**Pengetahuan Owner Online Shop Tentang Praktek Jual Beli Followers di Instagram Dalam Pandangan Islam**

**Nur Hasanah. D, Ayu Ruqayyah Yunus2, Ambo Asse3, Sudirman4**

1,2,3Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

e-mail: [anha23hasanah@gmail.com1](mailto:anha23hasanah@gmail.com1), [ayu.ruqayyahy@uin-alauddin.ac.id2](mailto:ayu.ruqayyahy@uin-alauddin.ac.id2), [Yudihsudirman.@gmail.com4](mailto:Yudihsudirman.@gmail.com4)

**ABSTRAK**-Penelitian tentang Pengetahuan Owner Online Shop Tentang Praktek Jual Beli Followers di Instagram Dalam Pandangan Islam, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengetahuan owner online shop tentang praktek jual beli followers serta pandangan Islam dalam praktek jual beli followers di instagram. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi dengan pendekataan deskriptif. Informan dari penelitian ini adalah owner online shop, akademisi, majelis ulama Indonesia (MUI) Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan owner tetang jual beli followers hampir semua owner online shop mengetahui bagaimana mekanisme transaksi jual beli followers, namun mengenai kekurangan dan kelebihan jual beli followers dilihat dari sisi agama masih sangat kurang pemahaman. Sedagkan jual beli followers dalam pandangan Islam itu dilarang karna lebih banyak mudarat nya dari pada manfaat nya, di dalam jual beli *followers* juga tidak memenuhi syarat dan rukun jual beli. Jual beli followers termasuk gharar, bai najasy karna ada kebohongan penawaran, diantaranya *followers* yang digunakan dalam transaksi jual beli kebayakan akun robot/ fake, atau terkadang satu orang mengelola lebih dari beberapa akun.

***Kata Kunci: Jual beli, Followers, Ekonomi Islam***

**PENDAHULUAN**

Di era milenium ini, perkembangan teknologi sangat berkembang pesat dimana hal yang memberi dampak besar bagi berbagai aspek termasuk salah satu dalam perkembangan pola di dunia bisnis. Salah satu hal dalam bisnis yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi ada dalam sektor kecepatan proses dan memperoleh informasi yang berguna bagi pelaku bisnis, antara lain adalah dengan adanya sistem informasi maka bisnis dapat berlangsung singkat, cepat, dan praaktis dibandingkan dengan menggunakan sistem manual seperti dukumen tertulis.

Penggunaan media sosial akhir-akhir ini semakin meningkat, fungsi utama media sosial adalah menjembatani seseorang untuk melakukan interaksi, komunikasi dengan kerabat, teman, dan bahkan digunakan sebagai media mencari teman baru. Akan tetapi, seiring berjalan media sosial tersebut beralih fungsinya tidak hanya untuk media komunikasi akan tetapi digunakan untuk media mengekspresikan diri, media untuk berlomba-lomba meningkatkan popularitas, dan media untuk melakukan transaksi jual beli.

Di Indonesia menjadi 1 dari 5 negara dengan profil instagram bisnis terbanyak. Melakukan berbagai bisnis di instagram tentunya membutuhkan banyak follower agar dapat menarik minat para pengguna instagram. Ghost data mengestimasikan, persentase pengguna instagram yang bersifat bot atau palsu meningkat. Akun palsu di instagram, ada sekitar 95 juta akun palsu yang terdapat di instagram. Follower di instagram terbagi dalam dua kriteria yaitu bot follower atau *real looking follower* dan human follower. *Bot follower* atau pasif follower biasa yang disebut dengan robot adalah follower yang tidak ada aktifitas seperti like dan komen atau follower yang dibuat menggunakan software tertentu sehingga mampu membuat ribuan follower dalam jangka waktu yang singkat. Berbeda dengan real human follower yang memang dijalankan oleh manusia di dunia nyata. Jumlah pengguna instagram di Indonesia hingga November 2019, jumlah pengguna aktif 90 ribu layanan instagram di indonesia dilaporkan telah mencapai 61.610.000 artinya Pengguna instagram dengan gender perempuan paling dominan di indonesia. Tercatat jumlahnya mencapai 50,8%, unggul tipis dari pengguna bergender pria yang mencapai 49,2%.

Jual beli follower ini mengandung kontroversi apakah jual beli follower termasuk dalam jual beli yang diperbolehkan dalam Islam atau termasuk dalam jual beli yang tidak diperbolehkan dalam Islam karena ada yang menganggap jual beli follower tergolong kedalam jual beli yang tidak diperbolehkan dalam Islam karena mengandung unsur bai‟ gharar. Oleh karena itu, permasalahan yang kemudian muncul adalah terdapat pada objeknya karena ketika barang yang diperjual belikan berupa followers, maka akan menimbulkan pertanyaan. Followers itu dapat menjadi objek yang dapat diperjual belikan atau tidak. Selain itu, untuk akun aktif atau “real human followers” penjual tidak memiliki kuasa penuh terhadap objek tersebut, karena pada dasarnya akun tersebut tidak dimiliki oleh penjual. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik mengkaji tentang mekanisme praktik jual beli *followers*, pengetahuan owner shop tentang jual beli *followers* di *Instagram*, pandangan ekonomi islam terhadap praktik jual beli *followers* di *instagra.*

**TINJAUAN LITERATUR**

***Jual Beli***

Jual beli secara bahasa adalah tukar menukar. Kata jual-beli mengandung satu pengertian, yang berasal dari bahasa Arab, yaitu kata ba‟i, berarti menjual12. Jual-beli (ba‟i) artinya menjual, mengganti dan menukar (sesuatu dengan sesuatu yang lain). Kata ba‟i dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata syira‟ (beli). Dengan demikian kata ba‟i berarti kata jual dan sekaligus juga berarti kata beli.

Secara syariat, jual beli adalah tukar menukar suatu harta dengan harta walaupun dalam tanggungan atau tukar menukar harta dengan jasa yang hukumnya mubah dengan transaksi selamanya (bukan bersifat temporal) bukan riba dan pinjaman Transaksi jual beli merupakan aktifitas yang dibenarkan dalam Islam, baik disebutkan dalam al-Qur‟an, al-Hadis maupun ijma‟ ulama. Diantara dasar hukum jual beli ialah: Al-Qur‟an al-Karim surah an-Nisa‟ ayat 29 yakni:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا

Terjemahan: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.” (QS an-Nisa: 29)

Dalam transaksi jual beli terdapat rukun dan syaratnya dimana Menurut Wahbah Zuhaili, demikian pula menurut jumhur ulama, bahwa rukun jual beli meliputi (penjual dan pembeli), (ijab kabul), (objek akad atau barang ) Dalam jual beli terdapat rukun dan syarat yang harus dipenuhi, diantaranya, yaitu: a.*Aqidayn* (yang membuat perjanjian), yaitu penjual dan pembeli, dengan syarat keduanya harus sudah baligh dan berakal sehingga mengerti benar tentang hakekat barang yang dijual, b. Ma‟qud alaih yaitu barang yang diperjual belikan, c. Sighat, yaitu serah terima antara penjual dengan pembeli dengan lafadz yang jelas,

Jual beli yang dibolehkan yaitu jual beli yang memenuhi syariat, memenuhi rukun dan syarat yang ditentukan oleh Al-qur‟an dan Hadist, bukan milik orang lain, tidak tergantung pada hak khiyār lagi. Sebagian jumhur ulama berpendapat bahwa akad atau jual beli yang keluar dari ketentuan syari‟at harus ditolak atau tidak dianggap, baik dalam muamalah maupun ibadah. Begitu juga sebaliknya jika jual beli yang dilakukan telah memenuhi syariat Islam, maka jual beli tesebut masuk dalam kategori jual beli sah.

Jual beli dikatakan sebagai jual beli yang batal apabila salah satu atau seluruh rukunnya tidak terpenuhi, atau jual beli itu dari segi hukum dan sifatnya tidak disyari‟atkan sebagaimana hadis Nabi Saw, yakni: Berdasarkan hadis tersebut, jual beli gharar adalah jual beli barang yang mengandung kesamaran, atau jual beli benda yang tidak ada atau dikhawatirkan tidak ada, dan atau jual beli barang yang tidak dapat diserahkan.

***Instagram***

iinstagram berasal dari 2 (dua) kata yaitu insta dan telegram. Jadi instagram ialah sebuah aplikasi untuk mengambil foto, lalu membagikan foto dengan mudah dengan filter-filter yang menarik. Instagram ada sejak tahun 2010 dimana pendirinya ialah Kevin Systrom dan Mike Krieger. Kevin adalah mahasiswa lulusan tahun 2006 dari Universitas Stanford program studi Management Science and Engineering,sedangkan Mike ialah sarjana lulusan Universitas Standford yang fokus pada Human Computer Interaction.

Instagram merupakan sebuah aplikasi khusus berbagi foto dengan fungsinya untuk mengunggah foto (upload), mengambil foto (download), mengedit foto, menambahkan filter digital foto (efek foto), memberi komentar pada foto, memberi judul foto, memberi lokasi foto, memberi tanda like pada foto, dan membagikan foto ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya. Ada beberapa fitur-fitur yang terdapat diaplikasi instagram, yaitu sebagai berikut: Pengikut (followers), menggunggah foto (share), judul foto (caption), mention atau arroba, hastag, geotag atau lokasi, tanda suka (like atau love), dan komentar.

***Followers***

Followers (pengikut) adalah sebuah akun yang mengikuti akun lainnya. Followers terbagi menjadi 2 (dua) macam, ialah:

1. Followers aktif ialah real account atau pengikut yang mempunyai kemampuan untuk memberikan tanda suka atau like pada unggahan, serta mereka juga dapat melakukan untuk berhenti mengikuti (unfollow) akun lainnya.
2. Followers pasif ialah sebuah akun boot (palsu) yang tidak dapat melakukan tanda suka atau like pada sebuah postingan, serta biasanya akun ini didapat dari akun yang sudah tidak terpakai

**METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian lapangan yaitu metode dengan mengumpulkan secara khusus mengenai realitas transaksi jual beli followers di instagram. Dalam penelitian ini penulis akan mengamati langsung transaksi jual beli followers di media sosial Instagram**.** Penelitian ini dilakukan di lokasi Makassar yang secara khusus mengambil objek penelitian yaitu Owner online shop (skincare), Akademisi, Adapun Teknik pengumpulan data melalui metode wawancara, obserfasi dan dokumentasi

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

***Pengetahuan Owner Online Shop Tentang Praktek Jual Beli Followers***

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting. Dimana jumlah tanda suka dari pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Hal tersebut merupakan salah satu alasan terjadinya transaksi jual beli di instagram, baik untuk akun pribadi ataupun akun online shop.

Marak terjadi pembelian followers yang dilakukan oleh akun online shop demi meningkatkan penjualan, karena mereka menganggap bahwa banyaknya jumlah followers suatu akun online shop akan lebih menarik perhatian para calon konsumen. Sehingga besar kemungkinan calon konsumen akan lebih banyak berbelanja pada online shop yang memiliki followers yang lebih banyak. Namun, hal tersebut tidak berpengaruh signifikan pada peningkatan penjualan karena akun dari followers yang dibeli kebanyakan akun robot atau akun fake. Selain itu jumlah follower yang bertambah dari pembelian follower akan berkurang seiring waktu. hal tersebut sebagaimana yang di jelaskan oleh pileshop, bahwa:

*“...Banyaknya followers diperoleh dari hasil membeli followers tidak akan memberi pengaruh terhadap jumlah penjualan, karena kebanyakan akun fake dan robot...*

Adapun mekanisme jual beli followers di media instagram baik dari sisi akad yang digunakan, akad perjanjiannya, objek akadnya, dan sebagainya peneliti akan menguraikannya pada pembahasan di bawah ini :

1. Transaksi Jual Beli Followers

Transaksi jual beli followers sama saja dengan transaksi pada umumnya, di mana terdapat penjual, pembeli, barang yang diperjualbelikan dan alat penukar. Dalam melakukan transaksinya terdapat dua mcam cara, yaitu melalui online dan dengan cara offline (cod)

1. Penentuan Harga dan atau Cara Pembayaran-nya

Penentuan harga atau cara pembayaran dilakukan dengan cara sebagaimana peneliti jelaskan di atas. Harganya sendiri bervariasi, tergantung jumlah followers yang diinginkan oleh pembeli.

1. Jenis Akun

Dalam instagram yang saat ini semakin berkembang dan diminati oleh masyarakat, tentunya menimbulkan berbagai kegiatan dari setiap penggunanya. Hal itu yang menjadikan instagram sebagai media kreatifitas maupun interaksi dan bersosialisasi. Hal ini yang menimbulkan adanya berbagai jenis akun dalam setiap kegiatan masingmasing penggunanya. Namun dalam era globalisasi ini instagram lebih mendominasi untuk kegiatan berekonomi dan bersosial. Salah satunya adalah adanya akun yang mewadahi setiap kelompok atau kalangan, seperti hal-nya forum- forum yang bersifat public figure. Dan ada pula yang bersifat untuk pemasaran produk. Hal ini yang medorong salah satu pengguna media sosial tersebut sebagai peluang bisnis untuk jual beli akun instagram.

1. Jumlah followers

Kegiatan jual beli akun instagram tentunya tidak lepas dari adanya followers. Followers itu sendiri adalah nama lain dari pengikut akun instagram. Dalam akun instagram, followers sangat berpengaruh terhadap harga jual beli dari akun instagram. Karena semakin banyaknya jumlah “followers” dari sebuah akun instagram menunjukan eksistensi dari pemilik akun tersebut.

***Pandangan Ekonomi Islam Tentang Jual Beli Followers***

Secara syariat, jual beli adalah tukar menukar suatu harta dengan harta walaupun dalam tanggungan atau tukar menukar harta dengan jasa yang hukumnya mubah dengan transaksi selamanya (bukan bersifat temporal) bukan riba dan pinjaman

Pertama, barang yang menjadi objek transaksi benar-benar milik sah penjual atau orang yang melakukan akad. Dalam artian bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli atas suatu barang adalah pemilik sah barang tersebut dan atau telah mendapatkan izin dari pemilik sah barang tersebut.

Kedua, hendaknya barang yang akan dijual ada. Dengan demikian, tidak sah jual yang tidak ada wujud barangnya sama sekali, seperti menjual janin dari janin hewan yang masih ada dalam kandungan, ataupun menjual sesuatu yang kemungkinan besar akan tidak, seperti janin yang masih ada dalam kandungan dan air susu yang masih ada dalam sumber asalnya

Ketiga, barang yang akan dijual bernilai. Perihal ini selain barang bernilai juga halal, dapat dimiliki, dapat disimpan, dan dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

Keempat, barang yang akan dijual bisa diserahterimakan pada saat transaksi atau pihak penjual dapat atau mampu menyerahkan. Sehubungan dengan ini, yang dimaksud dengan mampu menyerahkan yaitu bahwa pihak penjual (baik sebagai pemilik maupun sebagai kuasa) dapat menyerahkan barang yang dijadikan objek jual beli sesuai dengan bentuk dan jumlah yang diperjanjikan pada waktu penyerahan barang kepada pihak pembeli.

Kelima, kepemilikan dan otoritasnya. Artinya masingmasing pihak yang terlibat transaksi harus cakap hukum dan merupakan pemilik otoritas atau kewenangan untuk melakukan penjualan atau pembelian suatu barang. Otoritas ini dapat diwakilkan kepada orang lain yang juga harus cakap hukum

Adapun pendapat Bapak Trisno, bahwa:

*“Jual beli followers ini, dalam faqar di Indonesia menurut ustadz dr. Irwandi Tarmizi mengatakan bahwasanya ini tidak boleh karna dia termasuk bai najasy “rekayasa pasar” namun berbeda yang dikemukakan oleh dr. Syahroni, membolehkan transaksi jual beli followers akan tetapi dengan syarat tidak boleh ada gharar di dalamnya. Namun saya lebih condong ke pendapat dr. Syahroni tarmizi karena jual beli followers itu yang saya liat orang sengaja beli followers dengan harapan barangnya bisa terjual lebih mudah, karena para calon kostumer menggangap olshop ini banyak followersnya”*

Seperti yang dikemukakan oleh pak Trisno bahwa jual beli followers tidak diperbolehkan karena besifat gharar (tidak jelas). Jual beli dikatakan sebagai jual beli yang batal apabila salah satu atau seluruh rukunnya tidak terpenuhi, atau jual beli itu dari segi hukum dan sifatnya tidak disyari‟atkan sebagaimana hadis Nabi Saw, yakni :Berdasarkan hadis tersebut, jual beli gharar adalah jual beli barang yang mengandung kesamaran, atau jual beli benda yang tidak ada atau dikhawatirkan tidak ada, dan atau jual beli barang yang tidak dapat diserahkan.

Di dalam Islam jual beli sudah dibagi menjadi jual beli yang di sah kan dan jual beli yang dilarang, adapun pandangan dan harapan terhadap orang mempraktikkan jual beli follower , sebagaimana yang dikatakan pak Trisno bahwa:

*“Terkait dengan seperti ini butuh edukasi baik itu dari pemerintah mungkin ada regulasi yang dibuatkan pemerintah terkait jual beli followers ini bagaimana batas-batasanya termasuk dari MUI yang mengambil peran dalam mengedukasi kepada masyarakat”*

Pandangan dan harapan pak Trisno selanjutnya adalah melakukan pengedukasian kepada masyarakat terkait jenis jual beli yang dilarang dan di bolehkan, bagaimana alur jika terdapat hal yang merugikan dalam melakukan transaksi salah satu caranya yaitu dengan berperan aktif di sosial media yang merupakan salah satu cara bersosialisasi yang dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat.

Sependapat dengan para akademisi, pihak MUI juga menytakan bahwa transaksi jual beli followers diperbolehkan tapi transaksinya harus memnuhi rukun dan syarat jual beli, serta terhindar dari unsur gharar, maisir dan riba. Namun adanya gharar dalam transaksi jual beli followers, membuat transaksi tersebut menjadi terlarang. Sebagaimana pendapat ibu Rahma, bahwa:

*“Jual beli beli followers dibolehkan selama dalam proses transaksinya telah memenuhi syarat dan rukun jual beli, salah satu point penting yang harus diperhatikan dalam jual beli adalah didalamnya tidak boleh ada unsur gharah, maisir dan riba”.*

Oleh karena itu, jika jumlah followers yang diperjualbelikan tidak pasti diserahterimakan, maka tidak diperkenankan karena ada unsur gharar. Melihat data sebagaimana di atas, tentunya memiliki nilai negatif karena harapan dengan membeli followers supaya pembeli dapat memanfaatkannya tetapi atas adanya followers palsu menimbulkan kerugian dari pembeli. Apalagi jika digunakan untuk akun olshop, dimana pemilik akun menghendaki untuk membeli followers aktif supaya dapat memberikan komentar dan memberikan tanda suka serta dapat menarik pembeli berkeinginan untuk membeli barang, tetapi yang didapat ialah followers palsu yang tidak dapat melakukan aktivasi

Ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugraheni Larasati dengan judul *“Analisis Jual Beli Followers Di Instagram Dalam Perspektif Fatwa DSN-MUI NO.110/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Jual Beli*” yang berkesimpulan bahwa dalam transaksi jual beli followers instagram yaitu sama seperti transaksi jual beli pada umumnya. Transaksi jual beli followers barang tidak ada pada saat transaksi dan penjual yang tidak memiliki hak atas suatu barang yang diperjualbelikan termasuk adanya unsur gharar,

**KESIMPULAN**

Pengetahuan owner tetang jual beli followers hampir semua owner online shop mengetahui bagaimana mekanisme transaksi jual beli followers, namun mengenai kekurangan dan kelebihan jual beli followers dilihat dari sisi agama masih sangat kurang pemahaman. Serta praktik-praktik jual beli followers para owner online shop sekedar menggangap bahwa transaksi tersebut hanya praktek jual beli jasa yang sama dengan transaksi jual beli yang lain.

Transaksi jual beli followers menurut Fatwa DSN MU.No.110/DSNMUI/IX/2017 Tentang Akad Jual Beli dalam objek jual belinya hukumnya tidak sah, karena syarat jual beli tidak terpenuhi mengenai objek pada transaksi tersebut, yaitu Pertama, followers yang dijual bukan miliknya, karena penjual yang tidak memiliki hak atas suatu barang yang diperjualbelikan termasuk adanya unsur gharar, yang mengakibatkan akun yang dibeli tersebut akan menghilang. Kedua, memperjualbelikan akun followers pasif maka akun pasif tersebut akun bot (palsu) yang tidak diketahui masih dipergunakan atau tidak. Ketiga, dalam transaksi jual beli followers barang tidak ada pada saat transaksi.

**REFERENSI**

Abdullah, Boedi, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamallah*, Bandung: Pustaka Setia (2014).

Al-Gozzi, Muhammad Qosim, *Fath al-Qorib al-Mujib*, Beirut: Dar-alkutub Alilmiah (2003).

al-Khalafi, Abdul Azim bin Badawi, *Al-Wajīz*

Anisa, Nur, Hukum Islam Praktik Jual Beli Followers, Likes, Viewers Diinstagram, UIN Raden Intan Lampung, *Skripsi*, (2018).

At-Tirmidzi, *Sunan At-Tirmidzi*, Juz 3, Nomor Hadis 1209, Maktaba Kutub Al-Mutun, Silsilah Al-„Ilm An-Nafi‟, Seri 4, (1426 H).

Bungin, Burhan, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers (2015).

Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalat),* Jakarta: t.p (2003).

Https://instaindo.com/jasa/tambah-followers.php Di Akases 18 Agustus 2020.

Https://www.hipwee.com/list/ingin-beli-followers-di-instagram-cekdulu-5-hal-ini/

Huda, Qamarul, *Fiqh Muamalah*.

Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Social,* Jakarta: Gaung Persada (2008).

Karimi, Izzudin, *Fikih Muyassar*, Jakarta: Darul Haq (2017).

Kartono, Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mandar Maju (1996).

Kementrian Agama RI, *Al-Qur‟an Al-Karim dan Terjemahannya*, Semarang: Toha Putra Semarang (2002).

Landsverk, Kjell H. *The Instragam Handbook*, Terj. Gita Haris, Prime Head: Limited United Kingdom, (2004).

Landsverk, Kjell H., The Instragam Handbook, Terj. Gita Haris, Prime Head: Limited United Kingdom, 2004.

Miranda, Sofia, Pengaruh Instragam Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universiats Riau, *Jurnal Jom FISIP,* Vol. 4, No. 1, (Februari 2017).

Moleong, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya (2017).

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam,* Jakarta: Rajawali Pers (2017).

Mulyo, Hadi, *Falsafah dan Hikmah Hukum Islam,* Semarang: Adhi Grafika (1992). 70

Munawwir, AW, *Kamus al-Munawwir Arab – Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Progresif (1984).

Nahdiah dan Syarif Hidayatullah, Analisis Bai‟ Gharar Terhadap Jual Beli Followers di Instagram, *Jurnal Al- Mizan*, Vol. 3, No. 2, (Agustus 2019).

Perkembangan Teknologi, https://library.binus.ac.id di Akses pada 18 Agustus 2020.

Permata, Ariesta Ayu, Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya Melalui Instragam*, Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universiats Airlangga Surabaya*, 2016.

Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. Sebanyak inikah jumlah pengguna instagram di Indonesia, *Kompas.com*. (Di akses pada Tanggal 15 Agustus 2020)

Purwidiantoro, Moch Hari, dkk. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM), *Jurnal Eka Cida*, Vol. 1, No. 1, (Maret 2016).

Qori, Daniel Al, Transaksi Jual Beli Followers Di Instagram Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Studi Islam*, Vol. 12, No. 15, (Agustus 2019).

Rahayu, Eswanto Sugeng dan Siti Laela, “Pengaruh Minat Berwirausaha Dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kewirausahaan Mahasiswa”, *Jurnal Penegembangan Wiraswasta*, Vol. 20, No. 3, (Desember 2018).

Shobirin, Jual Beli Dalam Pandangan Islam, *Jurnal Bisnis*, Vol. 3, No. 2, (Desember 2015).

Subagyo, Joko, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek,* Jakarta: Rineka Cipta (1991).

Sudaryono, *Metodologi Penelitian,* Depok: PT Raja Grafindo Persada (2018).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, (2017).

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,* Bandung: Alfabeta (2015).

Surakhmad, Winarno, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode, dan Teknik,* Bandung: Tarsito, (1990).

Syafei, Rachmat, *Fiqih Muamalah Untuk UIN, STAIN, PTAIS, dan Umum*, Bandung: Pustaka Setia, Cet. Ke-10 (2001).

Syafei, Rachmat, *Fiqih Muamalah Untuk UIN, STAIN, PTAIS, dan Umum*.

Www. Instraviral.com.

Yazid, Muhammad, *Hukum Ekonomi Islam*, Sidoarjo: Cahaya Intan (2014). Zuhaili, Wahbah, *Al-Fiqh Al-Islam wa Adillatuhu,* Juz 5.

Zuhaili, Wahbah, *Al-Mu’tamad fi Al-Fiqh Al-Syafi’i,* Juz 3.

**Wawancara**

Trisno (31 tahun), Akademisi, *Wawancara*, Samata, 30 Maret 2021

Zulfikar Darusalam M.Si.M.Idam (33 tahun), Akademisi, *Wawancara* Samata, 30 Maret 2021

Dr. Hj. Rahmawati Muin, M.Ag., Majelis Ulama Indonesia (MUI), *Wawancara*, Samata, 12 Juli 2021.

Muthia Zhafirah Ali (21 tahun), Owner Pileshop, *Wawancara*, Makassar, 3 Maret 2021.

Nikma Sandewi (23 tahun), Owner Love.Beeme, *Wawancara,* Makassar, 5 Maret 2021.

Ruhul Fadilah (22 tahun), Owner Loheshop, *Wawancara*, Makassar, 5 Maret 2021.