

**JUAL BELI FOLLOWERS
DALAM PRESPEKTIF HUKUM PERDATA DAN HUKUM ISLAM**

***Mas Gabena Nasution¹, Sahmiar Pulungan²**

^{1,2}Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara, Jl. William Iskandar Ps. V, Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia
*masgabenasution23@gmail.com

ABSTRACT

Sales and purchases of followers are increasing in the general public. In these transactions, the seller offers a service to add followers online by receiving payment from the buyer. The seller then adds followers to the buyer's Instagram account according to the agreed amount and price. However, the followers sold were not only active accounts, but also passive accounts and fake bot accounts. The aim of this research is to explain how followers are added and distributed on Instagram, as well as whether these activities are regulated and benefited by civil and law in Indonesia, especially among Muslims. This research uses normative methods. The author argues that, depending on the approach used from the perspective of civil law and Islamic law, transactions of sale of followers can be detrimental to consumers, prevent debtors from fulfilling their obligations, and lead to non-performance. As one of the parties fails to fulfil its obligations, it constitutes a breach of contract and is automatically a violation of the law. In Islamic law, the goods traded must exist, be usable, and be useful to mankind. It is not lawful to sell something that is not his, because it is illegal to sell it according to Islamic law. Followers can disappear in an instant, because Instagram doesn't want that.

Penjualan dan pembelian follower saat ini semakin meningkat di kalangan masyarakat umum. Dalam transaksi ini, penjual memberikan layanan untuk menambah follower secara online dengan menerima pembayaran dari pembeli. Penjual kemudian menambahkan follower ke akun Instagram pembeli sesuai dengan jumlah dan harga yang disepakati. Namun, follower yang dijual tidak hanya berupa akun aktif, tetapi juga akun pasif dan akun bot palsu. Tidak jarang penjual memiliki pemahaman yang cukup untuk mengaktifkan akun Instagram palsu. Tujuan penelitian ini guna menerangkan bagaimana follower ditambah dan didistribusikan di Instagram, serta apakah kegiatan ini diatur dan diuntungkan oleh hukum perdata dan hukum di Indonesia, khususnya di kalangan umat Islam. Penelitian ini menggunakan metode normatif. Penulis berpendapat bahwa, tergantung pada pendekatan yang digunakan dari perspektif hukum perdata dan hukum Islam, transaksi penjualan follower dapat merugikan konsumen, menghalangi debitur untuk memenuhi kewajibannya, dan menyebabkan wanprestasi. Karena salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya, hal ini merupakan pelanggaran kontrak dan otomatis merupakan pelanggaran hukum. Dalam hukum Islam, barang yang diperdagangkan harus ada, dapat digunakan, dan bermanfaat bagi manusia. Tidak sah menjual sesuatu yang bukan miliknya, karena jual beli tersebut tidak sah menurut hukum Islam.

Follower bisa menghilang dalam sekejap, karena Instagram tidak menginginkan hal tersebut.

Kata Kunci: *Jual Beli Followers, Followers Instagram, Hukum Perdata, Hukum Islam.*

A. PENDAHULUAN

Kebutuhan manusia terus berkembang dan berkembang setiap saat. Dalam memenuhi kebutuhan ini, warga negara selalu melakukan transaksi penjualan untuk membeli sesuatu yang dibutuhkan warga negara. Ini memiliki bentuk pot, makanan dan piring. Dengan perkembangan teknologi yang terus-menerus, beberapa pengusaha telah memanfaatkan perkembangan era globalisasi untuk memasarkan barang atau jasa mereka (Suhendra et al., 2024). Mereka menggunakan perkembangan teknologi ini guna memperoleh lebih banyak keuntungan dan memperluas jangkauan bisnis mereka dengan memasarkan barang melalui Internet, yang berarti belanja online (Astuti et al., 2023; Hasanah et al., 2022).

Penjualan belanja online di Indonesia tumbuh sangat cepat, pertumbuhannya mencakup banyak perusahaan yang berbeda, masalah ini dapat diamati terus-menerus, karena ini adalah sejumlah besar toko online, misalnya, hanya mereka yang dapat menjual makanan, pakaian, dan bahkan mobil dan rumah secara online (Wicaksono et al., 2023). Penjualan dapat berarti bahwa aktivitas ekonomi adalah titik penting dalam kehidupan manusia, karena cahaya waktu sangat menarik. Dengan pengembangan peralatan, data dan data diperbaiki dan diperbarui dengan cepat, menghasilkan kegiatan ekonomi yang terus beragam dan diuji. Perkembangan model perdagangan dan produk juga berkembang pesat (Frihatni, 2022).

Awalnya, pembeli menggunakan pengikut, suka, dan penonton untuk kepentingan perusahaan yang merupakan toko online dengan pertumbuhan terus-menerus pengikut dan suka. Namun, banyak orang telah menggunakan layanan pengikut, suka, dan penonton untuk menjadi terkenal. Di bawah ini, Anda akan menemukan satu akun media sosial di berbagai tingkat yang ditawarkan oleh aktor pelacakan bisnis, mulai dari harga murah hingga harga mahal (Syarif et al., 2023). Dalam bidang ini, pemain komersial menawarkan dua pengikut yang berbeda dengan pengikut atau pengikut manusia nyata dan pengikut pasif atau bot. Membandingkan keduanya, jika sejumlah pengikut aktif memiliki akun Indonesia, keuntungan dari pengikut positif adalah bahwa Anda juga dapat mengomentari sebagai akun nyata, tetapi tidak dapat diamati jika kelemahan aktivitas follow-up tidak termasuk.

Akun ini sangat cocok untuk toko online untuk mendapatkan pelanggan yang cemerlang. Sebagai gantinya, pengikut pasif dapat diubah menjadi sesuatu di toko online jika Anda tidak tertarik pada akun itu sehingga Anda dapat memiliki pelanggan yang brilian. Hal lain adalah pengikut pasif yang tidak dapat menyukai atau mengomentari (Aisy, 2024). Pelanggan dapat mengatur di mana mereka telah membeli

pengikut mereka. Siswa aktif atau pasif dapat berasal dari Indonesia, Arab, Cina atau acak. Prosedur yang digunakan untuk menjual pengikut, suka dan pengikut tidak berbeda dari penjualan online.

Melakukan transaksi pertama sehingga penjual baru tahu apa yang ingin dibeli atau ingin menjadi pengikut seperti atau penonton. Proses yang dicoba oleh pedagang biasanya membutuhkan satu hari untuk memproses akumulasi, suka atau melacak pengikut yang dipesan oleh pembeli yang ingin menambahkan banyak akun Instagram (Kho et al., 2023).

Syarat-syarat ekonomi atau penjualan untuk ajaran Islam mempertimbangkan hak-hak mereka yang harus dieksekusi untuk menciptakan rasa solidaritas yang besar di antara warga negara. Apa yang terjadi kemudian adalah urusan mereka. Karena barang-barang yang dijual dalam bentuk pengikut, suka, dan penonton, saya ingin bertanya apakah masalah ini adalah item yang dapat dijual. Selama penulis tidak ingin menganalisis hukum berikutnya, audiens ini juga telah dipelajari sebelumnya. Dan penulis juga ingin memperdalam asal-usul sastra dan perspektif baru dari penelitian awal. Seperti yang dilakukan beberapa peneliti seperti (Bhariatta et al., 2020; El Qori, 2019; Kasim et al., 2023), dari beberapa penelitian tersebut belum ada yang meneliti dan berfokus pada kajian hukum pidana dan hukum Islam. Maka ini menjadi perbedaan dan keunikan dalam tulisan ini.

B. METODE

Penelitian hukum adalah penemuan teori dan prinsip hukum untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan hukum. Ini termasuk dalam lingkup litigasi karena bertujuan untuk menyelesaikan masalah hukum. Hasil penelitian ini hendaknya menghasilkan karya ilmiah untuk mengatasi permasalahan tersebut. Di bawah ini adalah metodologi penelitian yang digunakan penulis. Penelitian mengenai jual beli dalam konteks hukum perdata Islam mengacu pada norma-norma hukum yang terkait dengan sistem akad jual beli dalam hukum perdata. Penelitian hukum normatif dalam hal ini merujuk pada ketentuan dalil hukum yang menjadi dasar penentuan validitas suatu transaksi jual beli linton dan prosedur yang seharusnya dilakukan menurut hukum. Sumber hukum dalam penelitian ini antara lain sumber kepustakaan dan data sekunder, khususnya penelitian yang berorientasi pada kepustakaan. Jenis dokumen hukum yang digunakan: instrumen hukum primer, yang dapat diandalkan dan berwibawa serta undang-undangnya didasarkan pada hierarki hukum; Literatur hukum sekunder mencakup buku-buku karya para sarjana hukum terkemuka, jurnal hukum, dan hasil simposium terkini mengenai subjek tersebut; dan dokumen hukum pihak ketiga yang menjelaskan atau memberikan pedoman terhadap dokumen hukum yang berlaku (Ikhwan, 2021).

Teknik pengumpulan data dalam riset ini dilakukan melalui penelitian kepustakaan, di mana berbagai bahan dikumpulkan, dicatat, dan kemudian dianalisis dalam bentuk kutipan langsung, ringkasan, serta mendalam. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah klasifikasi dan organisasi data, Mengorganisasi data berdasarkan

tema atau isu yang relevan, misalnya aspek legalitas kontrak, perlindungan konsumen, dan prinsip-prinsip hukum Islam dalam jual beli. Analisis teks hukum, menganalisis teks-teks hukum untuk mengidentifikasi aturan-aturan yang berlaku dan bagaimana aturan tersebut dapat diterapkan dalam kasus jual beli followers. Penafsiran dan penilaian, menafsirkan makna dan implikasi dari teks hukum dan konsep-konsep yang telah dianalisis. Menilai konsistensi dan keadilan dari penerapan hukum perdata dan hukum Islam terhadap praktik jual beli followers. Dan terakhir penarikan kesimpulan dan rekomendasi, menyusun kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan atau penyesuaian hukum yang relevan untuk mengatur praktik jual beli followers (Soekanto & Mamuji, 2013; Sonata, 2015).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Praktek Jual Beli Followers

Pembayaran untuk pembelian follower dan viewer biasanya dilakukan melalui transfer ke rekening penjual atau menggunakan pulsa. Layanan likes, followers, dan viewers bisa diperoleh oleh penjual melalui beberapa cara. Salah satunya adalah dengan cara meminta password dan username akun dari pembeli lalu digunakan untuk menambah follower akun mereka. Setelah itu, penjual menggunakan akun pembeli untuk mengklik banyak akun Instagram dengan harapan calon pemasok akan mengikuti akun pembeli itu kembali. Semuanya tergantung pada apa hasil yang bisa mereka dapatkan dari layanan yang diberikan. Setelah selesai, akun pembeli akan mendapatkan sekitar 500 followers baru. Penjual kemudian menawarkan untuk menghilangkan jutaan akun yang di follow them sebelumnya.

Untuk menghasilkan uang, bisnis yang berusaha mencapai follow punya pelanggan membuat keuntungan hanya dengan menyediakan layanan kepada orang Indonesia. Salah satu cara terbaik untuk melakukannya adalah: Penjual meminta username dan password pembeli, lalu mereka menggunakan akun Instagram pembeli untuk diproses. Penjual membuat aplikasi bot yang memasukkan username dan password pengguna Instagram untuk menghack secara acak (Jamil et al., 2020).

Pengguna akan otomatis mengikuti akun pembeli dan melihat jumlah follower yang terus meningkat sesuai dengan pesanan di atas jika pengguna aktif. Penjual menggunakan akun bot untuk mendapatkan followers dari akun langganan Hublagram. Aplikasi bot secara otomatis meretas akun pengguna Instagram lain setelah pemilik akun bot memasukkan akunnya. Penjual biasanya menawarkan langganan, dan aplikasi dapat dibeli atau gratis. Penjual yang menawarkan langganan mendapatkan 1000 pengikut per aplikasi, sedangkan penjual yang menawarkan aplikasi gratis hanya mendapatkan 100 pengikut per aplikasi.

Seperti yang dijelaskan di atas sebagai pemahaman tentang apa yang dijual, akumulasi followers, likes, dan penonton di akun pembeli yang dijual sebagai pengikut, yang sebenarnya akun Instagram individu dimiliki oleh penjual. Jika pemilik asli penulisan Instagram mengetahuinya dan mem-unfollow mereka, hal ini

sangat merugikan pengikut pembeli. Pembelian follower adalah masalah branding pribadi, promosi, atau popularitas seseorang. Masalahnya adalah suatu hal yang terkait dengan kepemilikan. Barang yang dijual harus dimiliki oleh penjualnya dalam hukum fikih. Penjual harus mempertimbangkan izinnya dari penjual dalam hal barang akun Instagram mereka, meskipun penjual belum bertindak seperti pemilik barangnya.

2. Analisis Jual Beli Followers dalam Hukum Perdata

Saat ini, fungsi jual beli smartphone sangat populer di platform Android, membantu pembeli dan penjual dalam melakukan transaksi dengan lebih mudah tanpa mengenal waktu dan lokasi. Namun kegiatan komersial ini terkadang menimbulkan permasalahan hukum mengenai nilai hukum dan keabsahannya. Berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata, segala penjualan dan pembelian yang dilakukan secara online, baik dilakukan secara langsung maupun melalui perantara, harus memenuhi syarat-syarat yang diatur dalam undang-undang mengenai keabsahan akad. Selain itu, Pasal 1338 KUH Perdata menjamin kebebasan berkontrak, yang memperbolehkan siapa saja untuk mengadakan suatu perjanjian, tanpa memandang apakah perjanjian itu diatur dengan undang-undang atau tidak.

Dengan kata lain, setiap kontrak hukum mengikat secara hukum pihak yang mengadakannya. Dengan kata lain, setiap kontrak yang dibuat dianggap sah oleh peserta. Oleh karena itu, kontrak hanya dapat diadakan apabila tidak dilarang oleh undang-undang, tidak didasarkan pada prinsip-prinsip moral, dan tidak bertentangan dengan kepentingan umum. Ketentuan hukum kontrak diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata:

1. Kontrak Anda saat ini
2. Kemampuan berinteraksi
3. Satu hal yang pasti
4. Alasan yang tepat

Menurut Pasal 1320 KUH Perdata, hakim dapat menerima permohonan seseorang atau seseorang yang mengadakan perjanjian yang tidak sah berdasarkan keadaan subjektif yang disebutkan dalam Pasal 1 dan 2, tetapi hal itu harus dilakukan dalam waktu 5 tahun (Pasal 1454 BW). Perjanjian ini akan tetap berlaku sampai diakhiri. Namun, jika persyaratan obyektif tidak terpenuhi, kontrak tersebut tidak sah. Artinya tidak dapat dicapai kesepakatan sehingga tidak ada dasar sengketa hukum.

Nilai hukum pembelian yang dilakukan melalui perangkat elektronik harus sesuai dengan nilai hukum kontrak tradisional dan transaksi elektronik. Menurut Pasal 18 ayat (1) UU ITE, “transaksi elektronik dalam kontrak elektronik yang mengikat para pihak” merupakan pokok kontrak para pihak. Perjanjian ini diatur oleh Pasal 1320 KUH Perdata tentang Kontrak Para Pihak, yang akan berlaku atas segala proses berdasarkan Perjanjian ini.

Meskipun pada awal tahun 2000an banyak masyarakat Indonesia yang belum mengenal bisnis online, namun hal ini merupakan fenomena yang menarik. Apalagi hanya orang terpelajar yang bisa memahaminya. Sebelum adanya UU 11 Tahun 2008 tentang Pendidikan Dasar, dengan adanya UU 19 Tahun 2016 tentang Pendidikan Dasar, jual beli online di Indonesia dilakukan secara elektronik. Sebelum adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), sudah banyak undang-undang yang mengatur tentang perdagangan elektronik, antara lain Undang-undang Nomor 12 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, Undang-undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten, Undang-undang Digital Merek, dan Undang-Undang Digital. Sejak tahun 1999 di bidang telekomunikasi dan bidang lainnya.

Sangat sedikit kesesuaian antara Pasal 1320 KUH Perdata dengan isi undang-undang dalam UU 11 Tahun 2008 tentang OTM:

1. Kesepakatan Para Pihak
2. Keterampilan
3. Satu hal yang pasti
4. Alasan yang tepat

Dalam gugatan perbuatan melawan hukum, wanprestasi terjadi apabila debitur gagal melaksanakan sepenuhnya kewajibannya berdasarkan kontrak dan dianggap telah melaksanakan kewajibannya secara tidak patut. Tidak dapat dipungkiri bahwa sistem e-commerce khususnya toko online memiliki banyak keunggulan. Setiap bisnis mempunyai risiko yang harus diatasi. Oleh karena itu, penting untuk mempersiapkan dan memahami setiap acara terlebih dahulu.

Akibat dari tindakan tersebut adalah seseorang bertanggung jawab atas kerugian yang diakibatkan oleh kejadian tersebut bukan karena kesalahannya sendiri. Konsekuensi dan tindakan yang diakibatkan oleh ketidakpatuhan oleh salah satu pihak akan melanggar ketentuan kontrak dan jelas melanggar hukum. Pelanggaran yang dilakukan oleh salah satu pihak dapat membuat kontrak menjadi tidak sah karena bagi mereka kontrak tersebut dapat dilaksanakan dan harus dihormati untuk menghindari akibat negatif dan perselisihan bagi pihak lainnya.

3. Analisis Jual Beli Followers dalam Hukum Islam

Pendatang baru di industri ini perlu memahami dengan jelas faktor-faktor yang menentukan validitas transaksi penjualan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa transaksi sudah benar dan tidak ada tindakan negatif yang dilakukan. Banyak umat Islam yang mengabaikan hukum Muamalah, dan seringkali mengabaikannya sehingga mereka tidak peduli apakah mereka memperoleh properti secara ilegal atau tidak, meskipun pendapatan dari bisnis mereka berkembang pesat.

Umat Islam yang menganut pandangan ini hendaknya berusaha menghindari perilaku tersebut agar para pebisnis dapat membedakan halal dan haram serta sebisa mungkin menghindari kecurigaan. Sesuai dengan prinsip Muamalah, setiap umat Islam mempunyai kebebasan untuk melakukan apapun yang diinginkannya selama

tidak ada unsur larangan dalam teksnya (Al-Quran dan Hadits) (Khoiriyah, 2018). Pembelian dan penjualan online merupakan transaksi yang dilakukan dengan menggunakan teknologi canggih. Keabsahan transaksi tergantung pada terpenuhinya syarat-syarat penjualan. Setelah selesai, transaksi akan efektif. Jika tidak, transaksi tersebut tidak valid. Untuk penjualan online, perjanjian dibuat secara tertulis, misalnya melalui email, SMS (*Short Message Service*), telepon atau video conference.

Bagi umat Islam yang menjalankan bisnis dan mengikuti standar hukum Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits, beberapa di antaranya adalah sebagai berikut: (a) Bisnis Islam mempunyai nilai sosial atau bantuan bagi seseorang dan sumber pahala; (b) Bisnis Islam adalah cara untuk melindungi aset pribadi dan keluarga; dan (c) Bisnis Islam juga merupakan cara untuk mengurangi pengangguran dan kemiskinan serta memberi makan orang lain.

Prinsipnya semua toko dan aktivitas komersial diperbolehkan. Menurut kaidah Fiqih, “hukum aslinya mengatakan muamalah itu halal dan boleh jika tidak ada dalil yang melarangnya.” Namun dalam ekonomi Islam terdapat batasan yang disebut al-ḥurriyah al-muqayyadah yang berarti kebebasan berpendapat yang terbatas. Keterbatasan ini menunjukkan perbedaan antara perekonomian Islam dan perekonomian sosialis atau kapitalis yang tidak terdefinisi. Dalam perekonomian Islam, seseorang mempunyai kebebasan dalam berbisnis namun harus mematuhi aturan syariah. Ayat dan mantra seperti “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menjadi kaya kecuali melalui transaksi yang kamu setuju” menunjukkan batasan-batasan tersebut.

Seperti yang telah disebutkan di atas, jual beli follower, like, dan viewer bermanfaat karena membeli follower dapat membantu pembeli dalam menunjang bisnis onlinenya. Namun jika masyarakat tidak hati-hati, mereka bisa dirugikan karena tertarik dengan banyaknya follower, like, dan viewer yang bukan berasal dari akun tersebut. Oleh karena itu, konsep etika bisnis, khususnya perdagangan yang adil, tidak sejalan dengannya. Jadi, selain ada keuntungan bagi pengecer online, ada juga kerugian bagi konsumen dan tindakan tidak jujur yang dilakukan pengecer online. Sebagaimana dikatakan dalam istilah Fiqh: “Madharat (bahaya) harus dihilangkan” dan dalam istilah ekonomi Islam: “Janganlah memakan harta orang lain secara sia-sia”, kerugian harus dihilangkan.

Berdasarkan penjelasan mengenai mekanisme jual beli follower, like dan viewer di atas, maka dapat disimpulkan bahwa syarat dan ketentuan perusahaan ini adalah sebagai berikut:

1. Persetujuan diberikan ketika pembeli memesan follower, like dan viewer dari penjual kemudian penjual menambahkan follower, like dan viewer pada akun yang diinginkan pembeli.
2. Orang yang setuju, yaitu. pengikut, suka dan audiens pembeli dan penjual.

3. Subyek akad dalam hal ini yang menjadi subjek transaksi adalah follower, like dan viewer.

Namun hal ini melanggar peraturan penjualan yang berlaku pada kasus hukum. Syarat untuk dijual adalah barang yang dijual adalah hak milik penjual. Karena suka, pengikut, dan penayangan yang terjual tidak valid, pemilik akun dapat berhenti mengikuti akun tersebut kapan saja setelah secara otomatis mengikuti akun tersebut, dan pengikut tidak akan tersedia lagi jika pemilik akun mengetahui akun tersebut. Jika pembeli memesan pengikut aktif, penjual menghubungkannya ke akun pengikut pasif. Ini adalah masalah lain.

D. SIMPULAN

Apabila membeli maupun menjual melalui toko online, Kalian harus mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku bersumber pada syarat sahnya kontrak dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Transaksi jual beli follower yang dicoba melalui Android ataupun melalui media elektronik di jaringan internet yang lain sering kali yakni pelanggaran kontrak oleh salah satu pihak dan dapat melanggar ketentuan kontrak. Dalam perbuatan wanprestasi, salah satu pihak menyudahi menaati ketentuan Pasal 1266 KUH Perdata, artinya pihak tersebut harus mengabaikan ketentuan ini buat membenarkan apakah ada penundaan maupun kegagalan dalam melaksanakan kinerja yang telah disepakati. Kalian harus mengajukan pembatalan permohonan Kalian kepada hakim, yang secara otomatis hendak dibatalkan karena alibi hukum. Tidak cuma itu, bersumber pada Pasal 1243 KUHPperdata, pihak yang merasa dirugikan dapat dimintai pertanggungjawaban atas kerugian atas hambatan yang terjalin pada transaksi penjualan melalui Android maupun media elektronik yang lain. Transaksi jual beli follower media sosial Instagram ini batal karena tidak terpenuhinya syarat penjualan seperti Status kepemilikan barang dari penjual. Oleh karena itu, jual beli follower ini dikira jual beli ilegal. Demikian pula ditinjau dari asas Muamara, yakni faktor- aspek yang dapat mendatangkan manfaat dan menghindari kerugian. Meski penjualan ini tetap mempunyai keuntungan, namun bersifat fiktif dan terlebih dapat menimbulkan kerugian, karena dapat jadi terdapat aspek penipuan yang bisa merugikan pembeli dan masyarakat pada umumnya.

E. DAFTAR RUJUKAN

- Aisy, M. (2024). Tren Bisnis Online: Analisis Perubahan Konsumen Dan Strategi Pengembangan Bisnis Di Era Digital. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 3(3), 750–755. <https://doi.org/10.59188/jcs.v3i3.659>
- Astuti, A., Sayudin, S., & Muharam, A. (2023). Perkembangan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(9), 2787–2792. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i9.554>
- Bhariatta, E. C., Rufaidah, I. N., & Adnina, M. R. (2020). Jual Beli Followers, Likes,

- Viewers di Instagram Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 9(1), 32–45. <https://doi.org/10.15642/elqist.2019.9.1.32-45>
- El Qori, D. (2019). Transaksi Jual Beli Follower Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam. *MIYAH: Jurnal Studi Islam*, 15(2), 257–273. <https://doi.org/10.33754/miyah.v15i2.176>
- Frihatni, A. (2022). Analisis Perbandingan Pendapatan Pedagang Pakaian Tradisional dengan Pendapatan Bisnis Online. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.35326/jiam.v5i1.1980>
- Hasanah, L., Putri, M., Hanin, A., & Siregar, W. (2022). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi Bagi Peserta Didik. *Jurnal Informatika Dan Teknologi Pendidikan*, 2(2), 44–48. <https://doi.org/10.25008/jitp.v2i2.33>
- Ikhwan, A. (2021). *Metode Penelitian Dasar (Menenal Model Penelitian dan Sistematikanya)*. Tulungagung: STAI Muhammadiyah Tulungagung.
- Jamil, N., Kurnia, A., & Jalaludin, J. (2020). Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 4(1), 82–94. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i1.101>
- Kasim, M., Sirajuddin, & Irmawati, T. R. (2023). Hukum Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Perbandingan Mazhab. *BUSTANUL FUQAHA: Jurnal Bidang Hukum Islam*, 4(2), 283–301. <https://doi.org/10.36701/bustanul.v4i2.1016>
- Kho, A., Jayanegara, O., Aristo, B., & Wuisan, D. (2023). Etika Bisnis Pada Usaha Kecil dan Menengah dengan Pemanfaatan Instagram dan Komunikasi Media Komputer. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(1), 143–148. <https://doi.org/10.34306/abdi.v4i1.944>
- Khoiriyah, U. (2018). E-Commerce dalam Hukum Islam: Studi Analisis Atas Pandangan Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 2(2), 120–135. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v2i2.112>
- Soekanto, S., & Mamuji, S. (2013). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Raja Grafindo Persada.
- Sonata, D. L. (2015). Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris: Karakteristik Khas Dari Metode Meneliti Hukum. *FIAT JUSTISIA: Jurnal Ilmu Hukum*, 8(1), 15. <https://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v8no1.283>
- Suhendra, D., Siregar, S., & Miranda, N. (2024). Konsep Perubahan Hukum Dalam Menghadapi Perkembangan Teknologi. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 8(1), 278. <https://doi.org/10.31604/jim.v8i1.2024.278-284>
- Syarif, M., Hannum, M., Wahyuni, S., & Nurbaiti. (2023). Potensi Perkembangan E-Commerce Dalam Menunjang Bisnis di Indonesia. *Journal of Computers and Digital Business*, 2(1), 11–14. <https://doi.org/10.56427/jcbd.v2i1.30>
- Wicaksono, W., Suyatin, S., Murtiyoko, H., & Effendy, A. (2023). Peluang dan Tantangan

Bisnis Generasi Milenial di Era Revolusi Industri 4.0: Tinjauan Literatur Sistematis.
Jurnal Ilmiah PERKUSI, 3(3), 420. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v3i3.32115>