

**JUAL BELI FOLLOWERS MEDIA SOSIAL PADA PLATFORM DIGITAL
MENURUT HUKUM EKONOMI SYARIAH
(Studi Kasus pada Website *irvankedesmm.co.id*)**

Ahmad Aufa Mustahdi¹, Cucu Susilawati²

E-mail: ¹ aufamustahdi732@gmail.com, ² cucusuilawati92@uinsgd.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keabsahan jual beli followers melalui situs *irvankedesmm.co.id* menurut perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Penelitian ini mengidentifikasi metode transaksi, mekanisme penambahan followers, serta profil pengguna dan penyedia layanan. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, data primer diperoleh dari situs web tersebut dan wawancara dengan pemilik serta pengguna, sedangkan data sekunder berasal dari penelitian relevan, buku, laporan, dan peraturan terkait. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme jual beli followers adalah inovasi pemasaran berbasis digital yang melibatkan pembayaran melalui QR, e-wallet, atau transfer bank. Namun, transaksi ini dinilai tidak sah menurut Hukum Ekonomi Syariah karena terdapat ketidakjelasan objek transaksi (followers), potensi kerugian bagi pembeli, dan adanya unsur *gharar* (ketidakpastian). Praktik ini juga melanggar prinsip kejujuran, transparansi, dan integritas etis, serta mengandung unsur *tadlis* (penipuan), sehingga dinyatakan tidak sah secara moral dan hukum

Kata Kunci: Jual Beli Followers, Hukum Ekonomi Syariah, Media Sosial, Gharar

ABSTRACT

*This study aims to analyze the legality of purchasing followers through the website *irvankedesmm.co.id* from the perspective of Islamic Economic Law. The research identifies transaction methods, the mechanism for increasing followers, and the profiles of users and service providers. Using a qualitative approach with descriptive methods, primary data were obtained from the website and interviews with its owner and users, while secondary data came from relevant studies, books, reports, and regulations. Data collection involved interviews, documentation, and observation. The findings reveal that the follower-purchasing mechanism is a fully digital marketing innovation, using QR codes, e-wallets, or bank transfers for payments. However, such transactions are deemed invalid under Islamic Economic Law due to the*

ambiguity of the transaction object (followers), potential harm to buyers, and elements of gharar (uncertainty). The practice also violates principles of honesty, transparency, and ethical integrity, including tadbis (fraud), rendering it morally and legally unacceptable.

Keywords: *Buying Followers, Islamic Economic Law, Social Media, Gharar*

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi di era saat ini, praktik jual beli terus mengalami perkembangan yang signifikan. Perubahan konsep dalam dunia bisnis terjadi seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta mengikuti perubahan kebutuhan masyarakat.¹ Sejalan dengan hal tersebut, hukum Islam perlu bersifat fleksibel untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan kondisi masyarakat. Oleh karena itu, dalam menjalankan kegiatan penjualan, penting untuk memiliki tempat yang sesuai guna memfasilitasi pemasaran, publikasi, dan promosi barang dagangan kepada konsumen.² Tujuannya adalah agar transaksi antara penjual dan pembeli dapat berlangsung dengan efisien, salah satu contohnya adalah melalui transaksi jual beli secara *online* menggunakan *platform digital* seperti *Website*³

Jual beli *online* merupakan bentuk kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui *platform digital*, seperti situs *web* atau aplikasi *e-commerce*.⁴ Dalam proses ini, interaksi antara pembeli dan penjual terjadi secara *virtual*, di mana transaksi dilakukan untuk pertukaran barang atau jasa tanpa memerlukan pertemuan langsung. Jual beli *online* memberikan kemudahan akses kepada konsumen untuk mengeksplorasi dan membeli berbagai produk atau layanan dari penjual yang berlokasi di berbagai belahan dunia.⁵ *Platform e-commerce* menyediakan berbagai fitur, termasuk katalog produk, keranjang belanja, proses *checkout*, dan opsi pembayaran yang beragam. Keamanan transaksi, kenyamanan, dan keragaman produk menjadi karakteristik utama dalam perdagangan *online*.⁶ Berbagai jenis barang yang di jual pada *platform digital* mulai dari produk

¹ Ahmad Zainudin, *Transformasi Bisnis Di Era Digital* (Bandung: Penerbit Maju Jaya, 2023).

² Riyani Sijabat et al., "Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Guna Meningkatkan Pemasaran Secara Global," *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan (JEAP)* 1, no. 3 (2024).

³ Budi Santoso, *Strategi Efektif Dalam E-Commerce* (Yogyakarta: Pustaka Digital, 2022).

⁴ Rini Wulandari, *Panduan Praktis Jual Beli Online* (Jakarta: Penerbit Digital Press, 2021).

⁵ Dian Permata, *Revolusi Digital Dalam Perdagangan* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2021).

⁶ Irfan Hidayat, *Panduan Lengkap E-Commerce* (Surabaya: Penerbit Media Nusantara, 2020).

fashion, peralatan elektronik, hingga kebutuhan rumah tangga, tanpa harus ribet meninggalkan rumah.⁷

Perlu diingat bahwa di dalam dunia perdagangan *online*, terdapat praktik yang unik seperti jual beli *followers*. Praktik ini terkait dengan usaha untuk mendapatkan jumlah pengikut atau *followers* di *platform* media sosial melalui transaksi. Meskipun tidak berbentuk barang fisik, *followers* dianggap sebagai komoditas *digital* yang dapat mempengaruhi citra dan popularitas seseorang atau suatu entitas di dunia maya. Praktik jual beli *followers* menciptakan dinamika khusus dalam konteks perdagangan *online*, dengan pertimbangan hukum positif dan hukum islam yang perlu dipertimbangkan. Kehadiran jumlah *followers* dianggap signifikan karena memiliki dampak pada tingkat kepercayaan dan lalu lintas penjualan, khususnya dalam konteks bisnis. Selain itu, jumlah *followers* yang besar juga berperan penting dalam mendukung kebutuhan *endorsement*, baik untuk individu maupun bisnis.

Salah satu *platform* yang mencuat dalam praktik jual beli *followers* adalah *irvankedesmm.co.id*. Situs ini tidak hanya berfungsi sebagai *platform website* biasa, melainkan sebagai penyedia layanan untuk meningkatkan jumlah *followers* di media sosial. *irvankedesmm.co.id* menyajikan berbagai opsi paket *followers* yang dapat diakuisisi oleh pengguna dengan maksud untuk meningkatkan kehadiran mereka di berbagai *platform* media sosial. Umumnya, pengguna akun media sosial bahkan aplikasi *e-commerce* cenderung memprioritaskan pertumbuhan jumlah *followers*, sebab dalam upaya memaksimalkan promosi hal tersebut memberikan keuntungan dengan tujuan untuk menarik perhatian calon konsumen.⁸

Pentingnya *followers* atau pengikut tersebut terletak pada keasliannya, yaitu apakah akun tersebut berasal dari pengguna nyata atau hanya dibuat oleh software atau dikenal sebagai akun palsu (*fake/bot*) yang tidak memiliki keberadaan nyata. *Bot followers*, yang diciptakan melalui perangkat lunak khusus, dapat membuat ribuan *followers* dalam waktu singkat, berbeda dengan akun nyata yang dioperasikan oleh manusia dalam kehidupan nyata. Pentingnya keaslian akun berdampak bahwa akun palsu (*fake/bot*), ketika jumlahnya meningkat, tidak akan memberikan interaksi dengan

⁷ Husainatul Jazilah, "Belanja Online Dan Perubahan Gaya Hidup Perempuan Desa Dadapan Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan," *Jurnal PUBLIQUE* 2, no. 2 (2021).

⁸ Ryan Deiss and Russ Henneberry, *Pemasaran Digital Untuk Pemula* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2021).

pengguna lainnya. Meskipun demikian, sebagaimana umumnya dalam praktik jual beli *followers*, penting untuk mempertimbangkan aspek hukum positif dan hukum Islam nya.

Proses jual beli *followers* dilakukan secara *online*, melibatkan penawaran produk, spesifikasi paket *followers*, kesepakatan, dan pembayaran atas objek yang diperdagangkan melalui *website*. Namun, yang dijual bukanlah barang fisik, melainkan jumlah *followers* pada akun Media sosial. Hukum Islam mengharuskan objek yang diperdagangkan memiliki sifat berwujud, dapat dimanfaatkan, dan bermanfaat bagi manusia. Barang yang tidak memiliki kepemilikan seseorang tidak dapat dijual-beli menurut hukum Islam, sebagai contoh, seperti tidak diperbolehkannya menjual ikan yang masih berenang di laut⁹ Dengan demikian, penting untuk mengetahui sifat objek yang diperdagangkan, apakah bermanfaat bagi manusia, apa wujudnya, dan apakah objek tersebut dimiliki oleh penjual.

Terdapat masalah tentang keaslian dan kualitas *followers* yang diperoleh. Apakah *followers* yang dibeli benar-benar akun aktif dan organik, atautkah mereka hanya akun palsu atau *bot*? Apakah *followers* ini memberikan nilai tambah yang nyata dalam konteks pengaruh dan interaksi sosial? Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah ini dapat membantu dalam menilai keabsahan dan kualitas transaksi ini dari sudut pandang hukum Islam. Menurut Hukum Ekonomi Syariah, perdagangan dan transaksi diatur oleh prinsip-prinsip hukum yang ditetapkan oleh aturan hukum Islam. Prinsip-prinsip ini mencakup aspek keabsahan, keadilan, dan kejujuran dalam transaksi. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap praktik jual beli *followers* pada *platform digital* dapat memberikan wawasan tentang pandangan hukum Islam terhadap praktik ini, termasuk apakah hal itu diperbolehkan, dilarang, atau memiliki batasan tertentu.

Praktik jual beli *followers* tidak hanya mempengaruhi individu secara *pribadi*, tetapi juga memiliki dampak sosial yang lebih luas. Dalam konteks media sosial yang terhubung, jumlah *followers* dapat mempengaruhi persepsi orang terhadap kredibilitas dan otoritas seseorang. Hal ini dapat menciptakan lingkungan yang kurang transparan dan memicu persaingan yang tidak sehat. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dapat membantu dalam memahami dan mengevaluasi dampak sosial dan moral praktik jual beli *followers* ini. Jual beli *followers* di *website irvankedesmm.co.id* merupakan bukan

⁹ Abdul Rahman Ghazaly and dkk, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010).

barang yang berbentuk melainkan berupa penambahan pengikut kepada akun pembeli. Penambahan pengikut tersebut merupakan objek transaksi yang tidak terwujud, dengan beresiko yang akan ditanggung oleh pembeli ketika *followers* yang dibelinya turun, yang dalam arti berhenti *mem-follownya*. Namun adanya tidak keridaan yang pembeli rasakan ketika *followersnya* turun drastis, yang secara proses oleh pihak penjual sudah dijelaskan terkait resiko dan konsekuensi yang akan diterima pada saat akad berlangsung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus yang lebih menekankan analisis atau deskripsi. Dalam proses Penelitian kualitatif, perspektif subjek lebih diutamakan dan Penulis menggunakan landasan teori sebagai pemandu untuk menyesuaikan proses penelitian dengan keadaan di lapangan.¹⁰ Studi kasus, juga dikenal sebagai "*case study*", adalah jenis Penelitian di mana faktor-faktor sosial tertentu dipelajari lebih lanjut sebelum pengumpulan data dilakukan untuk menentukan atau menyelesaikan masalah Penelitian.¹¹ Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi secara tidak langsung pada website www.irvankedesmm.co.id, wawancara terstruktur dengan penjual dan pembeli, studi dokumentasi pada gambar – gambar yang berhubungan dengan masalah penelitian, dan studi pustaka sebagai pelengkap. Adapun teknik pengumpulan data terdiri dari: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹²

PEMBAHASAN

1. Mekanisme Jual Beli Followers Media Sosial pada Website Irvankedesmm.co.id

Kemajuan teknologi telah membuat segala aktivitas menjadi lebih mudah, termasuk di *platform* media sosial yang *familiar* seperti *Instagram*, *facebook*, *Tiktok*, *Twitter (X)*, bahkan *marketplace* sekalipun seperti *Shopee*, *Tokopedia* dan *marketplace* lainnya. Banyak pengguna yang dikenal karena memiliki jumlah

¹⁰ Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (2021).

¹¹ Reski Yohanda, "Metode Studi Kasus: Upaya - Upaya Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 14 Pekanbaru," *KORDINAT* XIX, no. 1 (2020).

¹² Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Alhadharah* 17, no. 33 (2018).

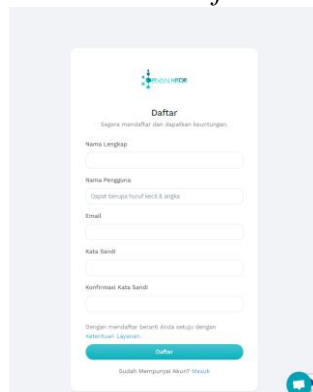
pengikut yang besar, yang mengikuti aktivitas mereka. Bahkan, baru-baru ini di Indonesia, pengelola media sosial tersebut memberikan penghargaan kepada tokoh publik dalam kategori tertentu, salah satunya adalah kategori dengan jumlah pengikut terbanyak. Akibat dari fenomena ini, banyak pengguna media sosial saat ini bersaing untuk menciptakan konten yang menarik guna menambah jumlah pengikut. Bahkan, beberapa dari mereka memilih pendekatan instan dengan membeli pengikut untuk meningkatkan jumlah pengikut mereka.

Penjualan *followers* sebenarnya mirip dengan transaksi pada umumnya, melibatkan penjual, pembeli, dan objek yang diperdagangkan. Dalam konteks jual beli *followers*, terdapat dua jenis yang ditawarkan: *followers* aktif dan *followers pasif*. *Followers* aktif adalah akun yang masih aktif dan digunakan untuk berinteraksi seperti mengikuti, berhenti mengikuti, memberi komentar, memberi like, dan lain sebagainya. Sedangkan *followers* pasif adalah akun yang tidak lagi digunakan oleh pemiliknya, sering kali berasal dari luar negeri.

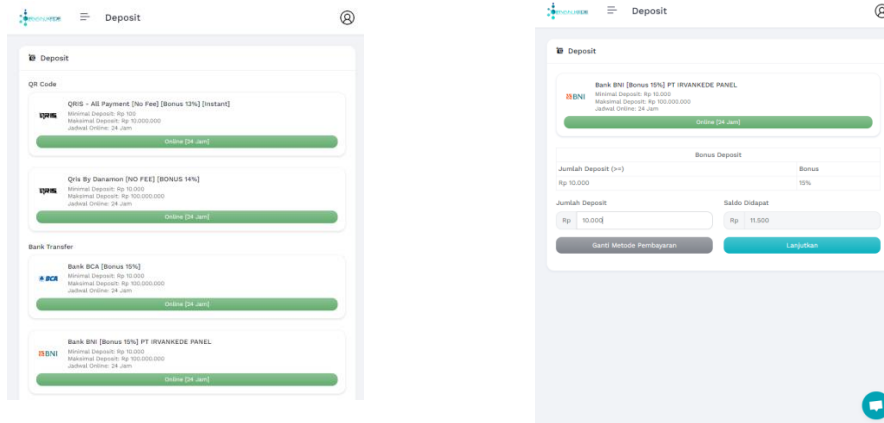
Berikut mekanisme praktik jual beli *followers* pada *website irvankedesmm.co.id* berdasarkan hasil wawancara kepada *owner website* dan studi lapangan:

- a. Pertama calon pembeli masuk ke halaman *website* <https://irvankedesmm.co.id> lalu klik “*register*” terlebih dahulu, isi form yang dibutuhkan untuk bisa masuk ke *website* tersebut.

Gambar 4. 1 Pendaftaran Akun

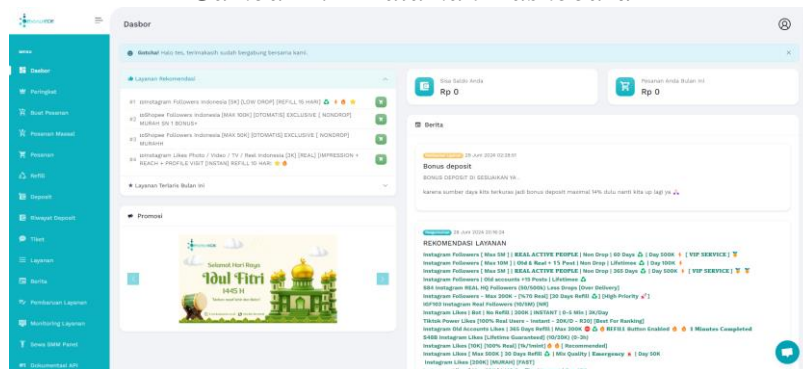


Sumber <https://irvankedesmm.co.id/register>, 2024



b. Setelah melakukan pendaftaran akun, calon pembeli akan langsung diarahkan ke halaman utama (*dashboard*) *website*.

Gambar 4. 2 Halaman Dashboard



Sumber <https://irvankedesmm.co.id/home>, 2024

c. Sebelum melakukan transaksi jual beli *followers*, calon pembeli melakukan pengisian saldo pada akun tersebut, dengan cara klik “*deposit*” pada menu bar di sebelah kiri, lalu pilih metode pembayaran apa yang ingin digunakan.

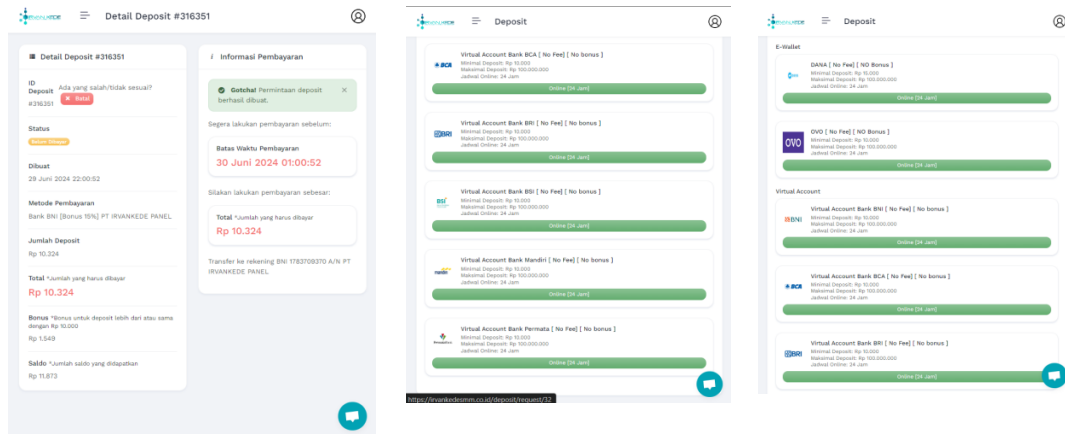
Gambar 4. 3 Halaman Deposit Saldo Akun

Sumber <https://irvankedesmm.co.id/deposit/request>, 2024

Gambar 4. 4 Deposit Melalui Bank BNI

Sumber <https://irvankedesmm.co.id/deposit/request/48>, 2024

Gambar 4. 5 Detail Deposit

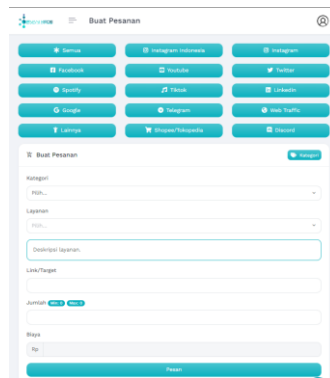


Sumber <https://irvankedesmm.co.id/deposit/316351>, 2024

Pada bagian ini, calon pembeli diharuskan memasukkan jumlah deposit yang diinginkan, lalu transfer ke rekening tersebut dengan nominal yang sesuai. Jika sudah melakukan transfer calon pembedunggu 1-15 menit, saldo akan masuk ke akun secara otomatis.

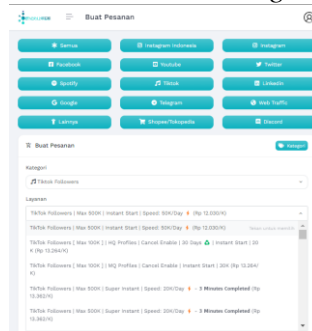
- d. Setelah saldonya masuk, calon pembeli dapat menekan menu “Buat Pesanan” pada bagian kiri menu bar, caranya adalah:
- Pilih salah satu Kategori diantara beberapa kategori yang tersedia
 - Pilih salah satu Layanan yang ingin dipesan.
 - Masukkan Target pesanan sesuai ketentuan yang diberikan layanan tersebut.
 - Masukkan Jumlah Pesanan yang diinginkan.
 - Klik Submit untuk membuat pesanan baru.
 - Lalu Tunggu sampai *followers* masuk.

Gambar 4. 6 Halaman Buat Pesanan



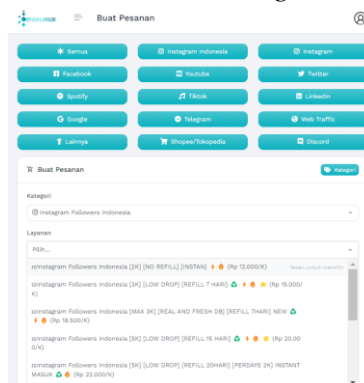
Sumber <https://irvankedesmm.co.id/order/single>, 2024

Gambar 4. 7 Halaman Kategori TikTok



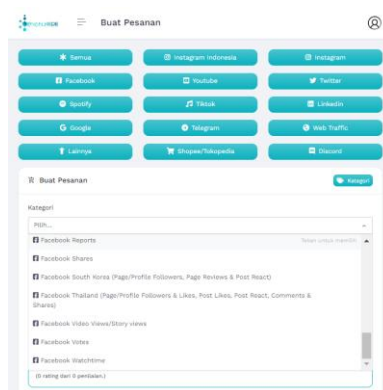
Sumber <https://irvankedesmm.co.id/order/single>, 2024

Gambar 4. 8 Halaman Kategori Instagram



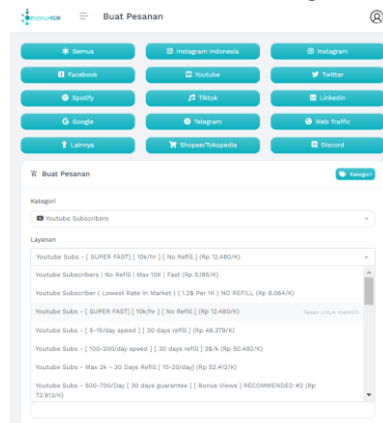
Sumber <https://irvankedesmm.co.id/order/single>, 2024

Gambar 4. 9 Halaman Kategori Facebook



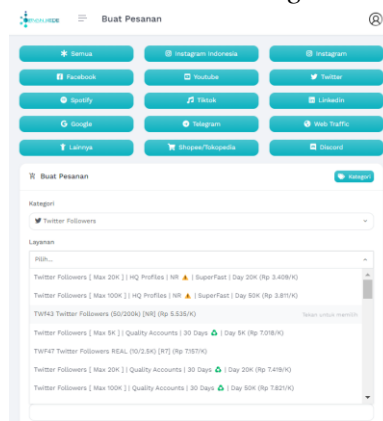
Sumber <https://irvankedesmm.co.id/order/single>, 2024

Gambar 4. 10 Halaman Kategori Youtube



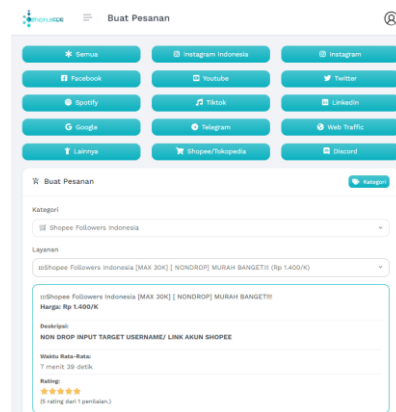
Sumber <https://irvankedesmm.co.id/order/single>, 2024

Gambar 4. 11 Halaman Kategori Twitter (X)



Sumber <https://irvankedesmm.co.id/order/single>, 2024

Gambar 4. 12 Halaman Kategori Shopee



Sumber <https://irvankedesmm.co.id/order/single>, 2024

2. Hukum Jual Beli Follower Media Sosial pada Website Irvankedesmm.co.id menurut Hukum Ekonomi Syariah

Menurut Hukum Ekonomi Syariah, sahnya jual beli adalah memenuhi rukun dan syarat. Berikut adalah penjelasan terkait dengan analisis kesesuaian rukun dan syarat sah dalam jual beli follower media sosial:

a. Penjual dan Pembeli

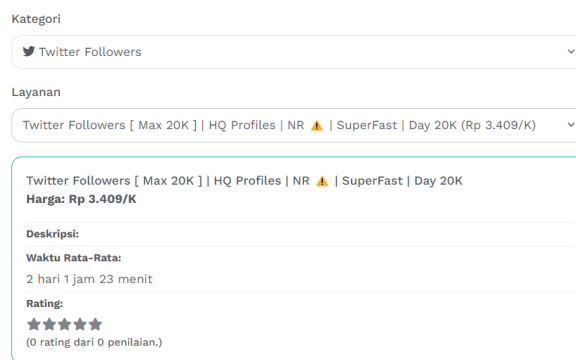
Dalam jual beli follower terdapat penjual dan pembeli yang dapat diidentifikasi sebagai manusia, walaupun jual beli tersebut dilaksanakan secara online dan melalui platform. Menurut penulis, para penjual dan pembeli juga sudah memenuhi syarat sah sebagaimana yang tercantum dalam Fatwa DSN MUI tentang Jual Beli, diantaranya adalah: a) Berakal (Rasyid), para pihak memiliki akal yang sehat dan menyadari sepenuhnya kondisi *followers* yang dibeli; b) Baligh, penjual dan pembeli adalah orang dewasa yang sah secara hukum; c) Cakap Hukum, selama para pihak tidak berada di bawah pengampuan atau ketidakmampuan hukum lainnya; d) Sukarela, para penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli follower tanpa ada paksaan siapapun, biasanya pembeli memang membutuhkan follower di media sosialnya untuk kebutuhan pribadinya.

b. Objek Transaksi (*Mabi'*)

Syarat sah jual beli adalah objek yang diperjualbelikan harus jelas, baik dari segi spesifikasi, kualitas, kuantitas, dan hal-hal lain yang relevan. Dalam konteks jual beli *followers*, objek transaksi adalah penambahan jumlah *followers*. Meskipun

kuantitas *follower* yang ditawarkan jelas, kualitas *followers* (misalnya, apakah mereka akun aktif dan nyata) seringkali tidak jelas atau bahkan disembunyikan. Hal ini dapat menjadi masalah karena tidak sesuai dengan prinsip kejujuran. Ditambah pada halaman *website irvankedesmm.co.id* sebelum kita melakukan pemesanan disitu ada tercantum *form* deskripsi hanya saja *website irvankedesmm.co.id* ini tidak menjelaskan deskripsi nya secara menyeluruh, hanya mendeskripsikan estimasi waktu pengisian *followers* saja. Oleh karena itu, menurut penulis jual beli follower pada webiste tersebut tidak memenuhi syarat sah jual beli menurut Hukum Ekonomi Syariah.

Gambar 4. 13 Halaman Deskripsi



Sumber <https://irvankedesmm.co.id/order/single>, 2024

c. Harga (*Tsaman*)

Berdasarkan syarat sah bahwa harga yang disepakati harus jelas dan diketahui oleh kedua belah pihak tanpa ada yang disembunyikan. Biasanya, harga untuk penambahan *followers* ditetapkan dan disetujui sebelum transaksi dilakukan, dengan demikian harga dalam jual beli follower pada website *irvankedesmm.co.id* telah memenuhi syarat sah jual beli sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah.

d. Shighat (*Ijab dan Qabul*)

Transaksi jual beli harus didasari oleh kesepakatan antara penjual dan pembeli. *Ijab* adalah penawaran dari penjual, sedangkan *qabul* adalah penerimaan dari pembeli. Praktik jual beli *followers*, kesepakatan biasanya terjadi ketika penjual menawarkan jasa penambahan *followers* pada *website irvankedesmm.co.id* dengan menampilkan berbagai macam layanan dan kategori sosial media yang ingin ditambahkan *followers* Nya dan pembeli menyetujui dengan cara “klik” buat

pesanan pada halaman *website irvankedesmm.co.id* dengan melakukan pembayaran menggunakan saldo akun yang sudah penulis jelaskan pada bagian mekanisme praktik jual beli *followers*. Secara teknis, ini bisa memenuhi syarat *ijab* dan *qabul*, tetapi perlu diperhatikan bahwa kesepakatan ini harus didasari oleh kejujuran dan transparansi.

Menurut Hukum Ekonomi Syariah, selain harus memenuhi rukun dan syarat sah jual beli. Jual beli follower juga tidak boleh melanggar prinsip syariah, seperti penipuan (*tadlis*), penyembunyian cacat (*ghisysy*), atau manipulasi harga (*najsy/tanajusy*). Berdasarkan pengamatan penulis, jual beli *followers* seringkali melanggar prinsip ini. *Tadlis* terjadi ketika penjual tidak menginformasikan bahwa *followers* adalah akun palsu atau tidak aktif, terkadang pada layanan tersebut adalah jenis akun aktif, tetapi pada saat *followers* diterima oleh pembeli tidak sepenuhnya akun aktif atau akun campuran aktif dan akun pasif. *Ghisysy* terjadi ketika penjual menonjolkan manfaat atau jumlah *followers* tanpa mengungkapkan kelemahan mereka. *Najsy/tanajusy* bisa terjadi jika penjual atau pihak lain menciptakan kesan palsu tentang popularitas akun melalui *followers* yang dibeli.

Dengan demikian, berdasarkan analisis penulis, jual beli *followers* secara *online* sudah memenuhi rukun sebagaimana yang tercantum dalam Fatwa DSN No. 146/DSN-MUI/XII/2021 tentang *Online Shop* berdasarkan prinsip syariah. Rukun tersebut meliputi adanya penjual dan pembeli yang berakal dan cakap hukum, adanya objek transaksi (*followers*), serta adanya *ijab* dan *qabul* yang dilakukan dalam satu majelis akad melalui platform *online* yaitu *website irvankedesmm.co.id*. Namun, jual beli *followers* secara *online* di *website irvankedesmm.co.id* tidak memenuhi syarat sah pada bagian barang yang diperjualbelikan. Alasannya adalah adanya unsur *gharar* dalam transaksi tersebut.

Selain itu, pihak penjual juga kurang memberikan penjelasan secara mendetail terkait produk atau barang yang diperjualbelikan serta kurangnya informasi yang diberikan oleh *website irvankedesmm.co.id* bahwa akun *follower* yang diterima pembeli adalah akun *follower* yang palsu atau tidak aktif, menimbulkan ketidakpastian dan risiko bagi pembeli. Hal ini menciptakan ketidakpastian mengenai kualitas dan manfaat *followeryang* dibeli, yang berujung pada pelanggaran prinsip kejujuran dan transparansi dalam transaksi syariah. Oleh karena itu, meskipun rukun jual beli terpenuhi, jual beli

followers di *website* irvankedesmm.co.id tidak memenuhi syarat sah menurut prinsip-prinsip syariah.

Praktik jual beli *followers* bertentangan dengan beberapa prinsip syariah, yaitu terdapat ketidakjujuran. Kejujuran adalah nilai fundamental dalam syariah yang mengharuskan setiap individu untuk menyampaikan informasi yang benar dan akurat mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks jual beli *followers*, jumlah pengikut yang ditampilkan pada profil tidak mencerminkan popularitas atau kredibilitas sebenarnya, melainkan hasil dari transaksi pembelian. Ini merupakan bentuk ketidakjujuran karena mengklaim memiliki pengikut yang banyak padahal sebenarnya sebagian besar dari mereka adalah hasil dari pembelian, bukan pengikut asli yang tertarik pada konten yang disajikan.

Jual beli *follower* juga termasuk dalam kategori *tadlis*, yaitu tindakan menyembunyikan cacat atau kekurangan suatu barang atau jasa untuk menipu pembeli. Dengan secara sengaja menyembunyikan fakta bahwa pengikut yang diperoleh adalah hasil dari pembelian, pemilik akun menipu pihak ketiga seperti calon pengikut, pengiklan, atau mitra bisnis, yang mungkin menganggap bahwa akun tersebut memiliki pengaruh yang lebih besar dari yang sebenarnya. Hal ini memberikan gambaran yang keliru tentang popularitas dan kredibilitas akun, yang jelas bertentangan dengan prinsip kejujuran dan transparansi yang diajarkan dalam syariah.

Jual beli *follower* juga melanggar prinsip keadilan. Prinsip keadilan dalam syariah menuntut agar setiap transaksi dilakukan dengan adil dan tidak merugikan pihak manapun. Dalam jual beli *followers*, pihak-pihak seperti pengiklan dan mitra bisnis yang mengandalkan jumlah pengikut sebagai ukuran pengaruh dan nilai promosi dapat dirugikan karena informasi yang mereka terima tidak akurat. Para pembeli mungkin membayar lebih untuk promosi yang sebenarnya tidak sepadan dengan jumlah pengikut yang sebenarnya aktif dan tertarik.

KESIMPULAN

Jual beli *followers* tidak sah karena ada salah satu syarat jual beli yang tidak terpenuhi, seperti tidak memenuhi *ma'qud alaih* akibat ketidakjelasan terhadap barang atau objek yang ditransaksikan. Oleh karena itu, jual beli tersebut menjadi batal atau rusak (*fasid*) dan mengandung banyak *kemudharatan* serta tidak bermanfaat.

Ketidaktermanfaatannya meliputi risiko akun media sosialnya dibanned serta adanya unsur *gharar* yang dapat membuat transaksi menjadi batal atau tidak sah, seperti unsur *gharar* yang terdapat pada objek akadnya, yaitu *followers*, yang menjadi objek dalam transaksi jual beli *followers*.

DAFTAR PUSTAKA

Deiss, Ryan, and Russ Henneberry. *Pemasaran Digital Untuk Pemula*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2021.

Fadli, Muhammad Rijal. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (2021).

Ghazaly, Abdul Rahman, and dkk. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Hidayat, Irfan. *Panduan Lengkap E-Commerce*. Surabaya: Penerbit Media Nusantara, 2020.

Jazilah, Husainatul. "Belanja Online Dan Perubahan Gaya Hidup Perempuan Desa Dadapan Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan." *Jurnal PUBLIQUE* 2, no. 2 (2021).

Permata, Dian. *Revolusi Digital Dalam Perdagangan*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2021.

Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif." *Jurnal Alhadharah* 17, no. 33 (2018).

Santoso, Budi. *Strategi Efektif Dalam E-Commerce*. Yogyakarta: Pustaka Digital, 2022.

Sijabat, Riyani, Feby Caroline, Benget Marcelino Sitinjak, Lenti Susanna Saragih, and Putrikum Aurora Elise. "Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Guna Meningkatkan Pemasaran Secara Global." *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan (JEAP)* 1, no. 3 (2024).

Wulandari, Rini. *Panduan Praktis Jual Beli Online*. Jakarta: Penerbit Digital Press, 2021.

Yohanda, Reski. "Metode Studi Kasus: Upaya - Upaya Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 14 Pekanbaru." *KORDINAT* XIX, no. 1 (2020).

Zainudin, Ahmad. *Transformasi Bisnis Di Era Digital*. Bandung: Penerbit Maju Jaya, 2023.