

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap orang mempunyai hak yang wajib selalu diperhatikan orang lain dan dalam waktu sama juga memikul kewajiban yang harus ditunaikan terhadap orang lain. Hubungan hak dan kewajiban diatur dengan kaidah-kaidah hukum guna menghindari terjadinya bentrokan antara berbagai kepentingan.¹ Hukum yang mengatur tersebut dikenal dengan muamalah, muamalah adalah segala peraturan yang diciptakan Allah untuk mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam hidup dan kehidupan. Menurut Hudori Bik : “muamalah adalah semua akad yang membolehkan manusia saling menukar manfaatnya.”²

Bidang muamalah saat ini sangat cepat mengalami perkembangan, karena hubungan ekonomi pada dasarnya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Manusia memerlukan bantuan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam kegiatan ekonomi tukar menukar harta atau jasa sangat lazim. Dan yang perlu diingat bahwa dalam kegiatan tersebut Islam mengatur untuk mencapai kemaslahatan dan menghilangkan bahaya.

¹Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalah (Hukum Perdata Islam)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), 11-12.

² Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 2.

Muamalah memiliki prinsip mubah, kecuali yang ditentukan lain oleh al-Qur'an dan sunnah Rasul, dilakukan atas dasar sukarela, mendatangkan kemanfaatan dan menghindari kerusakan serta dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan. Prinsip pertama mengandung arti bahwa hukum Islam memberi kesempatan luas perkembangan bentuk dan macam muamalah baru sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat kecuali beberapa hal yang telah ditentukan oleh *syara'*.

Hal tersebut karena tujuan umum *syāri'* dalam mensyari'atkan hukum ialah merealisasikan kemaslahatan manusia dalam kehidupan ini; menarik keuntungan untuk mereka dan melenyapkan bahaya dari mereka.³

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela antara kedua pihak, yang satu menerima benda dan pihak lain yang menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan *syarā'* yang disepakati, artinya memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun dan hal-hal lainnya dengan jual beli. Dalam perincian rukun dan syarat itu terdapat perbedaan pendapat di kalangan ulama, namun secara substansi mereka tidak berbeda. Rukun yang pokok dalam akad jual beli adalah *ijāb qabūl* yaitu ucapan penyerahan hak milik di satu pihak dan ucapan penerimaan di pihak lain. Adanya *ijāb qābul* dalam transaksi ini merupakan indikasi adanya rasa suka sama suka dari pihak-

³Abdul Wahhab Khallaf, *Kaidah-kaidah Hukum Islam Ilmu Ushul Fiqh*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 321.

pihak yang mengadakan transaksi.⁴ Adapun ketentuan dalam *ijāb qabūl* diantaranya adalah jelas dan dapat dipahami maksud dari akad, terdapat kesesuaian antara *ijāb* dan *qabūl* dan dilakukan dalam satu majelis.

Salah satu syarat barang yang diperjualbelikan adalah bermanfaat, artinya manfaat yang dikehendaki adalah sesuai dengan tujuan *syara'*, karena pada dasarnya sebuah kemanfaatan itu melekat pada barangnya. Maka bangkai, *khamr* dan benda-benda haram lainnya tidak boleh diperjualbelikan. Syarat yang lain adalah harus diketahui perihal barangnya, maka tidak diperkenankan menjual barang yang tidak diketahui kualitas maupun kuantitasnya, karena dalam barang tersebut terdapat unsur penipuan.

Islam melarang jual beli yang mengandung unsur penipuan atau ketidakjelasan, baik dari segi objek maupun cara bertransaksi. Hal tersebut karena terdapat unsur memakan harta orang lain dengan cara batil. Dalam al-Quran disebutkan

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَعْضٌ بِاللَّيْلِ وَتَأْخُذُوا بِالْحُكْمِ إِلَىٰ أَرْوَاحِكُمْ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : *Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan*

⁴Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), 195

*sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui (Al-Baqarah:188).*⁵

Dengan demikian setiap aktifitas perdagangan yang dilakukan oleh orang Islam harus sejalan dengan norma-norma perdagangan yang telah diatur dalam Islam.

Dunia saat ini sedang memasuki era global dengan kemajuan teknologi informatika di satu sisi dan kebangkitan nasionalisme dan spiritual di sisi lain. Budaya global juga ditandai dengan era “ekonomi baru”, dan posisi hukum semakin diperlukan guna mengaturnya.⁶ Perkembangan terkini dari internet menjadikan internet sebagai sebuah gaya hidup baru dalam kehidupan manusia mulai menjadi wacana paling populer baik dalam kajian diskusi ilmiah maupun non ilmiah. Pemicu utama berkembangnya internet dan makin maraknya pemakaian internet adalah perkembangan *World Wide Web* yang didesain oleh Tim Benner-Lee dan staf ahlinya di laboratorium CERN (*Council European Pour la Recherche Nucleaire*) di Jenewa Swiss pada tahun 1991.⁷

Pada perkembangannya internet mampu memberikan kemudahan bagi penggunaannya di seluruh dunia, dengan konsep yang menghubungkan manusia

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: Dirjen PPBPAI, 1981), 30.

⁶ Abd. Shomad, *Hukum Islam, Penormaan Prinsip Syari'ah dalam Hukum Indonesia*, (Jakarta: Kencana 2010), 73.

⁷ Triton Prawira Budi, *Mengenal E-Commerce dan Bisnis Dunia Cyber*, (Yogyakarta: Argo Publisher, 2006), 12.

tanpa dibatasi oleh teritorial negara. Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat cepat sangat dipengaruhi oleh keberadaan internet.

Diantara berbagai layanan yang berkembang dalam internet, terdapat kecenderungan bahwa masyarakat lebih memfungsikan pada aktifitas komunikasi, yang sekarang lebih dikenal dengan jejaring sosial (*social networking*). Situs jejaring sosial merupakan sebuah *web* berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat *list* pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Tampilan dasar situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna yang di dalamnya terdiri dari identitas diri dan foto pengguna.

Dari runtutan sejarahnya memasuki tahun 2006, penggunaan *Friendster* dan *Myspace* mulai tergeser dengan adanya *Facebook*. *Facebook* dengan tampilan yang lebih modern memungkinkan orang untuk berkenalan dan mengakses informasi seluas-luasnya. Tahun 2009, kemunculan *Twitter* ternyata menambah jumlah situs jejaring sosial. *Twitter* menggunakan sistem mengikuti-tidak mengikuti (*follow-unfollow*), dimana kita dapat melihat status terbaru dari orang yang kita ikuti (*follow*).⁸

Twitter memiliki beberapa istilah yang sangat populer yaitu *following* dan *follower*. *Following* adalah member lain yang mengikuti atau

⁸Anonim, "Situs Jejaring Sosial"http://id.wikipedia.org/wiki/Situs_jejaring_sosial diakses 4 Desember 2012

ditambahkan ke dalam daftar teman kita. Sedangkan *follower* adalah daftar member lain yang mengikuti atau menambahkan kita ke dalam daftar temannya.

Perbedaan antara *Facebook* dan *Twitter* terlihat menonjol dari aspek pertemanan. Dalam *Facebook* pertemanan harus mendapat persetujuan dari pengguna akun, sehingga memiliki konsekuensi bila tidak mendapat persetujuan maka akses terhadap pengguna yang diinginkan tidak dapat terjadi. Hal ini berbeda dengan *Twitter* yang mengusung konsep *follow-unfollow*, meskipun tanpa persetujuan orang yang mengikuti akun *Twitter* orang lain akan mendapat berita di *timeline*.

Asumsi yang berkembang kemudian adalah jumlah *follower* bisa dijadikan sebagai salah satu indikator kepopuleran seseorang di *Twitter*. Apalagi saat ini *Twitter* bisa digunakan sebagai tempat untuk mencari uang. Dan bisa jadi jumlah *follower* yang dimiliki menjadi pertimbangan sebuah *brand* mendekatinya. Sebenarnya banyaknya jumlah *follower* ditentukan oleh akun itu sendiri baik dari kualitas kicauannya, relasi dalam dunia nyata seperti yang dialami oleh *public figure* baik artis, politisi, penulis, motivator, pebisnis ataupun kalangan remaja yang ingin mendapatkan popularitas.

Dari portal berita *online* al-Eqtisadiyah menyebutkan bahwa sekitar 21 persen *follower* dari tokoh agama Saudi Ayed al-Qarni tidak nyata, dan 30 persennya tidak aktif. Laporan tersebut menambahkan, sekitar 25 persen

follower dari tokoh agama Muhammad al-Arifi tidak nyata dan 50 persennya tidak aktif. Dari laporan tersebut memberikan dampak terhadap reputasi dan kredibilitas para pemimpin agama, di mana mereka umumnya menggunakan forum sosial media untuk menyebarkan doktrin-doktrin agama dan ide mereka. Di luar Arab Saudi, pembelian *follower Twitter* dilakukan oleh kandidat Presiden Amerika dari Partai Republik, Newt Gingrich dan Mitt Romney. Akun Romney menimbulkan spekulasi karena tiba-tiba mengalami peningkatan *follower* secara drastis.⁹

Hal tersebut juga berkembang di Indonesia, terdapat cara untuk mendapatkan *follower* banyak dengan mudah, adapun *follower* tersebut terbagi dalam dua kriteria yaitu *bot follower* atau *real looking* dan *human follower*. *Bot follower* atau biasa dikenal dengan robot adalah *follower* yang dibuat menggunakan *software* tertentu sehingga mampu membuat ribuan *follower* dalam jangka waktu beberapa hari saja, berbeda dengan yang *real human* yang memang dijalankan oleh manusia pada dunia nyata.

Adapun latar belakang pembelian *follower* tersebut adalah untuk kegiatan bisnis baik pemasaran produk oleh perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan internet ataupun perseorangan yang menggunakan *blog* atau

⁹Anonim, "Praktik Jual Beli *Follower* Twitter Berhasil Diungkap" <http://www.lensaIndonesia.com/2012/08/05/praktik-jual-beli-follower-Twitter-berhasil-diungkap.html> diakses tanggal 4 Desember 2012.

website yang terintegrasi ke akun *Twitter* langsung. Selain itu digunakan pula untuk meningkatkan popularitas seseorang atau untuk reputasi semata.

Persoalan yang muncul kemudian terdapat pada obyeknya tadi bahwa pihak *Twitter* melakukan penghapusan untuk akun-akun yang tidak melakukan kicauan, maka dapat dipastikan pada *follower bot* akan mengalami penyusutan dalam jangka waktu yang singkat. Hal ini dikarenakan *follower bot* merupakan *follower* yang tidak dikehendaki oleh pihak *twitter*, pada dasarnya *follower bot* tidak melakukan *tweet* sama sekali.

Pembelian terhadap *follower bot* ini juga digunakan untuk mengelabui pengguna *Twitter* lain agar ikut *follow* akun terkait, karena kecenderungan adanya persepsi semakin banyaknya *follower* semakin menarik pula pemilik akun, padahal akun-akun *follower* tersebut adalah tidak aktif.

Jika melihat dari uraian latar belakang di atas, maka perlu untuk diteliti dan dibahas secara mendalam agar memperoleh kejelasan mengenai jual beli *follower Twitter* dalam perspektif hukum Islam.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, masalah penelitian yang teridentifikasi dan memungkinkan untuk diteliti, yaitu sebagai berikut :

1. Sejarah berdirinya jejaring sosial *Twitter*
2. Pengertian *follower* dalam *Twitter*

3. Karakteristik *follower Twitter* yang diperjualbelikan
4. Alasan jual beli *follower Twitter*.
5. Praktik jual beli *follower Twitter*.
6. Tinjauan hukum Islam terhadap jual beli *follower Twitter*.
7. Dampak terhadap jual beli *follower Twitter*.

C. Batasan Masalah

Karena terdapat berbagai permasalahan yang teridentifikasi, dan penelitian ini perlu untuk dibatasi permasalahan-permasalahannya. Karenanya, permasalahan-permasalahan hanya terbatas pada dua hal, yaitu :

1. Praktik jual beli *follower Twitter*.
2. Tinjauan hukum Islam terhadap jual beli *follower Twitter*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini memiliki dua rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana praktik jual beli *follower Twitter*?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap jual beli *follower Twitter*?

E. Kajian Pustaka

Pada dasarnya sudah terdapat beberapa penelitian mengenai teknologi dalam dunia internet mengingat begitu cepatnya perkembangan dunia ini, adapun diantara penelitian-penelitian tersebut adalah

Skripsi yang ditulis oleh Nur Khasanah pada tahun 2009, Jurusan Muamalah Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya, yang berjudul ”*Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Benda Maya dalam Game Online*”.¹⁰ Skripsi tersebut membahas tentang transaksi jual beli benda maya dalam *game online*. Skripsi ini memberikan kesimpulan, bahwa jual beli benda maya yang ada dalam *game online* ini adalah tidak memenuhi rukun dan syarat yang telah ditetapkan syara’ serta tidak memenuhi aturan-aturan yang berlaku dalam suatu transaksi.

Selanjutnya skripsi Ahmad Fadhol Wira Adi Jurusan Muamalah Fakultas Syariah tahun 2011 yang berjudul “*Pandangan Ulama terhadap Game online Texas Holdem Poker di Aplikasi Facebook dalam Perspektif Teori Qiyas*”.¹¹ Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa hukum Islam terhadap pandangan ulama tentang *game online texas holdem poker* adalah pendapat ulama yang melarang *game online texas holdem poker* tersebut lebih sesuai dengan hukum Islam karena permainan ini diqiyaskan dengan judi. Dalam *game online texas holdem poker* ada dua orang pemain atau lebih, kemudian para pemain ini mengeluarkan taruhan dan yang menang akan mendapatkan taruhan tersebut, hal tersebut telah memenuhi unsur-unsur

¹⁰Nur Khasanah, *Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Benda Maya dalam Game Online*, 2009.

¹¹Ahmad Fadhol Wira Adi, *Pandangan Ulama terhadap Game Online Texas Holdem Poker di Aplikasi Facebook dalam Perspektif Teori Qiyas*, 2011.

judi yaitu ada dua orang pemain atau lebih, ada taruhan, dan yang menang akan mendapatkan taruhan tersebut.

Berikutnya skripsinya Aulia Rachman Jurusan Muamalah tahun 2011 dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam terhadap Implementasi Pembayaran Upah dalam Advertising PTS (paid to sign up) di Gptevo Via Online*”.¹² Dengan kesimpulan bahwa Implementasi pembayaran upah dalam PTS di GPTEvo dilakukan setelah member merasa telah memenuhi persyaratan mengklik iklan-iklan yang telah diminta oleh pemilik iklan, maka member mendapatkan pembayaran ke GPTEvo.com. Pada prakteknya, pelaksanaan program *paid to sign up* ini membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mendapatkan pembayaran upah dan Menurut tinjauan hukum Islam bahwa implementasi pembayaran upah di GPTEvo pada program PTS tidak sesuai dengan konsep *ujrah*, karena pada program PTS terdapat kelemahan dalam melindungi membernya dari kecurangan-kecurangan yang terjadi dalam program PTS.

Selanjutnya skripsi Mohammad Mustaqim dengan judul *Jual Beli Backlink di Forum Adsense-id.com dalam Tinjauan Hukum Islam*,¹³ dimana kesimpulannya menjelaskan bahwa terdapat kesamaan dengan jual beli secara nyata yang terdapat penjual, pembeli dan obyek yang diperjualbelikan.

¹² Aulia Rachman, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Implementasi Pembayaran Upah dalam Advertising Pts (paid to sign up) di GPTEvo via online*, 2011.

¹³ Mohammad Mustaqim, *Jual Beli Backlink di Forum Adsense-id.com dalam Tinjauan Hukum Islam*, 2012.

Persyaratan lain adalah bahwa diharuskan terdaftar sebagai member serta kewajiban menaati peraturan yang ditetapkan. Selanjutnya dijelaskan bahwa transaksi jual beli *backlink* ini tidak sesuai dengan hukum Islam terutama pada proses transaksi, penentuan harga, penyerahan barang yang dilakukan secara *online* yang mengandung unsur *garar* dan terdapat berbagai kasus penipuan, maupun hak kepemilikan barang tersebut yang sebenarnya bukan milik pribadi dari penjual maupun pembeli akan tetapi milik orang lain.

Skripsi yang ditulis oleh Syifaatun Khoiru ‘Ummah yang berjudul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Indonesian Dollar Rupiah (IDR) Pada “Account User Mig33”*,¹⁴ bahwa dalam kesimpulannya disebutkan tidak sesuainya transaksi ini berdasarkan hukum Islam karena *merchan* melakukan perbuatan curang dalam penjualan IDR serta banyak *user* yang merasa dibohongi waktu membeli IDR karena ketidakjelasan pada saat transaksi yang tidak memberitahukan terdapat perbedaan dalam pembayaran harga. Serta terdapat IDR yang ditengarai sebagai hasil dari pembobolan milik orang lain dengan proses *hacking*.

Dari beberapa tinjauan pustaka tersebut belum ada satu tulisan atau penelitian pun yang membahas tentang jual beli *follower Twitter*, yang kemudian dianalisis dengan menggunakan hukum Islam.

¹⁴Syifaatun Khoiru ‘Ummah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Indonesian Dollar Rupiah (IDR) Pada “Account User Mig33”*, 2011.

F. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah di atas, untuk mengetahui lebih lanjut maka dirinci sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui praktik jual beli *follower Twitter*.
2. Untuk meninjau praktik jual beli *follower Twitter* dari sudut pandang hukum Islam.

G. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap khazanah keilmuan Islam khususnya pada perkembangan hukum bisnis Islam.
2. Kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan yang dapat memberikan informasi mengenai tinjauan hukum Islam terhadap jual beli *follower Twitter* dan penyelesaian masalah yang berkaitan dengan bidang muamalah pada umumnya dan jual beli pada khususnya.

H. Definisi Operasional

Dari judul skripsi yang telah dipaparkan di atas, untuk memudahkan pemahaman dan mempermudah konteks pembahasan, maka definisi operasional dari judul di atas adalah sebagai berikut :

Hukum Islam : peraturan yang dirumuskan berdasarkan wahyu Allah dan sunnah Rasul tentang tingkah laku *mukallaf* (orang yang sudah dapat dibebani kewajiban) yang diakui dan diyakini berlaku mengikat bagi semua pemeluk agama Islam.¹⁵

Jual beli : pertukaran harta (benda) dengan harta atas dasar saling merelakan.¹⁶

Follower Twitter : pengikut dalam jejaring sosial *Twitter*.

Berdasarkan pada judul skripsi yang secara definisi operasional telah dijelaskan di atas, penelitian ini diarahkan untuk menggambarkan dan meninjau dari aspek hukum Islam pada jual beli *follower Twitter*.

I. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu unsur yang mutlak harus ada didalam penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan,¹⁷ karena pada dasarnya metode penelitian merupakan strategi yang dianut dalam pengumpulan dan analisis data yang diperlukan, guna menjawab persoalan yang dihadapi. Ini adalah rencana pemecahan bagi persoalan yang sedang

¹⁵Zainuddin Ali, *Pengantar Ilmu Hukum Islam di Indonesia*, (Jakarta Sinar Grafika: 2006), 3.

¹⁶Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqih Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 74.

¹⁷ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 1986), 6.

diteliti. Adapun rangkaian kegiatan yang penulis gunakan dalam metodologi penelitian ini adalah

1. Data yang dikumpulkan

Data yang dihimpun adalah data yang terkait dengan penelitian ini, yaitu:

- a. Data tentang jual beli *follower Twitter*.
- b. Data lain yang dapat digunakan untuk melakukan analisis terhadap jual beli *follower Twitter*.

2. Sumber data

Sumber data adalah semua keterangan seseorang yang dijadikan responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian tersebut.¹⁸

- a. Sumber primer, meliputi:

Sumber primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti.¹⁹ Data dalam penelitian ini diperoleh langsung dari keterangan penjual maupun pembeli *follower Twitter*. Adapun jumlah penjual yang menjadi subyek penelitian adalah 2 orang dan pembeli dengan jumlah 5 orang.

¹⁸Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta.Cet. V,2006), 87.

¹⁹ Rianto Adi, *Metode Penelitian Sosial dan Hukum*,(Jakarta: Granit, 2005), 57.

Tabel. 1

No	Nama	Keterangan
1	Irvan Diky	Penjual
2	Iman Fauzi Setyawan	Penjual
3	Fitriyah Cholisoh	Pembeli
4	Ahmad Mahmudi	Pembeli
5	Rodja'i Roshan	Pembeli
6	Dedik Priyanto	Pembeli

b. Sumber sekunder, meliputi:

Sumber sekunder adalah data yang sudah dalam bentuk jadi.²⁰

Sumber sekunder yang dipakai oleh penulis adalah berupa buku, tulisan atau karangan dari pengarang lain yang mempunyai kaitan dengan penelitian ini. Adapun sumber sekunder yang berupa buku, yaitu:

1. Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Juz 12, penerjemah, Kamaluddin A. Marzuki, (Bandung: PT. Al-Ma'arif, 1998)
2. Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008)
3. Mukhamad Djakfar, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syari'ah*, (Malang: UIN Malang Press, 2009)
4. Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010)

²⁰*Ibid.*, 57.

5. M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003)
6. Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalah (Hukum Perdata Islam)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004)

3. Teknik Pengumpulan Data

Guna memperoleh data yang benar dalam penelitian, pelaksanaan penelitian dilakukan dengan cara atau teknik yang relevan dengan data yang diperoleh. Secara garis besar, dan yang diperoleh langsung dari lapangan yang merupakan data primer, sedangkan data sekunder dari studi kepustakaan. Berdasarkan hal tersebut, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yaitu melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data (responden).²¹ Dalam wawancara ini akan diperoleh data dari sumber pertama, dalam hal ini adalah penjual dan pembeli *follower Twitter*. Wawancara ini dilakukan untuk menggali data tentang hal-hal yang berkaitan dengan jual beli *follower Twitter* yang dapat dijadikan nara sumber.

²¹ *Ibid.*, 72.

b. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan metode pengumpulan data yang didapatkan dari dokumen atau bahan pustaka. Data tersebut berupa data jadi baik berupa surat-surat, catatan harian, laporan dan sebagainya merupakan data yang berbentuk tulisan.²² Studi dokumen dalam penelitian ini adalah dengan menggali data dari dokumen dan *ebook*.

4. Teknik Analisis Data

Setelah data yang terkumpul lengkap, maka penulis menganalisa data ini dengan menggunakan metode sebagai berikut :

- a. Deskriptif-analitis, yaitu digunakan untuk menggambarkan dan memaparkan tentang praktik jual beli *follower Twitter*, kemudian dianalisa menggunakan hukum Islam.
- b. Dalam analisa ini penulis menggunakan pola pikir induktif, yaitu proses pendekatan yang berangkat dari fakta khusus, yaitu kasus jual beli *follower Twitter* yang kemudian dijelaskan dan selanjutnya didapatkan kesimpulan yang bersifat umum.

J. Sistematika Pembahasan

²²*Ibid.*, 61.

Secara garis besar, sistematika pembahasan skripsi ini terdiri dari lima bab, yang setiap pembahasan memiliki sub pembahasan sebagai berikut:

BAB I merupakan pendahuluan yang memperkenalkan secara metodologis skripsi ini, yakni terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan yang terakhir adalah sistematika pembahasan.

BAB II yakni berisi tentang landasan teori, yaitu konsep jual beli dalam hukum Islam. Landasan teori tersebut mencakup beberapa sub pembahasan, yaitu pengertian, dasar hukum, rukun dan syarat jual beli, sub bab ke dua adalah bentuk-bentuk jual beli, dan sub bab ketiga cara jual beli yang dilarang Islam.

BAB III berisi tentang uraian tentang jual beli *follower Twitter*. Bab ini terdiri dari tiga sub bahasan, yaitu: sub bab pertama pengertian dan sejarah *Twitter*, sub bab kedua adalah karakteristik *follower Twitter* yang diperjualbelikan dan sub bab ketiga adalah cara transaksi dalam jual beli *follower Twitter* yang meliputi penentuan harga dan proses penyerahan barang

BAB IV menguraikan tentang tinjauan hukum Islam terhadap jual beli *follower Twitter*. Dalam bab ini memiliki dua sub bab, yaitu: yang

pertama bagaimana praktik jual beli *follower Twitter*, yang ke dua bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap jual beli *follower Twitter*.

BAB V berupa penutup, yakni berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dengan mengacu pada rumusan masalah yang ada. Sekaligus saran dan rekomendasi dari peneliti untuk pembaca, civitas akademika, serta para peneliti lainnya untuk perkembangan penelitian secara lebih lanjut.