengkajian bahan hukum⁸.

Tekhnik pengolahan bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data sedemikian rupa sehingga data dan bahan hukum tersebut tersaji secara proporsional dan sistematis. Dengan melakukan pemeriksaan data (*editing*) dimana data yang diperoleh diperiksa kembali apakah memang sudah sesuai dengan judul dan rumusan masalah yang ada. Pemeriksaan kembali data-data yang diperoleh terutama dari kelengkapan-kelengkapan, kejelasan makna, kesesuaian serta relevansinya dengan kelompok data yang lain. Pada tahap klarifikasi (*classifying*) yaitu setelah data selesai diedit, maka tahap selanjutnya yang penulis lakukan adalah mereduksi data yang ada dengan cara menyusun dan mengklarifikasikan data yang diperoleh kedalam pola tertentu, atau permasalahan tertentu untuk mempermudah pembahasannya. Yaitu berdasarkan pertanyaan dalam rumusan masalah, sehingga data-data yang diperoleh sesuai dengan apa yang dibutuhkan dalam penelitian. Sehingga penulis mengetahui mana data yang dirasa perlu dan bisa dimasukkan kedalam tinjauan pustaka dan data-data yang menurut penulis memang tidak memenuhi syarat untuk dijadikan pembahasan dalam tinjauan pustaka.

Pada tahap *verifying*, dalam penelitian ini, peneliti akan membuka kembali informasi yang didapat dari berbagai macam sumber seperti KUHPerdata Buku III tentang Perjanjian Kontrak dan KHES Buku II tentang Akad, buku-buku maupun internet yang kemudian dapat diperiksa kembali catatan-catatan tersebut agar validitasnya dapat diakui oleh pembaca. Pada tahap *analyzing*, peneliti menggambarkan secara jelas tentang prosedur jual beli *account* instagram lalu melakukan analisis atas dokumen-dokumen tersebut dengan menggunakan teori-teori jual beli yang telah dipaparkan sebelumnya, hal ini dilakukan untuk memberikan pemahaman apakah data-data penelitian yang telah terkumpul memiliki relevansi dengan teori-teori yang ada. Pada tahap *concluding*, yaitu tahap terakhir dimana peneliti melakukan pengambilan kesimpulan dari proses penelitian yang menghasilkan suatu jawaban dari pertanyaan peneliti yang ada dalam rumusan masalah.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Prosedur Transaksi Jual Beli Account Instagram

Instagram adalah salah satu sosial media yang tidak jarang digunakan oleh kalangan penikmat sosmed dimana instagram itu sendiri dapat diartikan sebagai aplikasi untuk *photo-sharing* dan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan penggunaanya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital agar foto yang akan di posting dapat terlihat

⁸ Peter Muhammad Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 43.

semakin menarik, dan berbagi hasilnya melalui berbagai layanan sosial media seperti *facebook, twitter* dll.⁹

Dalam sosial media instagram tidak hanya dapat memfosting foto, melainkan juga dapat memfosting video ataupun berbagi cerita dalam kegiatan sehari-hari kita sendiri. Pengguna sosial media instagram juga dapat berkomunikasi melalui pesan (DM) atau saling mengomentari unggahan yang di unggah, misalnya ketika saya mengunggah foto kemudian salah satu dari *followers* mengomentari foto tersebut dan saya juga dapat berkomentar balik atau memberikan *like*. Dalam perkembangannya sosial media instagram tidak hanya digunakan untuk saling berkomunikasi antara sesama pengguna instagram, melainkan juga dapat dijadikan sebagai peluang bisnis bagi para pebisnis yang ingin melakukan bisnis jual beli *online*. Tidak sedikit dari pengguna sosial media instagram yang menjadikan *account* instagramnya sebagai *account* instagram *online-shop* karena memang lebih mudah dan tidak mengeluarkan biaya.

Account instagram itu sendiri terdapat dua perbedaan diantaranya *account* instagram resmi milik diri pribadi dan *account* instagram *online-shop*. *Account* instagram milik pribadi adalah instagram yang digunakan untuk berkomunikasi dengan *followers* yang terdapat dalam *account* tersebut, memfosting foto pribadi atau berbagi cerita pribadi dan kemudian akan dilihat oleh para *followers* pengguna *account* tersebut. Sedangkan *account* instagram *online-shop* adalah media berbasis pada suatu kegiatan ekonomi, bisnis, maupun promosi yang dapat menghasilkan berupa materi. Dalam postingannya cenderung mengarahkan ketertarikan terhadap barang yang dijualnya. Dan dari kedua *account* tersebut tidak lepas dari pentingnya sebuah *followers*.

Followers merupakan pengikut dari *account* instagram. *Followers* bisa kita dapatkan sendiri secara manual dengan cara mengikuti *account* instagram seseorang dari pengguna sosial media instagram kemudian menunggu respon dari akun tersebut apakah diterima atau tidak. *Account* instagram yang telah diikuti oleh *account* instagram orang lain itu dapat menerima atau menolak akun tersebut, dan biasanya butuh waktu beberapa hari untuk dapat diterima oleh pengguna *account* yang telah kita *follow* (ikuti).

Perkembangan era globalisasi menciptakan adanya ide maupun kreatifitas dalam bersosial media, hal ini yang memberikan dampak signifikan dalam perkembangan *followers*. Ada dua macam *followers* yang terdapat dari sebuah *account* instagram yaitu *real followers* (aktif) dan *unreal followers* (pasif). *Real followers* (aktif) adalah *followers* yang aktif melakukan kegiatan dalam sosial media berupa instagram misalnya memberikan *like*, komentar ataupun memberikan pesan, sedangkan *unreal followers* (pasif) adalah *followers* yang bersifat pasif artinya dalam hal ini tidak bisa melakukan kegiatan sosial media. Untuk mengetahui *followers* tersebut aktif maupun pasif dapat di lihat dengan terdapat ciri-ciri diantaranya:¹⁰ *followers* aktif: (1) *Account* asli orang Indonesia, (2) Bisa beraktifitas *like*, *comment*, *follow*, *unfollow*, *block* dll, (3) Jumlah *followers* bisa turun karena aktivitas *unfollow* atau *block*, (4) cocok untuk menjaring calon konsumen atau menambah teman di sosial media. Sedangkan *followers* pasif: (1) *Account* robot atau bule

⁹ Kjell H. Landsverk, *The Instagram Handbook*, alih bahasa Gita Haris (PrimeHead Limited: United Kingdom, 2014), h. 19.

¹⁰ <http://therealfollowersindonesia.blogspot.co.id/2016/12/perbedaan-followers-aktif-dan-pasif.html> diakses pada tanggal 04-04-2018.

(luar Indonesia), (2) tidak ada aktivitas *like, comment, follow, unfollow, block* dll, (3) Khusus *followers* pasif jumlah cenderung stabil, (4) Jumlah bisa turun karena pembersihan *account* pasif oleh instagram, (5) Cocok untuk meningkatkan kepercayaan konsumen pada *online shop* atau membuat *account* IG eksis.

Dalam perkembangannya *account* jual beli *online-shop* kini berubah menjadi *account* jual beli instagram dimana tiap *account* instagram yang diperjualbelikan mempunyai banyak *followers*, hal ini menjadikan daya tarik tersendiri bagi pengguna sosial media berupa instagram. Tidak sedikit dari pengguna sosial media instagram yang ingin memiliki banyak *followers* terutama dikalangan anak muda dan khususnya kaum hawa. Karena jika memiliki banyak *followers* dari sebuah *account* instagram akan menjadi daya tarik tersendiri dan membuat pemilik *account* tersebut lebih bisa menaikkan ego dan memiliki rasa percaya diri yang tinggi.

Peluang bisnis pun bisa didapatkan dengan cara jual beli *account* instagram dimana harga-harga yang ditawarkan akan sesuai dengan banyaknya *followers* dari *account* tersebut. Untuk proses transaksinya bisa dilakukan dengan dua cara yang pertama dengan bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli, cara ini lebih aman dilakukan untuk menghindari adanya penipuan. Sedangkan cara yang kedua yaitu melalui *online* dimana pembeli mentransfer biaya transaksi yang telah di sepakati kepada penjual, kemudian setelah menerima uang penjual akan memberikan alamat email dan password dari *account* instagram yang diperjual belikan.

Namun biasanya cara yang kedua ini cenderung mengalami kecacatan terkait kesepakatan yang dilakukan tidak sesuai dengan objek yang dibeli, karena adanya pengurangan kualitas, hal ini sering terjadi dan kebanyakan pembeli mengetahuinya setelah transaksi dilakukan. Transaksi ini juga beresiko adanya penipuan dan merugikan salah satu pihak, biasanya pihak yang dirugikan adalah pembeli. Didalam salah satu asas-asas perjanjian telah di jelaskan yakni asas (*al-'adalah*) keadilan bahwa perjanjian harus senantiasa mendatangkan keuntungan yang adil dan seimbang, serta tidak boleh mendatangkan kerugian bagi salah satu pihak.¹¹

Artinya setiap perjanjian jual beli yang dilakukan sebelum melakukan transaksi harus dilakukan secara adil agar dapat menghindari adanya penipuan atau kerugian bagi pihak yang merasa dirugikan, karena pihak lainnya yang memang tidak bertanggung jawab atas apa yang telah di lakukan.

Pandangan Hukum Perjanjian Syariah Terhadap Jual Beli Account Instagram

Menurut BW (*Burgerlijk Webtoek*) jual beli adalah suatu perjanjian bertimbang balik di mana pihak yang satu berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedangkan pihak lainnya berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut. Barang yang menjadi objek perjanjian jual beli harus cukup tertentu, setidaknya-tidaknya dapat ditentukan wujud dan jumlahnya pada saat ia akan diserahkan hak miliknya kepada si pembeli. Dengan demikian dapat dikatakan sah

¹¹ Abdul Ghofur A, *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010), 32.

menurut hukum misalnya jual beli panen yang akan diperoleh pada suatu waktu dari sebidang tanah tertentu.¹²

Dengan kata lain, perjanjian jual beli adalah perjanjian dimana salah satu pihak berjanji akan menyerahkan barang obyek jual beli sementara pihak lain berjanji akan menyerahkan harganya sesuai dengan kesepakatan di antara keduanya. Sedangkan menurut pengertian syariat, yang dimaksud dengan jual beli adalah pertukaran harta atas dasar saling rela atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan (yaitu berupa alat tukar yang sah).¹³

Dalam persoalan muamalah Islam lebih hanya memberikan pola-pola dan kaidah-kaidah umum dibandingkan memberikan jenis dan bentuk muamalah secara terperinci. Asas muamalah adalah boleh selama tidak ada dalil yang melarangnya, atas dasar ini jenis dan bentuk muamalah yang kreasi dan perkembangannya diserahkan sepenuhnya kepada para ahli di bidang tersebut. Dalam persoalan-persoalan muamalah yang dipentingkan adalah substansi makna yang terkandung dalam bentuk muamalah serta sasaran yang akan dicapainya. Jika muamalah yang dilakukan dan dikembangkan sesuai dengan makna yang dikehendaki oleh *syara'* dan bertujuan untuk kemaslahatan manusia dan meninggalkan kemudharatan dari mereka, maka jenis muamalah ini dapat diterima.¹⁴

Objek akad bermacam-macam sesuai dengan bentuknya. Objek akad dalam jual beli adalah barang yang diperjual belikan dan harganya, dalam akad gadai objeknya adalah barang gadai dan utang yang diperbolehkan. Dalam akad sewa, objeknya adalah manfaat yang bisa disewa, seperti tenaga manusia, rumah, dan tanah.¹⁵ Agar suatu akad dapat dipandang sah, objeknya harus memerlukan syarat-syarat tertentu yaitu: (1) Bersih barangnya, (2) Dapat dimanfaatkan secara syar'i, (3) Milik orang yang melakukan akad, (4) Mampu menyerahkan, (5) Mengetahui barang yang akan dijual baik zat, jumlah, dan sifat, (6) Barang yang di akad kan ada di tangan.¹⁶

Dalam perdagangan jual beli *account* instagram, penyerahan barang dan metode pembayarannya terdapat dua cara yaitu: (1) Bertemu langsung atau *face to face* antara kedua belah pihak. Transaksi seperti ini lebih meminimalisir adanya penipuan ataupun kecurangan yang dilakukan antara pihak penjual dan pembeli. (2) Via *online*. Kedua pihak berkomunikasi dan bertransaksi dengan cara menghubungi alamat maupun nomor telepon yang tertera pada admin penjual. Setelah adanya kesepakatan kedua belah pihak dengan harga yang ditawarkan di iklan penjual, maka pembeli bermodal kepercayaan kepada pihak penjual tanpa harus bertemu secara langsung. Transaksi seperti ini rentan terjadi penipuan dari kedua belah pihak.

Secara teori bertransaksi *online* terlihat efisien, karena tanpa kita bertemu secara langsung, dengan kepercayaan pembeli terhadap penjual cukup melalui telepon ataupun komunikasi lainnya, dan setelah terjadi kesepakatan keduanya menjadi dasar dalam mereka bertransaksi.

¹² R. Subekti, *Aneka Perjanjian* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1995), 1.

¹³ Abdul Ghofur A, *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010), 41.

¹⁴ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), 6.

¹⁵ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalat* (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2012), 78.

¹⁶ Chairuman Pasabiru dan Suhrawardi, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, 37.

Shigat akad adalah sesuatu yang disarankan dari kedua belah pihak yang berakad yang menunjukkan atas apa yang ada di hati keduanya tentang terjadinya suatu akad. Hal ini dapat diketahui dengan ucapan, perbuatan, isyarat, dan tulisan. Shigat tersebut biasa disebut dengan *ijab dan qabul*.¹⁷ *Ijab* (ungkapan penyerahan barang) adalah yang diungkapkan lebih dahulu dan *qabul* (penerimaan) diungkapkan kemudian.¹⁸ Sighat akad yang terdiri dari *Ijab* dan *Qabul* sesungguhnya merupakan ekspresi kehendak (*iradah*) yang menggambarkan kesepakatan dan kerelaan kedua belah pihak atas hak dan kewajiban yang ditimbulkan dari perikatan akad.

Dalam transaksi jual beli *account* instagram, *Mawdu' akad* adalah tujuan akad adalah maksud dilaksanakannya suatu akad. Tujuan akad yang dibenarkan syariat adalah untuk hal-hal yang dibolehkan, disunnahkan, atau diwajibkan. Tujuan akad untuk hal-hal yang haram dilarang oleh syariat dan jika dilakukan maka akadnya menjadi haram pula (pelakunya berdosa).¹⁹

Pada prakteknya *maudu' akad* dalam praktek jual beli *account* instagram terjadi saat sighat akad itu terjadi, secara tidak langsung melalui via instagram terhadap objek akad dimana setelah terjadinya kesepakatan dan dilakukan via *online* dengan memberikan password dan id terhadap objek akad tersebut. Dalam Al-qur'an dijelaskan an-Nisa (4) 29:

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-hartakalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian.”

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syari'at. Uraian dari penjelasan ayat diatas juga menekankan bahwa dalam kegiatan jual beli apa saja dalam bentuk jual beli diperbolehkan selama didasarkan pada sikap sama-sama ridha dari kedua belah pihak dan selama tidak dilarang oleh Allah SWT.²⁰ Dalam hal ini objek jual beli sangat berpengaruh terhadap kaidah diatas, khususnya jual beli *account* instagram dengan obyek transaksi yang bersifat maya dan obyek sekarang ini sudah menjadi barang yang lazim diperjual belikan.

Dalam hal ini objek jual beli sangat berpengaruh terhadap kaidah diatas, khususnya jual beli *account* instagram dengan obyek transaksi yang bersifat maya dan obyek sekarang ini sudah menjadi barang yang lazim diperjual belikan. Kesepakatan dalam jual beli terdapat kewajiban dari penjual maupun pembeli yang harus dipenuhi oleh pihak-pihak yang berakad, seperti perjanjian jual beli *account* instagram ini menyebabkan masing-masing pihak mempunyai hak dan kewajiban secara timbal balik juga, antara lain: hak dan kewajiban pihak pembeli: (1) Wajib menyerahkan uang pembelian yang besarnya sesuai dengan kesepakatan, (2) Berhak menerima penyerahan barang obyek perjanjian jual beli. Hak dan kewajiban pihak penjual: (1) Wajib menyerahkan barang kepada pembeli sesuai

¹⁷ Ad-Dasuki, *Syarh Al-Kabir Li Ad-Dawir wa Hasbiyatuh*, juz III, 3.

¹⁸ Abdul Ghofur A., *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia*. 41.

¹⁹ Abdulahanaa, *Kaidah-Kaidah Kebsahan Multi Akad*. 28-30.

²⁰ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 237.

dengan kesepakatan yang telah dibuat, (2) Wajib menanggung barang apabila barang ada yang cacat, (3) Berhak menerima uang pembayaran.

Dengan demikian jika salah satu pihak gagal memenuhi kewajibannya, maka ia berada dalam kondisi wanprestasi. Dalam konteks KUHPerdata adanya wanprestasi menyebabkan adanya tuntutan ganti kerugian, maupun pemutusan perjanjian jual beli. Begitu juga dalam perjanjian jual beli menurut hukum Islam, hanya saja dalam hukum Islam tidak diperkenankan menuntut ganti rugi berupa bunga dan nilai perkiraan besarnya keuntungan yang sedianya akan diperoleh dalam hal tidak terjadi wanprestasi salah satu pihak.²¹

Pada pembahasan sebelumnya telah dijelaskan bahwa jual beli *account* instagram ini adalah untuk kepentingan bisnis seperti *online-shop* dan publisitas yang nantinya akan diperoleh manfaat berupa duniawi. akun *followers unrel* adalah *followers* yang tidak bisa melakukan aktifitas seperti *followers* pada umumnya karena dia bersifat pasif. Hal ini tentunya akan memberikan dampak yang signifikan terhadap pihak pembeli maupun pelaku bisnis, karena tidak bisa mengambil manfaat dari objek jual beli tersebut. Tentunya ini akan merugikan bagi pihak pembeli karena tidak dapat memanfaatkan obyek yang telah dibeli.

Dari pemaparan diatas dari sudut pandang obyek transaksi yang diperjualbelikan terdapat ketidakjelasan mengenai kadar, kualitas dari obyek tersebut karena ada percampuran dalam obyeknya yakni percampuran antara *followers* aktif dengan *followers* pasif. Walaupun dalam praktiknya sudah ada kesepakatan di awal namun pada kenyataannya salah satu pihak ada yang dirugikan dan dari pihak penjual juga terkesan memanipulasi barang yang dijualnya. Dalam Hadits dijelaskan:²²

وَقَدْ نَهَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْمُضْطَرِّ وَبَيْعِ الرَّوْبِيعِ أَنْ تُدْرِكَ
الْثَّمَرَةَ قَبْلَ

Artinya: Dan Nabi SAW telah benar-benar melarang jual beli yang membahayakan, jual beli spekulatif, dan jual beli buah sebelum jelas kualitasnya. (H.R Abu Dawud).²³

Dalam hadits di atas dijelaskan bahwa barang yang telah tercampur dan tidak diketahui oleh pembeli maka erat dengan penipuan, karena ada pengurangan dari kualitas obyek transaksi dan tidak ada dalil yang membolehkannya. Jual beli yang keluar dari ketentuan syara' harus ditolak atau tidak dianggap, baik dalam muamalat maupun ibadah.

Dari analisa diatas ada ketidaksesuaian terhadap syarat terhadap rukunnya yaitu *ma'qud 'alaih* dalam kaidah fiqhiyah. Jual beli *account* instagram tidak memenuhi *ma'qud 'alaih* karena ada ketidakjelasan terhadap kadar maupun kualitas dari barang tersebut, maka jual beli tersebut menjadi rusak (*fasid*). Dan ketika objek penjualan yang telah tercampur antara *followers* aktif dengan *followers* pasif, sedangkan pihak pembeli tidak mengetahuinya maka jual beli tersebut dikatakan sebagai jual beli *tadlis*, dimana salah satu pihak tidak mengetahui objek jual beli yang diperjualbelikan.

²¹ Abdul Ghofur A., *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia*. 47.

²² Abu Dawud, "Sunan Abu Dawud", Hadith no. 2932. Kitab: *Al-Buyu'*, Bab: *Fi Ba'i al-Gharar* dalam *Mausu'ah al-Hadis al-Syarif*. Ahmad "Musnad Ahmad" Hadith no 893 edisi ke-2 (t.tp: Global Islamic Software Company, 1997), 4441.

²³ Suqiyah Musafa'ah, *Hadith Hukum Ekonomi Islam* (Sidoarjo: Cahaya Intan, 2010), 66.

Kesimpulan

Pertama rosedur transaksi jual beli *account* instagram dimulai dengan cara mempromosikannya di sosial media instagram, kemudian menunggu respon dari pihak pembeli untuk melakukan perjanjian atau kesepakatan jual beli dengan rosedur transaksi yang dilakukan dengan dua cara yaitu transaksi secara langsung (*face to face*) dimana pihak pembeli bertemu dengan pihak penjual kemudian melakukan transaksi jual beli pada umumnya, sedangkan cara yang kedua yaitu secara online dimana pihak pembeli menghubungi pihak penjual kemudian melakukan kesepakatan melalui handphone dan melakukan transaksi jual beli. Dari kedua metode ini, metode kedua lebih rentan terhadap kecurangan dan penipuan kepada pihak pembeli. Harga yang ditawarkan juga sesuai dengan jumlah *followers* dalam *account* instagram tersebut. Tidak sedikit dari pengguna sosial media instagram yang membeli *followers* dari sebuah *account* instagram karena memiliki kepentingannya masing-masing. Misalnya untuk kepentingan diri sendiri dan juga untuk kepentingan *online-shop*, karena jual beli *online* memang mudah dilakukan dan juga tidak memerlukan biaya. *Account* instagram yang memiliki *followers* banyak juga memiliki daya tarik tersendiri bagi sipemilik *account*.

Kedua tinjauan hukum perjanjian syariah dalam jual beli *account* sosial media instagram ini diketahui bahwa praktiknya secara rukun dan syaratnya terdapat ketidaksesuaian terhadap *ma'qud 'alaih* yaitu harus jelas barangnya, jenis, suci, bermanfaat, dan dapat diserahkan serta diketahui oleh kedua pihak. Namun pada praktiknya obyek transaksi terdapat percampuran *followers* aktif dengan *follower* pasif dan salah satu pihak tidak mengetahuinya, maka pihak pembeli sepenuhnya tidak dapat memanfaatkannya karena adanya kecacatan terhadap obyek transaksi tersebut. Jual beli yang dimana salah satu pihak tidak mengetahuinya dikatakan sebagai jual beli *tadlis*.

Daftar Pustaka

Buku:

- Q.S An-Nisa': 29. Al-Qur'an dan Terjemahnya. Departemen Agama Indonesia.
- Abdulahanaa. *Kaidah-Kaidah Kepsahan Multi Akad*. Yogyakarta: Trust Media, 2014.
- Basyir, Ahmad Azhar. *Asas-asas Hukum Muamalat*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2012.
- Dawud, Abu. Sunan Abu Dawud. Kitab: *Al- Buyu'*, Bab: *Fi Ba'i al-Gharar* dalam *Mausu'ah al-Hadis al-Syarif*. Ahmad. Musnad Ahmad. (t.tp: Global Islamic Software Company, 1997.
- Ghofur, Abdul A. *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Ismali, Nawaai. *Fiqh Muamalah (Klasik dan Modern)*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Landsverk, Kjell H. *The Instagram Handbook*, alih bahasa Gita Haris. PrimeHead Limited: United Kingdom, 2014.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Marzuki. Peter Muhammad, *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Musafa'aah, Suqiyah. *Hadith Hukum Ekonomi Islam*. Sidoarjo: Cahaya Intan, 2010.

Pasabiru, Chairuman dan Suhrawardi. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 1994.

R. Subekti. *Aneka Perjanjian*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1995.

Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.

Sunarso, Siswanto. *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.

Soekamto, Soerjono. dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*. Rajawali Press, 2006.

Peraturan Perundang-undangan:

Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Website:

www.instagram.com. *Akun Promot Jualan*. Diakses pada tanggal 04 November 2017.

<http://therealfollowersindonesia.blogspot.co.id/2016/12/perbedaan-followers-aktif-dan-pasif.html> diakses pada tanggal 04-04-2018.