

ABSTRAK

Penelitian skripsi ini berjudul “Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Penjualan Data Testimonial Pada Bisnis *Milenial Class*” (Studi Kasus Bisnis Online di Media Sosial Instagram Asofa *Business*) dilatarbelakangi dengan adanya praktik jual beli data testimonial yang terjadi di media sosial Instagram Asofa *Business* yang memiliki keunikan dari segi objek jual belinya, yaitu berupa testimonial yang dijadikan sebuah objek dari pada jual beli tersebut. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik transaksi penjualan database testimonial pada bisnis *milenial class* dan bagaimana pandangan Fiqih Muamalah terhadap penjualan database testimonial pada bisnis *milenial class*. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui praktik transaksi penjualan database testimonial pada bisnis *milenial class* dan untuk mengetahui Tinjauan Fiqih Muamalah terhadap penjualan database testimonial pada bisnis *milenial class*.

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif serta pendekatan penelitian yuridis sosiologis. Adapun sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan database testimoni di media sosial dengan tidak bermanfaatnya objek tersebut dengan tidak memberikan kemaslahatan sepenuhnya dapat merugikan pihak pembeli. Berdasarkan fiqih muamalah bahwa rukun dan syarat dari jual beli ini harus dipenuhi. Ahli Fiqih mengatakan bahwa jual beli yang tidak mengandung kemanfaatan pada objek jualnya maka jual belinya tidak sah.

Kata Kunci: Jual beli *database online*, tidak bermanfaatnya objek, jual beli tidak sah.

The research “Fiqh Muamalah review of sales of testimonial data on Millennial Business Class” (Online Business Case Study On Social Media Instagram Asofa Business) based on the practice of buying and selling testimonial data that occurs on social media instagram Asofa Business which has a uniqueness in term of buying and selling object, namely testimonials that are used as an object rather than buying and selling. The research problem is how the practice of transaction sales of testimonial databases in millennial class businesses and how fiqh muamalah views the sales of testimonial databases in millennial class businesses. The purpose of study is to find out the practice of transaction sales of testimonial databases in millennial class businesses and to know the fiqh muamalah review of the sale of testimonial databases on millennial class businesses.

The research method is used a qualitative method with a research approach sociological juridical. The data sources used are primary data and secondary data with observation, interview data collection techniques and documentation.

The result of this research showed that the sale of database of testimonials on social media with the unhelpfulness of the object can be detrimental to the buyer. Based on fiqh muamalah that the pillars and conditions of this trade must be met. Fiqh expert said that does not contain benefit in the object of sale then the trade is not valid.

Keywords: buy and sell databases online, not useful objects, illegal buying and selling.