



KEABSAHAN JUAL BELI *FOLLOWERS INSTAGRAM* MENURUT KUHPERDATA DAN KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH

Ismi Ratnaningsih^{1*}

¹Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia e-mail: ismiratnaningsih2@gmail.com

*correspondence

 DOI: 10.15575/madzhab.v1i2.1036

Received: November 2024; Accepted: December 2024; Published: December 2024

Abstract : The development of social media, especially Instagram, has created new business opportunities such as buying and selling followers. This practice is considered capable of increasing account reputation and attracting consumer attention, especially for online business actors. However, the legality and ethics of this practice are still debated in the perspective of positive law and sharia law, given the potential uncertainty (*gharar*) and the moral impact caused. This study aims to analyze (1) the legality of follower buying and selling based on the Civil Code, (2) the legality of follower buying and selling according to the Compilation of Sharia Economic Law (KHES), (3) discuss the differences and similarities between the two, and explore the legal and ethical implications of the practice. The framework in this research uses the theory of comparative law, the concept of property, and the principles of the pillars and conditions of buying and selling. This research uses a comparative descriptive method by describing the review according to the Civil Code and the Compilation of Sharia Economic Law. The type of research used is library research, with data processed through analysis of the legal requirements of agreements according to the Civil Code and the principles of contracts in KHES. The results show that the sale and purchase of followers can be said to be valid in positive law if it meets the requirements of a valid agreement and does not violate the law. In the perspective of sharia law, this practice is allowed as long as it does not contain harmful *gharar* and is carried out with the principles of clarity, fairness and good faith. This research contributes to the legal understanding of the validity of buying and selling followers in the digital era.

Keywords: Followers, Instagram, KHES, KUHP, Sale and Purchase.


Abstrak: Perkembangan media sosial khususnya Instagram, telah menciptakan peluang bisnis baru seperti jasa jual beli *followers*. Praktik ini dianggap mampu meningkatkan reputasi akun dan menarik perhatian konsumen, terutama bagi pelaku bisnis online. Namun, legalitas dan etika praktik ini menjadi perdebatan dalam perspektif hukum positif dan hukum syariah, mengingat adanya potensi ketidakpastian (*gharar*) serta dampak moral yang ditimbulkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) keabsahan jual beli *followers* berdasarkan KUHPerdada, (2) keabsahan jual beli *followers* menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), (3) membahas perbedaan dan persamaan antara keduanya, sekaligus mengeksplorasi implikasi hukum dan etika dari praktik tersebut. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggunakan teori perbandingan hukum, konsep harta, serta prinsip syarat dan rukun jual beli. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif komparatif dengan mendeskripsikan tinjauan menurut KUHPerdada dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian pustaka (*library research*), dengan data yang diolah melalui analisis terhadap syarat sahnya perjanjian menurut KUHPerdada dan asas-asas akad dalam KHES. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli *followers* dapat dianggap sah secara hukum positif jika memenuhi syarat perjanjian yang sah dan tidak melanggar hukum. Dari perspektif hukum syariah, praktik ini diperbolehkan selama tidak mengandung *gharar* yang merugikan dan dilakukan dengan prinsip kejelasan, keadilan, serta itikad baik. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman hukum mengenai legitimasi jual beli *followers* dalam era digital.

Kata kunci : Followers, Instagram, Jual Beli, KUHP, KHES.

Pendahuluan

Pada Saat ini, banyak orang berusaha membuat akun Instagram mereka terkenal dan mendapatkan banyak pengikut. Tujuannya adalah supaya semakin banyak orang yang mengikuti akun mereka, karena ketika seseorang punya banyak pengikut, mereka bisa mendapatkan reputasi yang baik. Hal ini bisa menarik perhatian perusahaan atau *brand* yang ingin memasang iklan di akun Instagram mereka. Salah satu caranya adalah dengan menawarkan produk kepada orang-orang yang sudah dikenal atau populer, seperti artis, seniman, pejabat, atau tokoh masyarakat.¹

Penggunaan media sosial yang semakin populer saat ini membuka peluang besar di berbagai situasi, salah satunya adalah untuk menjadi seorang *influencer*, yaitu seseorang yang dapat mempengaruhi orang lain. *Influencer* adalah individu terkenal yang memiliki ratusan ribu pengikut dan mampu mempromosikan produk atau jasa dengan cara pemasaran yang efektif melalui media sosial. Dengan memanfaatkan media sosial dengan bijak, seseorang bisa memiliki posisi atau pengaruh yang tinggi di mata pengguna lainnya. Setiap informasi yang diunggah, seperti status atau foto, bisa menarik perhatian dan mendapatkan berbagai tanggapan berupa *like*, komentar, atau dibagikan, yang berpotensi menjadi viral.

¹ Rakhmat Makmur, “*Bisnis Online*”. Informatika: Bandung, (2016) h.65-66.
Jurnal Madzhab: <https://ejournal.uinsgd.ac.id/index.php/madzhab>  DOI: 10.15575/madzhab.v1i2.1036

Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah *followers* Instagram dengan cepat adalah melalui jasa jual beli *followers* yang banyak tersedia di internet atau melalui iklan di media sosial. *Followers* yang ditawarkan umumnya terbagi menjadi dua jenis: *followers* aktif dan *followers* pasif. *Followers* aktif adalah pengguna media sosial asli yang dapat berinteraksi seperti memberi "like" atau berkomentar pada unggahan. Sementara itu, *followers* pasif adalah akun tidak aktif yang tidak memberikan interaksi dan cenderung dihapus oleh Instagram karena tidak pernah login atau digunakan. Namun sebelum melanjutkan praktik ini, kita perlu melihatnya dari perspektif ajaran Islam yang mendorong kegiatan jual beli yang sah dan memberi manfaat.

Pada konteks ajaran Islam, kegiatan jual beli merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan. Rasulullah SAW pernah menjawab pertanyaan seorang sahabat tentang pekerjaan terbaik dengan mengatakan bahwa pekerjaan yang baik adalah usaha dari tangan sendiri dan setiap transaksi jual beli yang diberkahi. Sebagaimana terdapat pada surat Al Baqarah ayat 275, Allah SWT menegaskan bahwa:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَحَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى
فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”

Salah satu peluang bisnis baru yang berkembang di Instagram adalah menyediakan layanan sebagai admin untuk meningkatkan jumlah pengikut, termasuk jasa jual beli *followers*. Jumlah *followers* yang tinggi sering kali dianggap sebagai indikator kredibilitas dan kemajuan sebuah bisnis *online*, sehingga menarik minat konsumen. Banyak orang percaya bahwa semakin banyak pengikut, semakin besar kepercayaan konsumen terhadap toko *online* tersebut. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis keabsahan praktik jual beli *followers* Instagram dalam konteks hukum yang berlaku.

Pembahasan ini mencakup analisis keabsahan jual beli *followers* menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPPerdata), yang menilai apakah transaksi ini memenuhi syarat sahnya perjanjian dan tidak melanggar ketentuan hukum, serta menurut Hukum Ekonomi Syariah, yang mempertimbangkan aspek etika, moralitas, dan keadilan dalam transaksi. Analisis ini juga akan mengeksplorasi persamaan dan perbedaan antara pendekatan hukum positif dan hukum syariah, untuk memahami

apakah praktik tersebut dapat dianggap sah dan etis dalam kedua perspektif. Dengan pandangan yang menyeluruh, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai *legitimasi* dan dampak jual beli *followers* di media sosial.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan analisis komparatif untuk menguraikan dan membandingkan keabsahan jual beli *followers* Instagram menurut KUH Perdata dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Kerangka analisis mengacu pada hukum positif (KUHPerdata) dan prinsip-prinsip syariah (KHES), dengan fokus pada legalitas perdagangan dan etika transaksi. Penelitian ini juga menggunakan teori perbandingan hukum, konsep harta, serta prinsip syarat dan rukun jual beli. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian pustaka, dengan analisis terhadap syarat sahnya perjanjian menurut KUH Perdata dan asas-asas akad dalam KHES.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Keabsahan Jual Beli *Followers* Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Instagram merupakan *platform* media sosial untuk berbagi foto dan video. *Followers* bisa didapatkan dengan beberapa cara, yaitu dengan membuat konten yang menarik, menggunakan *hashtag*, berinteraksi dengan pengguna lain, konsisten memposting, dan promosi berbayar. Namun dalam realitanya persaingan sangat ketat, algoritma sering berubah, banyak pengguna membeli *followers* palsu, tekanan sosial tinggi, dan terdapat tantangan seperti penyebaran *hoaks* serta ketergantungan pada *platform* untuk mendapatkan penghasilan.² Praktik ini kemudian melahirkan transaksi jual beli *followers*, yang menjadi salah satu cara bagi pengguna untuk meningkatkan jumlah *followers* secara instan.

Transaksi jual beli *followers* Instagram umumnya dilakukan dengan pembayaran melalui transfer bank, terutama jika pembeli dan penjual berada di lokasi yang berbeda. Proses dimulai dengan penjual memberikan daftar *followers* beserta harga, kemudian pembeli memilih dan melakukan pembayaran. Setelah pembayaran diverifikasi, penjual meminta *username* Instagram pembeli untuk memproses penambahan *followers* ke akun pembeli.³

Mengingat transaksi ini melibatkan kesepakatan antara dua pihak, keabsahan perjanjian jual beli *followers* Instagram dapat dianalisis dari perspektif hukum perdata,

² Sri Ngudi Wahyuni and Denila Damayanti, "DIGITAL BRANDING MENGGUNAKAN INSTAGRAM FOLLOWER," *INFOS Journal* 1, no. 4 (2019) h.31

³ Devi Aviola Cahyani, Kurniawan, and Lalu Achmad Fathoni, "Jual Beli *Followers* Melalui Media Sosial Instagram Menurut Hukum Positif Di Indonesia," *Jurnal Commerce Law* 4, no. 2 (2024) h.9

khususnya ketentuan dalam KUHPPerdata yang mengatur perjanjian dan jual beli. Pasal 1313 KUHPPerdata mendefinisikan perjanjian sebagai: "suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya kepada satu orang atau lebih."⁴ Dari definisi ini, dapat disimpulkan bahwa perjanjian harus melibatkan minimal dua pihak atau lebih. Terdapat beberapa asas-asas perjanjian yang harus diperhatikan dalam setiap perjanjian yang dibuat, di antaranya:

1. Asas kebebasan berkontrak

Setiap individu memiliki hak untuk memutuskan apakah akan membuat perjanjian atau tidak, memilih pihak yang akan diajak berperjanjian, menentukan objek perjanjian, serta menetapkan cara penyelesaian sengketa yang mungkin muncul di kemudian hari. Namun, kebebasan ini terbatas, karena para pihak dilarang untuk membuat perjanjian yang bertentangan dengan hukum, agama, norma kesusilaan, atau ketertiban umum yang berlaku di masyarakat.⁵

2. Asas konsensualisme

Asas konsensualisme sering dipahami sebagai kebutuhan akan kesepakatan untuk menciptakan perjanjian, namun pengertian ini tidak sepenuhnya tepat. Maksud dari asas konsensualisme adalah bahwa perjanjian dianggap sah dan lahir pada saat para pihak mencapai kesepakatan. Dengan demikian, meskipun perjanjian tersebut belum dilaksanakan saat kesepakatan tercapai, perjanjian tersebut sudah dianggap ada. Hal ini berarti, tercapainya kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat menimbulkan hak dan kewajiban bagi mereka, atau dapat dikatakan bahwa kontrak tersebut bersifat *obligatoir*, yang berarti menimbulkan kewajiban bagi pihak-pihak tersebut untuk memenuhi perjanjian

3. Asas itikad baik

Pasal 1338 KUHPPerdata mengatur bahwa setiap perjanjian yang sah harus dilaksanakan oleh para pihak dengan itikad baik. Doktrin itikad baik ini merupakan prinsip mendasar dalam hukum perjanjian, yang telah lama dikenal melalui asas *Pacta Sunt Servanda*. Selain itu, Pasal 1320 KUHPPerdata juga mengatur tentang beberapa syarat yang menentukan keabsahan suatu perjanjian, yang meliputi adanya kesepakatan, kecakapan para pihak, objek yang jelas, dan sebab yang tidak bertentangan dengan hukum. Setiap syarat ini

⁴ Wirjono Projodjodikoro, *Azas-Azas Hukum Perjanjian* (Bandung, P.T. Bale Bandung, 1981). h.9

⁵ Abdul Ghofur Anshori, "Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia (konsep, regulasi, dan implementasi)", Gadjah Mada University Press : Yogyakarta, (2010). h. 8

harus dipenuhi ketika seseorang berniat untuk membuat suatu perjanjian, yaitu:⁶

a. Adanya kesepakatan

Pada dasarnya, sepakat merupakan suatu penawaran yang diterima atau disambut oleh pihak yang menjadi lawan janji. Dalam perjanjian jual beli *followers* Instagram, kedua belah pihak berada dalam posisi untuk membuat kesepakatan tanpa perlu bertemu secara langsung. Oleh karena itu, dalam transaksi jual beli *followers* Instagram, teori kepercayaan menjadi dasar utama. Kepercayaan ini muncul ketika pihak yang menerima penawaran menganggap pernyataan kehendak dari pihak yang menawarkan sudah layak diterima. Secara sederhana, pembeli memesan *followers* Instagram secara *online* melalui media seperti *whatsApp* atau *DM (Direct Message)*, sehingga transaksi ini tidak memerlukan pertemuan fisik dan tergolong sebagai jual beli *online*.

b. Kecakapan para pihak

Seseorang dianggap telah dewasa jika sudah berusia 21 tahun atau belum mencapai usia 21 tahun namun telah menikah. Berdasarkan Pasal 1330 KUHP, seseorang dianggap tidak cakap untuk membuat perjanjian apabila:⁷ anak yang belum dewasa, orang yang diletakkan di bawah pengampunan, perempuan yang sudah menikah dalam hal-hal yang ditentukan oleh undang-undang dan secara umum, dan semua orang yang menurut undang-undang dilarang membuat perjanjian tertentu

c. Objek yang Jelas

Dalam sebuah perjanjian jual beli *followers Instagram* sama halnya dengan jual beli pada umumnya yaitu adanya penjual, pembeli, objek yang diperjual belikan. Setiap penjual menawarkan berbagai macam harga, berikut ini adalah harga *followers*, *likes*, dan *viewer* di *Instagram*. contoh 1000 *followers* dengan harga 15.000. Setelah diketahui produk barang yang ditawarkan terkhususnya penambahan *followers* tersebut kita dapat melakukan pemesanan dengan menghubungi akun penjual *followers* melalui *whatsapp* atau *DM (Direct Message)* sehingga pemesanan ini tidak

⁶ Sofha Salsabla, "Keabsahan Jual Beli Dibawah Tangan Atas Tanah Milik Oleh Salah Satu Ahli Waris Ditinjau Dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata," *Prosiding Ilmu Hukum* 7, no. 1 (2021) h.187

⁷ Kurniasih BR Bangun, "AKIBAT PERBUATAN HUKUM ANAK DIBAWAH UMUR DALAM PERJANJIAN BANGUN BAGI ATAS AKTA NOTARIS (Studi Putusan Perkara Perdata Nomor 07/Pdt.G/2010/PN-Kis Tentang Perjanjian Bangun Bagi)," *Jurnal Dharmawangsa* 15, no. 2 (2021). h.281

harus bertemu secara langsung dan pada dasarnya jual beli merupakan jual beli *online*.

d. Sebab yang tidak bertentangan dengan hukum

Pada suatu tindakan hukum, alasan atau dorongan yang mendasari seseorang bertindak disebut "sebab". Sebab ini dianggap tidak sah jika bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, ketertiban umum, atau kesusilaan. Oleh karena itu, dalam praktik jual beli *online* penting untuk memperhatikan syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara yang telah dijelaskan sebelumnya.⁸

Keabsahan Jual Beli Followers Instagram Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Buku II Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) mengartikan akad sebagai persetujuan antara dua pihak atau lebih untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan hukum tertentu. Pasal 21 KHES menetapkan asas-asas yang berlaku dalam akad yaitu : *ikhtiyar* (sukarela), *amanah* (menepati janji), *ikhtiyati* (kehati-hatian), *luzum* (tidak berubah), saling menguntungkan, *taswiyah* (kesetaraan), transparansi, kemampuan, *tafsir* (kemudahan), itikad baik, sebab yang halal, *al-hurriyah* (kebebasan berkontrak), dan *al-kitabah* (tertulis).

Pasal 22 KHES lebih lanjut menyatakan bahwa suatu akad harus memenuhi rukun-rukun tertentu, yaitu : Objek akad , tujuan pokok akad dan Kesepakatan. Selain itu, Pasal 29 hingga Pasal 35 (bagian ketiga KHES) juga menjelaskan bahwa suatu kesepakatan dapat dibatalkan jika mengandung unsur-unsur berikut:

- a. Kekhilafan tidak otomatis membatalkan suatu akad, kecuali jika kekhilafan tersebut terjadi pada hal-hal yang merupakan pokok atau inti dari perjanjian.⁹
- b. Paksaan terjadi ketika seseorang didorong untuk melakukan sesuatu yang tidak diinginkannya dan bukan merupakan pilihan yang bebas baginya.
- c. *Taghrir* atau penipuan merujuk pada tindakan mempengaruhi pihak lain dengan cara menipu untuk membentuk suatu akad, dengan dalih bahwa akad tersebut menguntungkan pihak tersebut, padahal kenyataannya justru sebaliknya.¹⁰
- d. *Ghubn* atau penyamaran merujuk pada situasi di mana terdapat ketidakseimbangan antara apa yang diberikan (prestasi) dengan imbalan yang diterima dalam suatu akad.¹¹

Penjelasan tersebut tidak secara eksplisit menjelaskan mengenai keabsahan perjanjian jual beli *online* dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Namun, dengan

⁸ Bambang Daru Nugroho, "Hukum Perdata Indonesia", Refika Aditama : Bandung, h.111

⁹ Ibid, h.19

¹⁰ Mahkamah Agung RI, *kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah* (2011) h. 19

¹¹ Ibid

menerapkan metode *qiyas*, permasalahan ini dapat dianalisis. *Qiyas* adalah metode yang menyamakan atau menyerupakan hukum atas suatu kasus yang belum diatur dengan hukum yang sudah ada. Menurut Wahbah al-Zuhaili, *qiyas* merupakan proses menetapkan hukum atas suatu kasus yang belum memiliki dasar hukum berdasarkan *nash*, dengan membandingkannya pada kasus yang telah diatur oleh *nash*, karena adanya kesamaan '*illat* atau alasan hukum di antara keduanya.¹²

Perjanjian jual beli online belum diatur secara spesifik dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Namun, berdasarkan jenis-jenis akad jual beli dalam Islam, ada dua akad yang mirip dengan jual beli *online*, yaitu akad *istishna'* dan akad *salam*. Menurut Pasal 20 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, akad *istishna'* adalah jual beli barang yang dilakukan dengan pemesanan berdasarkan kriteria dan persyaratan tertentu yang telah disepakati antara pihak pemesan dan penjual.¹³

Bay' al-Salam, atau sering disebut juga *salaf*, merujuk pada jenis transaksi jual beli di mana pembayaran dilakukan di muka untuk barang yang akan diserahkan di masa depan. Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *salam* dijelaskan sebagai bentuk pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli, di mana pembayaran dilakukan pada saat pemesanan barang. Transaksi jual beli *salam* harus memenuhi ketentuan yang jelas terkait barang yang dijual, serta waktu dan tempat penyerahannya. Pembayaran dilakukan sesuai dengan ketentuan waktu dan tempat yang telah disepakati. Perjanjian jual beli online pada masa Nabi dapat dilihat sebagai cikal bakal, yang diwakili dalam surat al-Baqarah ayat 282:¹⁴

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.”

Ayat tersebut memang memiliki makna yang bisa ditafsirkan dalam dua cara. Pertama, terkait dengan hutang piutang yang harus dicatatkan. Kedua, berkaitan dengan maraknya perjanjian jual beli *online* (*salam/salaf*) yang saat ini berkembang. Muhammad Syafi'i Antonio dalam bukunya *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* menjelaskan bahwa *bay' al-salam* adalah transaksi pembelian barang yang akan diserahkan di masa depan, sementara pembayaran dilakukan di muka.¹⁵ Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *salam* adalah jenis jual beli di mana pembayaran dilakukan di muka, dan barang akan diserahkan di kemudian hari, dengan

¹² Suwarjin, *Ushul Fiqh*: Teras Yogyakarta (2012) h.75

¹³ Mahkamah Agung RI, “kompilasi Hukum Ekonomi Syari’ah” (2011) h.10

¹⁴ Ibid. h.38

¹⁵ Muhammad Syafi’i Antonio, “*Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*” Gema Insani: Jakarta, (2014) h.108

ketentuan yang jelas mengenai harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, serta waktu dan tempat penyerahan yang telah disepakati dalam perjanjian.

Dengan demikian menurut pemahaman penulis, transaksi salam dalam hukum Islam diperbolehkan berdasarkan prinsip kejelasan dan *maslahat*, dengan catatan hukum asal sesuatu dianggap boleh, kecuali ada *illat* yang mengubahnya. Dalam e-commerce, jika tidak ada jaminan kepercayaan yang saling diberikan, *illat* tersebut dapat mempengaruhi sahnya transaksi. Begitu juga dengan jual beli *followers* Instagram, yang dapat disesuaikan dengan transaksi salam, namun harus memenuhi syarat kejelasan tentang harga dan kualitas *followers*. Jika tidak ada transparansi atau kejelasan mengenai kualitas *followers*, kepercayaan menjadi elemen utama dan transaksi ini bisa bertentangan dengan prinsip kejujuran dan keadilan dalam hukum Islam.

Syarat jual beli dengan sistem pesanan adalah sebagai berikut: Pembayaran dilakukan secara kontan, komoditas yang dijual harus memiliki sifat-sifat yang jelas, waktu penyerahan barang harus ditentukan, dan pembayaran dilakukan dalam satu majelis. Selain itu, untuk memenuhi rukun *bay' al-salam*, harus dipastikan bahwa semua syarat pada setiap rukun dipenuhi, yaitu:¹⁶

- 1) Dalam akad *bay' al-salam*, terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi terkait modal, yaitu: modal harus jelas atau diketahui oleh kedua belah pihak, dan pembayaran untuk akad salam harus diterima secara penuh pada saat perjanjian dilakukan.
- 2) *Al-Muslam fih* (barang)

Beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam *al-musalam fih* atau barang yang diperdagangkan dalam *bay' al-salam* adalah sebagai berikut:

- a. Barang harus spesifik dan dapat dianggap sebagai utang
- b. Barang harus dapat diidentifikasi dengan jelas untuk menghindari kesalahan akibat kurangnya pengetahuan tentang jenis barang (misalnya beras atau kain), klasifikasi kualitas (misalnya kualitas utama, kelas dua, atau ekspor), serta jumlahnya
- c. Penyerahan barang dilakukan di masa yang akan datang
- d. Sebagian ulama mensyaratkan penyerahan *muslam fih* ditunda, meskipun Mazhab Syafi'i memperbolehkan penyerahan segera
- e. Boleh ditentukan tenggat waktu untuk penyerahan barang di masa depan
- f. Tempat penyerahan juga perlu ditentukan
- g. Penjualan *musalam fih* sebelum diterima tidak diperbolehkan

¹⁶ Ismail Nawawi, "Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer", Ghalia Indonesia : Bogor (2012) h. 126

- h. Barang yang diserahkan dapat diganti dengan barang lain sesuai kesepakatan.

Persamaan Dan Perbedaan Keabsahan dari Jual Beli Followers Instagram Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Hukum Kompilasi Ekonomi Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara perjanjian atau akad jual beli menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES). Berikut adalah beberapa persamaan yang ditemukan :

1. Pengertian perjanjian jual beli
 - a. Konsep kesepakatan

KUHPerdata mengatur jual beli secara umum dalam Pasal 1457, yang mendefinisikan jual beli sebagai perjanjian dimana satu pihak berkomitmen untuk menyerahkan barang, sementara pihak lainnya berkomitmen untuk membayar harga yang telah disepakati. Pasal 20 ayat 1 KHES menjelaskan bahwa akad adalah kesepakatan dalam perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan suatu tindakan hukum tertentu.

Undang-undang mengatur dalam Pasal 1321 KUHPerdata bahwa kesepakatan yang dibuat karena kekeliruan (*dwaling*), paksaan (*dwang*), atau penipuan (*bedrong*) dapat dianggap sebagai cacat kehendak. Demikian pula, dalam KHES, Pasal 29 hingga Pasal 35 menjelaskan bahwa suatu kesepakatan dapat dibatalkan jika mengandung unsur: kesalahan atau kekhilafan, dilakukan di bawah paksaan, adanya penipuan, atau penyamaran yang merugikan (*ghubn*).

- b. Syarat obyek perjanjian jual beli.

Pasal 1333 KUHPerdata mengatur bahwa suatu perjanjian harus memiliki objek berupa barang yang setidaknya dapat ditentukan jenisnya. Jumlah barang tersebut tidak perlu disebutkan secara pasti, asalkan jumlahnya dapat diketahui atau dihitung di kemudian hari.

Menurut Pasal 76 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), syarat objek dalam transaksi jual beli mencakup beberapa hal, yaitu: barang yang diperjualbelikan harus ada dan dapat diserahkan, memiliki nilai atau harga yang jelas, halal, serta diketahui oleh pembeli. Selain itu, kekhususan barang yang dijual harus diketahui, yang mana penunjukannya dianggap memenuhi syarat apabila barang tersebut ada di tempat jual beli. Sifat barang yang dapat langsung diketahui oleh pembeli tidak memerlukan penjelasan lebih lanjut, dan barang yang dijual harus ditentukan secara tegas pada saat akad.

2. Unsur –unsur wanprestasi

Wanprestasi diatur dalam Pasal 1243 KUHPerdota, yang mencakup beberapa bentuk, yaitu: tidak memenuhi kewajiban sama sekali, memenuhi kewajiban tetapi tidak sempurna, terlambat dalam memenuhi kewajiban, atau melakukan hal yang dilarang dalam perjanjian. Ketentuan serupa juga diatur dalam Pasal 36 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), yang menyebutkan bahwa wanprestasi terjadi jika tidak melaksanakan apa yang telah dijanjikan, melaksanakan kewajiban tetapi tidak sesuai dengan perjanjian, melaksanakan kewajiban tetapi terlambat, atau melakukan sesuatu yang dilarang dalam perjanjian. Meskipun terdapat persamaan dalam hal keabsahan transaksi jual beli online, terdapat pula sejumlah perbedaan antara keduanya, yaitu :

a. Batas umur kecakapan

Pasal 1330 ayat (3) KUHPerdota menyebutkan bahwa seseorang dianggap belum dewasa jika usianya belum mencapai 21 tahun, kecuali jika sudah menikah sebelumnya. Sementara itu, Pasal 5 ayat (1) menyatakan bahwa seseorang yang telah berusia 18 tahun atau pernah menikah, tetapi tidak memiliki kecakapan untuk melakukan tindakan hukum, maka keluarganya dapat mengajukan permohonan ke pengadilan untuk menetapkan wali bagi orang tersebut.

b. Asas-Asas Perjanjian Jual Beli

KUHPerdota memuat sejumlah asas perjanjian, di antaranya: asas kebebasan berkontrak, *asas konsensualisme*, *asas pacta sunt servanda*, dan asas itikad baik. Sedangkan Pasal 21 KHES menyebutkan beberapa asas akad, yaitu: *ikhtiyar* (sukarela), *amanah* (menepati janji), *ihtiyati* (kehati-hatian), *luzum* (tidak berubah), saling menguntungkan, *taswiyah* (kesetaraan), transparansi, kemampuan, tafsir (kemudahan), itikad baik, sebab yang halal, *al-hurriyah* (kebebasan berkontrak), dan *al-kitabah* (tertulis).

c. Akibat hukum wamprestasi

KUHPerdota mengatur bahwa debitur wajib membayar ganti rugi jika terjadi wanprestasi. Selain itu, apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi, pihak lainnya berhak menuntut pembatalan perjanjian. Sedangkan KHES menetapkan bahwa konsekuensi wanprestasi meliputi pembayaran ganti rugi, pembatalan akad jual beli, peralihan risiko, pengenaan denda, dan kewajiban membayar biaya perkara.

Menurut analisis penulis, jual beli *followers* dalam konsep harta (kepemilikan) dapat diperbolehkan karena objek akadnya berupa *amwal* (harta) atau jasa yang dihasilkan melalui keahlian di bidang IT. Dalam perspektif hukum Islam, transaksi ini

tidak melanggar prinsip kepemilikan asalkan dilakukan secara sah dengan memenuhi syarat yang berlaku, termasuk kesepakatan yang jelas antara penjual dan pembeli.

Terkait unsur *gharar*, jual beli *followers* pada dasarnya tidak mengandung penipuan jika kedua belah pihak sepakat mengenai jenis, jumlah, dan kualitas *followers* yang diperjualbelikan. *Gharar* diartikan sebagai ketidakpastian yang merugikan salah satu pihak, sehingga transparansi dan keterbukaan menjadi syarat utama untuk menjamin keabsahan transaksi tersebut.

Meski begitu, potensi *gharar* dapat muncul pasca transaksi, khususnya jika *followers* yang diberikan tidak sesuai harapan, seperti *followers* palsu atau tidak aktif, yang dapat merugikan pembeli. Namun, *gharar* yang tidak memengaruhi inti objek transaksi, seperti risiko terkait keberlanjutan *followers*, masih dianggap dapat diterima selama tidak merugikan secara signifikan, dan transaksi dilakukan dengan itikad baik sesuai kesepakatan.

Simpulan

Transaksi jual beli *followers* Instagram dapat dianalisis dari perspektif hukum positif Indonesia dan hukum ekonomi syariah. Dalam konteks Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), transaksi ini sah jika memenuhi syarat-syarat perjanjian, seperti adanya kesepakatan, kecakapan para pihak, objek yang jelas, dan sebab yang sah. Transaksi jual beli *followers* tersebut dapat memenuhi prinsip kebebasan berkontrak, *asas konsensualisme*, dan itikad baik, asalkan tidak bertentangan dengan hukum, norma kesusilaan, atau ketertiban umum.

Pada perspektif hukum ekonomi syariah, meskipun tidak ada aturan spesifik mengenai jual beli *online*, transaksi ini dapat dianalisis menggunakan prinsip *qiyas*, dengan membandingkannya dengan akad *istishna'* dan *bay' al-salam*. Dalam hukum Islam, transaksi jual beli harus memenuhi syarat seperti kejelasan objek, harga, dan waktu penyerahan barang, serta dilakukan dengan itikad baik. Namun, ketidakpastian kualitas *followers*, seperti penggunaan akun palsu atau tidak aktif, dapat menimbulkan *gharar* (ketidakpastian), yang berpotensi merugikan salah satu pihak.

Terkait kebijakan *platform* Instagram, penting untuk dicatat bahwa Instagram secara tegas melarang penggunaan akun palsu dan praktik manipulatif seperti pembelian *followers* dalam *terms of service* mereka. Pelanggaran terhadap aturan ini dapat mengakibatkan pembatasan akses akun atau sanksi lainnya, yang pada akhirnya dapat memengaruhi validitas serta manfaat dari transaksi tersebut. Oleh karena itu, aspek kepatuhan terhadap kebijakan *platform* juga menjadi pertimbangan penting dalam menilai keabsahan jual beli *followers*.

Berdasarkan analisis ini, penulis mempertimbangkan bahwa mayoritas *followers* yang diperjualbelikan biasanya menggunakan akun palsu. Hal ini tidak hanya melanggar kebijakan *platform* tetapi juga menimbulkan potensi masalah hukum,

seperti penipuan atau ketidaktransparanan dalam transaksi. Dari perspektif hukum ekonomi syariah, penggunaan akun palsu ini dapat mengarah pada ketidakjelasan (*gharar*), yang tidak sejalan dengan prinsip syariah.

Dengan demikian, meskipun transaksi jual beli followers Instagram dapat dianggap sah selama memenuhi prinsip-prinsip dasar perjanjian, risiko hukum dan etika dari ketidakjelasan kualitas followers serta pelanggaran kebijakan platform harus menjadi perhatian serius. Kehati-hatian dan penilaian mendalam diperlukan untuk memastikan bahwa transaksi ini tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga sesuai dengan prinsip keadilan dan kepatuhan terhadap aturan yang berlaku.

Referensi

- Antonio, Muhammad Syafi'i "Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik." Jakarta: Gema Insani. (2014)
- Cahyani, Devi Aviola, Kurniawan, and Lalu Achmad Fathoni. "Jual Beli Followers Melalui Media Sosial Instagram Menurut Hukum Positif Di Indonesia." *Jurnal Commerce Law* 4, no. 2 (2024)
- Ghofur Anshori, Abdul. "Hukum Perikatan Islam di Indonesia". Yogyakarta: Gadjah Mada University Press (2010)
- Kemenag, *Al-qur'an dan terjemahnya*. Bandung : Jabar. (2010)
- Kurniasih BR Bangun, "AKIBAT PERBUATAN HUKUM ANAK DIBAWAH UMUR DALAM PERJANJIAN BANGUN BAGI ATAS AKTA NOTARIS (Studi Putusan Perkara Perdata Nomor 07/Pdt.G/2010/PN-Kis Tentang Perjanjian Bangun Bagi)," *Jurnal Dharmawangsa* 15, no. 2 (2021).
- Makmur, Rakhmat, "Bisnis Online" Bandung: Informatika. (2016)
- Nugroho, Bambang Daru. "Hukum Perdata Indonesia" Bandung: Refika Aditama. (2017)
- Nawawi, Ismail, "Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer. Bogor: Ghalia Indonesia. (2012)
- Projodjodikoro, Wirjono. *Azas-Azas Hukum Perjanjian*. Bandung, P.T. Bale Bandung, 1981.
- Salsabla, Sofha. "Keabsahan Jual Beli Dibawah Tangan Atas Tanah Milik Oleh Salah Satu Ahli Waris Ditinjau Dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata." *Prosiding Ilmu Hukum* 7, no. 1 (2021).
- Suwarjin, "Ushul Fiqh". Yogyakarta: Teras. (2012)
- <http://money.compas.com/read/2021/08/26/091940726/arti-influencer-dan-manfaatny-dalam-promosi-bisnis?page=all>(diakses 20 maret 2023)
- Wahyuni, Sri Ngudi, and Denila Damayanti. "DIGITAL BRANDING MENGGUNAKAN INSTAGRAM FOLLOWER." *INFOS Journal* 1, no. 4 (2019).



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution, ShareAlike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).