

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang pesat, masyarakat tidak asing lagi terhadap internet. Indonesia dengan kategori sebagai negara berkembang tidak ketinggalan dengan perkembangan teknologi internet. Dari hasil survei Kementerian Komunikasi dan Informatika pada tahun 2017 diketahui bahwa jumlah penetrasi penggunaan internet di Indonesia mencapai 54 % pengguna internet, dengan kata lain 143, 26 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia 262 juta jiwa adalah pengguna internet.¹

Saat ini orang dengan mudah menawarkan produk barang dan/ atau jasa serta bertransaksi hanya dengan menggunakan jaringan internet, hal ini disebut dengan *E-Commerce (electronic commerce transaction)*. Istilah *E-Commerce* diartikan sebagai bentuk transaksi dagang antara penjual dan pembeli untuk mengadakan barang, jasa atau menggantikan hak dengan media elektronik.² Transaksi melalui internet tersebut dapat dilakukan tanpa harus bertatap muka dan berada dalam ruang lingkup yang sama.

Media internet yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli daring terbagi dalam beberapa golongan seperti *blog*, situs *web* (laman) dan jejaring sosial.

¹ <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran-pers>, <diunggah tanggal 10 November 2018>

² Wawan Muhwan Hariri, *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum Perikatan dalam Islam*, Bandung, Pustaka Setia, 2011, hlm.272

Salah satu media yang paling banyak diunduh adalah jejaring sosial, aplikasi jejaring sosial tersebut Facebook, Whats App, Twitter, Line, Instagram, Tumblr, Flickr, LinkedIn. Dari beberapa aplikasi yang telah disebutkan, Instagram merupakan salah satu aplikasi jejaring sosial yang meluncurkan profil bisnis dengan 800 juta pengguna aktif.

Profil bisnis tersebut menyediakan tombol kontak, alamat lokasi, informasi kategori bisnis, statistik dan akses kepada admin lain. Kini tercatat 800 juta akun aktif pengguna akun bisnis Instagram.³ Instagram telah menjadi sarana alternatif dalam membuka peluang usaha. Barang dan / atau jasa yang ditawarkan melalui Instagram beraneka macam, misalnya produk makanan, minuman, pakaian, tanaman, karya seni, pariwisata, jasa travel, jasa endorsement dan jasa kecantikan. Saat ini, jual beli yang sedang marak ditawarkan melalui Instagram adalah jual beli *followers* (pengikut) Instagram, selanjutnya hanya disebut *followers*. Meskipun pada media sosial lain seperti Facebook, dan Twitter juga terdapat penjual *followers*, namun jumlahnya masih lebih banyak di Instagram, mengingat eksistensi Instagram saat ini lebih unggul dibandingkan media sosial yang lain. Setiap harinya jumlah pengguna Instagram Stories menembus angka 500 juta.⁴ Umumnya penyedia jasa tambah *followers* Instagram berasal dari Indonesia dan situs laman luar negeri. Pembeli *followers* tersebut mulai dari kalangan artis, selebgram dan pengguna jejaring sosial. Bahkan kalangan pebisnis seperti konveksi pakaian,

³ Swa, *Jumlah Akun Komunitas Bisnis Instagram di RI Tembus 25 Juta*, 2017, <https://www.google.co.id/amp/s/bisnis.tempo.co/amp/1039691>, <diunduh tanggal 10 November 2018>

⁴<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2019/01/31/15320087/pengguna-harian-instagram-stories-tembus-angka-500juta>, <diunduh tanggal 1 Mei 2019>

restoran, hotel, kafe dan jasa travel turut membeli jasa penambah *followers* untuk meningkatkan popularitas dan kepercayaan publik.

Meskipun membeli *followers* memberikan keuntungan berupa popularitas dalam meningkatkan citra diri maupun dalam meningkatkan kepercayaan calon pembeli bagi pengguna akun toko berbasis daring, namun pembeli tidak menyadari bahwa akun yang mereka miliki tidak terlepas dari resiko yakni, pada jual beli *followers* secara otomatis, rentan terhadap data keamanan akun milik pembeli terhadap plagiasi akun, *phising* (pencurian data) dan pengisian akun bot (robot). Ketika pihak Instagram mengetahui aktivitas tidak wajar pada akun milik pembeli *followers*, pihak Instagram akan memberhentikan akun tersebut. Selain itu, pada jual beli *followers* secara manual (tertarget), akun *riil* (nyata) juga memiliki potensi untuk melakukan *unfollow* (berhenti ikuti), terhadap akun milik orang yang ia *follow* (ikuti) ketika mereka tidak tertarik dengan postingan pembeli jasa tersebut.

Oleh karena itu, diperlukan perlindungan hukum yang tepat untuk mengatasi resiko-resiko tersebut. Instrumen hukum yang ada dituntut untuk mampu mewadahi serta menyelesaikan permasalahan terkait transaksi jual beli berbasis daring. Sesuai penjelasan tersebut, sebetulnya Indonesia telah memiliki instrumen hukum seperti *Burgelijk Wetboek* (BW). Namun, pengaturan dalam BW belum mencakup secara luas terkait perjanjian jual beli secara elektronik yang berobjek jasa. BW hanya mengatur objek jual beli berupa benda dan hak. Sementara, objek *followers* yang ditambahkan dalam jual beli *followers* Instagram merupakan suatu data akun yang pada sifatnya tidak memenuhi unsur benda maupun unsur hak dalam ketentuan BW. Adapun permasalahan terkait transaksi elektronik diatur dalam Undang-Undang

Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik *juncto* Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik untuk selanjutnya disebut UU ITE. Namun, peraturan dalam UU ITE tersebut hanya mengatur terkait teknis dan larangan dalam transaksi elektronik.

Peraturan-peraturan di atas mencerminkan keberagaman pilihan hukum yang berlaku bersamaan dalam sistem hukum nasional. Berdasarkan uraian tersebut tidak dapat dipungkiri bahwa hukum nasional tidak hanya terdiri dari satu sumber hukum saja, melainkan juga terdiri dari sumber hukum yang lain salah satunya adalah Hukum Islam. Dalam hal ini, Hukum Islam merupakan hukum yang telah lama hidup dan berkembang dalam masyarakat Indonesia, bahkan Hukum Islam sudah dikenal keberadaanya jauh sebelum masuknya Kolonial Belanda. Hukum Islam merupakan hukum yang berdiri dengan dasar pemahaman atas nash *Al-Qur'an*, *Hadits*, dan *ijtihad* guna mengatur segala aspek kehidupan manusia yang berlaku secara universal.⁵ Dengan sifatnya yang universal Hukum Islam telah menjadi bagian penting dalam sistem hukum nasional yang tercermin dalam ideologi negara Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 45). Selain itu, masyarakat Indonesia dengan mayoritas beragama Islam memerlukan hukum nasional yang bersumber dari *Al-Quran*, *Hadits* dan *ijtihad*,

⁵ Sopyan Mei Utama, Eksistensi Hukum Islam dalam Peraturan-Perundangan di Indonesia, *Wawasan Yuridika*, Vol.2, No.1, 2018, hlm.60, <http://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://ejournal.sthb.ac.id/index.php/jwy/article/download/166/121&ved=2ahUKEwihlpn34vPjAhWo6nMBHaaaSBE4QFjABegQICRAG&usg=AovVaw391XXutecALor50a7uA3tb&cshid=1565284544438>, <diunduh tanggal 31 Juli 2019>

guna memenuhi rasa keadilan dalam masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, untuk memenuhi rasa keadilan tersebut, Hukum Islam dapat berperan untuk melengkapi kekurangan-kekurangan yang terdapat pada peraturan perundang-undangan yang lain ataupun menjadi alternatif untuk menyelesaikan permasalahan hukum khususnya di bidang *muammalah* (urusan duniawi). Hal ini disebabkan Hukum Islam memberikan kebebasan pada manusia untuk mengatur urusan *muammalah*.

Adapun, pada era digital saat ini Hukum Islam diperlukan untuk menganalisis jenis jual beli baru yang mulai bermunculan mengingat bahwa peraturan dalam BW belum mencakup terkait jual beli secara elektronik. Sempitnya lapangan pekerjaan saat ini menuntut manusia di zaman digital untuk dapat menciptakan ide dalam berusaha. Namun demikian, tidak sedikit pelaku usaha yang merugikan pihak lain dengan idenya demi meraup keuntungan. Untuk itu Hukum Islam digunakan dalam memberikan analisis dan menemukan jenis jual beli yang sesuai dengan *syara'*. Sementara itu, dengan sifatnya yang fleksibel dan universal Hukum Islam dapat diterapkan pada semua hal yang berhubungan dengan bidang *muammalah* seperti jual beli secara elektronik. Sehingga hasil analisis terkait hukum jual beli tersebut dapat diketahui oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah muslim maupun untuk masyarakat Indonesia yang bukan muslim guna mencegah terjadinya transaksi yang mengandung kemudharatan.

Terkait transaksi jual beli menurut Hukum Islam dijelaskan bahwa, interaksi antar sesama manusia dalam bidang harta benda maupun urusan keduniaan disebut

dengan *muammalah*.⁶ Menurut kaidah *Fiqh Muammalah* disebutkan bahwa : “Pada hakikatnya, semua bentuk *muamalah* boleh dilakukan kecuali terdapat dalil yang mengharamkannya.”⁷ Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa jual beli adalah bagian dari *muammalah*. Jual beli melibatkan dua pihak dalam melakukan pertukaran barang dan imbalan.

Jual beli diperbolehkan sebagaimana dijelaskan dalam *Al-Quran* surat *Al-Baqarah* ayat 275 yang artinya:⁸ “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. Sunnah menyebutkan bahwa jual beli yang *mabrur* (sempurna rukun dan syaratnya) dikatakan sebagai mata pencaharian yang baik.⁹ Sesuai dengan dalil tersebut dapat disimpulkan bahwa jual beli melalui internet masuk dalam lingkup hukum *ba’i* (jual beli) yang diperbolehkan menurut Hukum Islam. Namun, transaksi jual beli diperbolehkan dengan syarat akad jual beli melalui media internet tetap harus memenuhi syarat-syarat jual beli antara lain *bai* (penjual), *mustari* (pembeli), *shigat* (ijab qabul) atau *lafadz* terima (benda atau barang).¹⁰

Berdasarkan uraian di atas dasar hukum yang memiliki relevansi dengan transaksi jual beli *followers* Instagram digambarkan dalam bentuk bagan pada

⁶ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, Jakarta, Amzah, 2015, hlm. 4

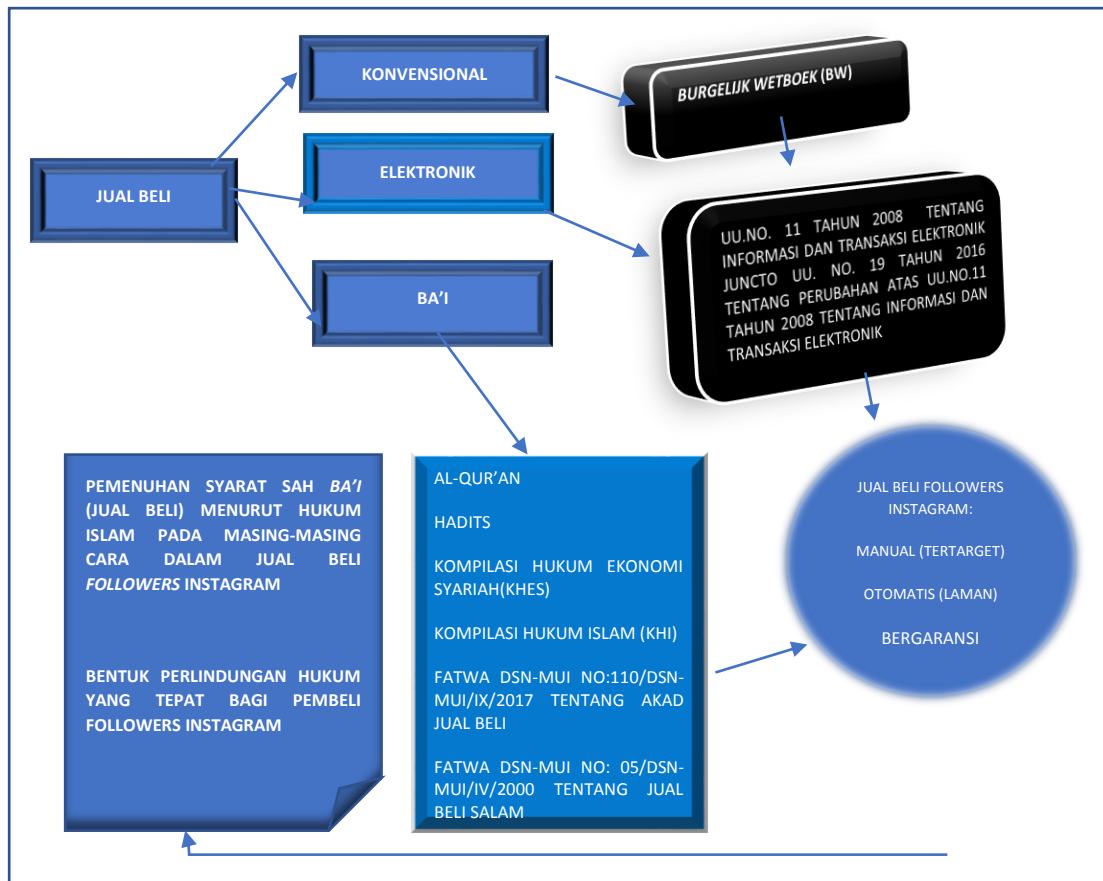
⁷ Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori, dan Konsep*, Jakarta, Sinar Grafika, 2015, hlm. 153

⁸ *Al-Qur’an*, Surat *Al-Baqarah* 2:275, Terjemahan ini disusun di bawah pengawasan Departemen Haji dan Wakaf Saudi Arabia, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, Mujamma’ Khadim al Haramain asy Syarifain al Malik Fahd li thiba’at al Mush-haf asy-Syarif (Komplek Percetakan Al-Qur’an Khadim al Haramain asy Syarifain Raja Fahd), Medinah Munawwarah, 1411 H, hlm.69

⁹ Rachmad Syafe’i, *Fiqh Muamalah*, Bandung, Pustaka Setia, 2001, hlm. 75

¹⁰ Rachmad Syafe’i, *Op.Cit*, hlm. 76

Bagan 1.1
 Dasar Hukum terkait Jual Beli *Followers* Instagram



Sumber: Analisis berdasarkan bahan hukum penelitian

Sesuai dengan bagan yang telah dipaparkan, guna mengatasi resiko yang akan merugikan pembeli jasa *followers* Instagram. Maka, diperlukan analisis terhadap keseluruhan substansi pada masing-masing jenis jual beli *followers* Instagram berdasarkan syarat jual beli menurut perspektif Hukum Islam. Meskipun pada cara bertransaksinya objek yang dijual dalam jual beli *followers* adalah jasa, namun sejak awal diadakan sebagai jual beli. Maka menurut Hukum Islam segala sesuatu tergantung dari akad yang disepakati sehingga jual beli *followers* harus memenuhi ketentuan rukun dan syarat dalam jual beli menurut Hukum Islam. Analisis tersebut ditujukan untuk dapat memilah dan menemukan cara pada jual beli *followers* yang

telah memenuhi ketentuan Hukum Islam. Karena, pada hakikatnya akad dalam jual beli tersebut akan melahirkan hak dan tanggungjawab pada transaksi jual beli.

Selain itu, ketentuan mengenai *khiyar* perlu untuk diperhatikan, karena *khiyar* memiliki relevansi dengan garansi dalam transaksi jual beli *followers* Instagram. Analisis terkait *khiyar* maupun garansi dilakukan, karena berkaitan dengan perlindungan hukum bagi pembeli akun *followers* Instagram jika ditinjau menurut Hukum Islam. Meskipun, pada dasarnya Hukum Islam memang tidak mengenal konsep garansi, akan tetapi garansi dalam jual beli memiliki unsur-unsur persamaan dengan *khiyar* (hak pilih bagi penjual atau pembeli atas kecacatan barang atau benda). Hal ini menimbulkan ketertarikan untuk meneliti masing-masing cara yang digunakan pada jual beli *followers* Instagram yang sesuai dengan syarat akad dalam jual beli dan juga meneliti garansi maupun *khiyar* pada transaksi jual beli *followers* Instagram menurut perspektif Hukum Islam. Oleh karena itu, penelitian ini dituangkan dalam judul “*Sahnya Akad Ba’i (Jual Beli) Followers Instagram dan Perlindungan Hukumnya Menurut Hukum Islam*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berkaitan dengan latar belakang permasalahan di atas, penelitian ini memfokuskan pada rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah jual beli *followers* Instagram yang memenuhi ketentuan rukun dan syarat *ba’i* (jual beli) menurut Hukum Islam?
2. Apakah bentuk perlindungan hukum yang tepat bagi pembeli *followers* menurut Hukum Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan penelitian, sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh kejelasan cara jual beli *followers* yang memenuhi rukun dan syarat sah *ba'i* (jual beli) menurut Hukum Islam.
2. Untuk memperoleh kejelasan bentuk perlindungan hukum yang tepat bagi pembeli *followers* menurut Hukum Islam.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memberikan kegunaan secara teoritis dan kegunaan praktis, yang diuraikan sebagai berikut:

A. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan teoritis sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat menambah pengetahuan terkait Hukum Ekonomi Islam dan hukum terkait informasi dan transaksi elektronik
2. Diharapkan memberikan pengembangan pengetahuan khususnya pada Hukum Ekonomi Islam mengenai jual beli yang diperbolehkan menurut Hukum Islam serta pengetahuan tentang *khiyar* dalam transaksi elektronik

B. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan praktis sebagai berikut:

1. Memberikan dasar pertimbangan untuk pelaku usaha maupun pengguna jasa, sebelum melakukan transaksi jual beli secara elektronik agar dapat mengetahui jual beli yang telah memenuhi syarat *ba'i* (jual beli) menurut Hukum Islam.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait akad-akad dalam jual beli menurut Hukum Islam.

1.5 Keaslian

Sebelum adanya penelitian ini, terdapat penelitian terdahulu yang telah membahas tentang *followers* Instagram, akan tetapi terdapat perbedaan dalam pembahasan. Perbedaan tersebut akan diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Uraian
1	Analisis Asosiatif Daya Tarik Online Shop di Instagram terhadap Keputusan Pembelian. Oleh Brigitta Widhaningrum mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta pada tahun 2017. ¹¹	Penelitian ini merupakan jenis penelitian eksperimen yang membahas terkait daya tarik <i>Online Shop</i> diukur dari jumlah <i>followers</i>, testimonial dan promosi. Rumusan Masalah: 1. Apakah terjadi perbedaan keputusan pembelian antara stimulus satu dengan lainnya? 2. Apakah terdapat hubungan antara daya tarik <i>Online Shop</i> dengan keputusan pembelian?
2.	Jual beli <i>Follower</i> Sosial Media Twitter dalam Perspektif Hukum Islam. Oleh Mufida Herdani mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2014. ¹²	Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yang membahas tentang syarat sah jual beli <i>followers</i> Twitter berdasarkan Hukum Islam Rumusan Masalah: 1. Bagaimana mekanisme dalam jual beli <i>follower</i> sosial media Twitter? 2. Bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap praktik jual beli <i>follower</i> sosial media Twitter tersebut?

¹¹ Brigitta Widhaningrum, *Analisis Asosiatif Daya Tarik Online Shop di Instagram terhadap Keputusan Pembelian*, Skripsi, Yogyakarta, Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2017, https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://repository.usd.ac.id/12061/2/132214191_full.pdf&ved=2ahUKEwiRIbzD9oXhAhUGMI8KHcsQDUwQFjAAegQIAhAB&usg=AOvVaw3LS_-1QlqQNX8b21DQY5UT_<diunduh tanggal 10 November 2018 >

¹² Mufida Herdani, *Jual beli Follower Sosial Media Twitter dalam Perspektif Hukum Islam*, Skripsi, Yogyakarta, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2014, https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://digilib.uinsuka.ac.id/13498/1/BAB%2520I%252C%2520V%2520DAFTAR%2520PUSTAKA.pdf&ved=2ahUKEwj46_PI84XhAhVYfX0KHew8Cc4QFjAAegQIAxAB&usg=AOvVaw09MQVcEjRgog6hjDidMt2t,<diunduh tanggal 10 November 2018>

3.	Tinjauan Hukum Islam tentang Praktik Jual beli Follower, Likes dan Viewer di Media Sosial Instagram. Oleh Nur Anisa mahasiswa Universitas Raden Intan Lampung pada tahun 2018. ¹³	Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yang membahas terkait keabsahan objek hukum jual beli followers, likes dan viewer Instagram melalui aplikasi Hublaagram. Rumusan Masalah: 1. Bagaimana model jual beli follower, likes dan viewer di media sosial Instagram? 2. Bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap model jual beli <i>follower</i>, likes dan viewer di media sosial Instagram?
----	--	--

Berdasarkan ketiga penelitian di atas dapat diuraikan persamaan dan perbedaan dengan skripsi ini sebagai berikut, penelitian pertama dengan penelitian ini memiliki persamaan obyek pembahasan yakni *followers* Instagram. Namun, penelitian pertama lebih membahas secara sosiologis terkait pengaruh *followers* Instagram terhadap daya tarik *online shop* (toko berbasis daring) sedangkan penelitian ini mengkaji secara normatif terkait jual beli *followers* di Instagram. Penelitian kedua dan penelitian ini memiliki persamaan pembahasan yaitu hukum akad terhadap transaksi jual-beli *followers* Instagram. Namun, penelitian kedua menekankan pembahasan pada mekanisme bertransaksi melalui website sementara pada penelitian ini ditujukan untuk menganalisis semua cara yang digunakan dalam jual beli *followers* Instagram, guna mengetahui rukun dan syarat *ba'i* (jual beli) menurut Hukum Islam pada masing-masing cara yang digunakan dalam jual beli *followers* Instagram yang tidak dibahas dalam penelitian tersebut.

¹³ Nur Anisa, *Tinjauan Hukum Islam tentang Praktik Jual beli Follower, Likes dan Viewer di Media Sosial Instagram*, Skripsi, Lampung, Universitas Raden Intan Lampung, 2018, https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repository.radenintan.ac.id/3411/1/SKRIPSI_FULLL.pdf&ved=2ahUKEwi7rtyB8IXhAhW76nMBHTUMBYUQFjAAegQlAxB&u sg=AOvVaw1Z7eU8wRpo6WHJEmT1XBGd,< diunduh tanggal 10 November 2018>

Penelitian ketiga dan penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama membahas hukum transaksi jual beli *followers* di Instagram. Perbedaannya, penelitian ketiga menekankan pada pembahasan obyek akad sedangkan penelitian ini memiliki pembahasan yang lebih luas dibandingkan penelitian ketiga yakni, selain membahas terkait dengan hukum akad jual beli terhadap masing-masing cara yang digunakan dalam jual beli *followers* Instagram, penelitian ini menganalisis mengenai garansi maupun *khiyar* menurut Hukum Islam yang dapat diterapkan dalam jual beli *followers* Instagram sebagai bentuk perlindungan hukum bagi pembeli *followers*. Selain itu, penelitian ini bermaksud mengkaji ulang hasil penelitian sebelumnya dengan tidak serta merta menjustifikasi status keharaman pada akad jual beli *followers* tersebut.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang menempatkan hukum sebagai sebuah konstruksi dari sistem norma yang meliputi asas-asas, norma, kaidah dari peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, perjanjian serta doktrin (ajaran).¹⁴ Berdasarkan definisi tersebut, penelitian ini akan berfokus pada analisis kaidah dalam peraturan perundang-undangan dan Hukum Islam serta penerapannya dalam transaksi jual beli *followers* Instagram. Kajian atas kaidah dalam peraturan perundang-undangan dan Hukum Islam mengenai transaksi jual beli *followers*

¹⁴ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2013, hlm. 34

Instagram ditujukan untuk mengetahui pemenuhan syarat *ba'i* (jual beli) menurut Hukum Islam pada masing-masing cara jual beli *followers*, serta ditujukan pula untuk menemukan bentuk perlindungan hukum yang tepat bagi pembeli *followers* Instagram menurut Hukum Islam.

1.6.2 Pendekatan Masalah

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) yang dilakukan dengan meneliti aturan hukum sebagai inti dan tema utama dalam penelitian.¹⁵ Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan dengan menelaah hukum terkait jual beli dalam peraturan perundang-undangan seperti *Burgelijk Wetboek* (BW) dan terkait transaksi elektronik dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik *juncto* Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Namun, peraturan perundang-undangan tersebut merupakan aturan yang bersifat umum. Sehingga, diperlukan aturan khusus mengenai kaidah jual beli menurut Hukum Islam. Oleh karena itu, Penelitian ini juga menjadikan *Al-Quran*, *Sunnah*, *Fiqh*, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), *Ijtihad Ulama* sebagai

¹⁵ Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Depok, Prena Media Grup, 2016, hlm. 132, https://books.google.co.id/books?id=5ozeDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dg=buku+johnny+ibrahim+terkait+penelitian+hukum+pdf&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwiex-2rvt_gAhWMV30KHdl-CwkQ6AEIJTAA#v=onepage&q&f=true, <diunduh tanggal 28 Februari 2019>

dasar rujukan. Aturan dalam perundang-undangan dan Hukum Islam tersebut akan dijadikan dasar untuk membahas kejelasan pengaturan akad guna menemukan cara pada jual beli *followers* Instagram yang telah sesuai dengan Hukum Islam dan untuk membahas *khiyar* dalam transaksi tersebut, guna menghindari sesuatu yang menimbulkan isu *syubhat* dalam jual beli.

1.6.3 Bahan Hukum

Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

A. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang mengikat. Adapun bahan-bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah ketentuan mengenai dasar-dasar jual beli dan transaksi elektronik dalam :

1. Bahan hukum berasal dari jenis peraturan perundang-undangan:
 - a. Ketentuan tentang usia cakap hukum dalam Pasal 2 pada Bagian Pertama Kecakapan Hukum dan Pasal 23 pada Bagian Pertama Rukun dan Syarat Akad dalam Buku I tentang Subjek Hukum dan Amwal, ketentuan mengenai akad dalam Pasal 21-28 pada Buku II tentang Akad, ketentuan mengenai *khiyar* dalam Pasal 280- 281 pada Bagian Keempat *Khiyar Aib* dalam Buku II tentang Akad dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 02 Tahun 2008 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah
 - b. Ketentuan tentang pemeliharaan anak yang sudah *mumayyiz* dalam Pasal 105 pada Bab XIV Pemeliharaan Anak dalam Instruksi Presiden Republik

Indonesia Nomor 1 Tahun 1991 tentang Pemberlakuan Kompilasi Hukum Islam

2. Bahan hukum yang berasal dari Hukum Islam:
 - a. Ketentuan dalam *Al-Quran* dan *Hadits* mengenai akad jual beli
 - b. Ketentuan dalam *Ijtihad Ulama* dan *Fiqh* mengenai akad jual beli dan *khiyar*
 - c. Ketentuan Pertama mengenai definisi , ketentuan Kedua mengenai *shigat al-aqd*, ketentuan Ketiga mengenai para pihak, ketentuan Keempat terkait *muttsman (mabi')*, ketentuan Kelima terkait *tsaman*, ketentuan Keenam terkait kegiatan dan produk, dan ketentuan Ketujuh terkait ketentuan penutup dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor: 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli
 - d. Ketentuan Pertama tentang pembayaran, ketentuan Kedua tentang barang, dan ketentuan Keempat tentang penyerahan barang sebelum atau pada waktunya, ketentuan Kelima tentang pembatalan kontrak dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor: 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam

B. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang dapat menambahkan penjabaran terhadap bahan hukum primer, yang dapat berbentuk rancangan perundang-undangan, hasil penelitian, buku-buku teks, jurnal ilmiah, surat kabar (koran), pamflet, *leaflet*, brosur dan berita internet.¹⁶ Adapun bahan hukum sekunder dalam penelitian ini terdiri atas buku, jurnal, artikel, hasil penelitian dan

¹⁶ Mukti Fajar dan Yulianto Ahmad, *Loc.cit* hlm. 157-158

internet terkait transaksi elektronik dalam perundang-undangan, akad *ba'i* dan *khiyar* pada jual beli menurut Hukum Islam .

1.6.4 Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum dalam penelitian ini menggunakan logika berpikir deduktif. Logika deduktif merupakan proses berpikir dengan menerapkan wawasan umum seperti teori-teori, dalil, atau prinsip-prinsip untuk menarik kesimpulan terhadap fakta-fakta yang sifatnya khusus.¹⁷ Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis ketentuan tentang jual beli dan transaksi elektronik dalam peraturan perundang-undangan, kemudian dikaitkan dengan konsep *ba'i* (jual beli) dan *khiyar* dalam Hukum Islam. Analisis tersebut digunakan untuk memberikan argumentasi terhadap penelitian sebelumnya yang hanya menganalisis satu cara dalam jual beli *followers*, menurut penelitian ini tidak semua cara yang digunakan dalam jual beli *followers* Instagram haram hukumnya, jika ditinjau kembali menurut perspektif Hukum Islam. Selain itu, *khiyar* dalam penelitian ini perlu dianalisis karena memiliki kaitan dengan garansi dalam jual beli *followers* Instagram.

Metode analisis bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis preskriptif, yaitu analisis dengan memberikan argumentasi guna memberikan preskripsi atau penilaian mengenai benar atau keliru atau apa yang selayaknya menurut hukum.¹⁸ Penelitian ini memberikan penilaian untuk menemukan jenis transaksi jual beli *followers* Instagram yang memenuhi ketentuan rukun dan syarat *ba'i* (jual beli) menurut Hukum Islam, serta untuk menemukan

¹⁷ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Op.cit*, hlm. 109

¹⁸ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Op.cit*, hlm. 184

bentuk perlindungan hukum yang tepat dijadikan sebagai dasar perlindungan hukum bagi pembeli *followers* Instagram menurut Hukum Islam.