

## BAB II

### JUAL BELI *FOLLOWERS* *INSTAGRAM*

#### A. Jual Beli Online

##### 1. Pengertian Jual Beli Online

Jual beli artinya menjual, mengganti dan menukar (sesuatu dengan sesuatu yang lain).<sup>1</sup> Jual beli menurut bahasa berarti *al-bay'*, *al-ijarah*, dan *al-mubadah*, sebagaimana firman Allah dalam surat Faathir: 29 ayat 9 yang berbunyi:

وَاللَّهُ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيحَ فَتُثِيرُ سَحَابًا فَسُقْنَاهُ إِلَى بَلَدٍ مَيِّتٍ فَأَحْيَيْنَا بِهِ  
الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا كَذَلِكَ النُّشُورُ

Dan Allah, dialah yang mengirimkan angin; lalu angin itu menggerakkan awan, Maka kami halau awan itu kesuatu negeri yang mati lalu kami hidupkan bumi setelah matinya dengan hujan itu. Demikianlah kebangkitan itu. (Q.S. Faatir: 29)<sup>2</sup>

Sedangkan menurut istilah yang dimaksud dengan jual beli menurut Imam Muhammad Ibnu Ismail As-Shan'ani adalah suatu pemilikan harta dengan harta yang lain atas dasar saling rela.<sup>3</sup> Sedangkan Imam Taqyuddin memberikan pengertian jual beli adalah pemberian harta karena menerima harta dengan ikrar penyerahan dan menjawab

---

<sup>1</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam.(Fiqh Muamalat)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 113

<sup>2</sup> Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT. Toha Putra, 1995), hal. 605

<sup>3</sup> Syiekh Muhammad Syarbini Al-Khatib, *Al-Iqna'*, *Juz II*, (Beirut, Libanon: Darul-Kitab Al-Ilmiyyah, 1994), hal. 2.

penerimaan dengan cara yang diizinkan.<sup>4</sup> Selanjutnya menurut Sayyid Sabiq, jual beli adalah tukar-menukar harta dengan harta yang lain dengan jalan saling rela atau pemindahan hak milik dengan sesuatu ganti atas dasar kerelaan.<sup>5</sup> Seorang penjual tidak boleh mengeksploitasi kebutuhan pembeli dengan cara menaikkan harga terlalu tinggi melebihi harga pasar yang berlaku, agar tidak termasuk kategori bai' muththarr' jual-beli dengan terpaksa" yang dikecam Nabi SAW.<sup>6</sup>

Berdasarkan pendapat di atas dapat dinyatakan bahwa jual beli adalah suatu proses di mana seseorang penjual menyerahkan barangnya kepada pembeli (orang lain) setelah mendapatkan persetujuan mengenai barang tersebut, yang kemudian barang tersebut diterima oleh si pembeli dari si penjual sebagai imbalan uang yang diserahkan. Dengan demikian secara otomatis pada proses di mana transaksi jual beli berlangsung, telah melibatkan dua pihak, di mana pihak yang satu menyerahkan uang (harga) sebagai pembayaran barang yang diterimanya dan pihak yang lain menyerahkan barangnya sebagai ganti dari uang yang telah diterimanya, dan proses tersebut dilakukan atas dasar rela sama rela antara kedua pihak, artinya tidak ada unsur keterpaksaan atau pemaksaan pada keduanya.

Pada transaksi jual beli *online*, para pihak terkait didalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik dan sesuai

---

<sup>4</sup> Imam Taqyuddin, *Kifayatul Akhyar, Juz I*, (Bandung : Al-Ma'arif, tth),hal. 239

<sup>5</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, diterj. Nur Hasanuddin, (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006),hal. 126.

<sup>6</sup> Kutbuddin Aibak, *Kajian fiqh kontemporer*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hal. 216

dengan Pasal 1 butir 17 UU Informasi & Transaksi Elektronik (ITE) disebut sebagai kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya. Menurut Sutan Remy Sjahdeini, *e-commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), service providers, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan computer yaitu internet.<sup>7</sup>

Menurut Julian Ding sebagaimana dikutip oleh Mariam Darus Badruzaman memberikan definisi e-commerce sebagai berikut :<sup>8</sup>

*“Electronic Commerce, or E-Commerce as it is also known is a commercial transactions between a vendor and purchaser or parties in similar contractual relationships for the supply of goods, services or the acquisition of “right”. This commercial transaction is executed or entered into in an electronic medium (or digital medium) when the physical presence of the parties is not required. And the medium exists in a public network or system as opposed to a private network (Closed System). The public network or system must be considered an open system (e.g the internet or the world wide web), the transactions are concluded regardless of national boundaries or local requirements”.* (Electronic Commerce Transaction adalah transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media electronic (digital medium) di mana para pihak tidak hadir secara fisik dan medium ini terdapat dalam jaringan umum dengan sistem terbuka yaitu internet atau world wide web. Transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik beberapa unsur dari online, yaitu:

- a. Ada kontrak dagang

---

<sup>7</sup> Mariam Darus Badruzaman, et. all., *Kompilasi Hukum Perikatan...*, hal. 283

<sup>8</sup> *Ibid*

- b. Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik
- c. Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan
- d. Kontrak itu terjadi dalam jaringan public
- e. Sistemnya terbuka, yaitu dengan internet atau WWW
- f. Kontrak itu terlepas dari batas, yuridiksi nasional

## 2. Jenis-Jenis Transaksi dalam Online

Jenis-jenis hubungan hukum yang terjadi dalam transaksi jual beli secara elektronik tidak hanya terjadi antara pengusaha dengan konsumen saja, tetapi juga terjadi pada pihak-pihak di bawah ini:<sup>9</sup>

- a. *Business to business*: transaksi yang terjadi antarperusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan. Biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan itu.
- b. *Business to customer*: transaksi antara perusahaan dengan konsumen/individu. Pada jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya sistem yang digunakan adalah sistem web karena sistem ini yang sudah umum dipakai dikalangan masyarakat;

---

<sup>9</sup> Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta: PT. Raja Gravindo Persada, 2004), hal. 227.

- c. *Customer to customer*: transaksi jual beli yang terjadi antarindividu dengan individu yang akan saling menjual barang.
- d. *Customer to business*: transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.
- e. *Customer to government*: transaksi jual beli yang dilakukan antarindividu dengan pemerintah, seperti, dalam pembayaran pajak.

Dengan demikian, pihak-pihak yang dapat terlibat dalam satu transaksi jual beli secara elektronik, tidak hanya antara individu dengan individu tetapi juga dengan sebuah perusahaan, perusahaan dengan perusahaan atau bahkan antara individu dengan pemerintah. Syaratnya para pihak termasuk secara perdata telah memenuhi persyaratan untuk dapat melakukan suatu perbuatan hukum dalam hal ini hubungan hukum jual beli.

### 3. Para Pihak dalam Perjanjian Online

Transaksi *e-commerce* melibatkan beberapa pihak, baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, tergantung kompleksitas transaksi yang dilakukan. Artinya apakah semua proses transaksi dilakukan secara online atau hanya beberapa tahap saja yang dilakukan secara online. Apabila seluruh transaksi dilakukan secara online, mulai dari proses terjadinya transaksi sampai dengan pembayaran.

Menurut Budhiyanto sebagaimana dikutip oleh Didik M.Arief Mansur dan Elisatris Gultom mengidentifikasi pihak – pihak yang terlibat dalam transaksi e-commerce terdiri dari:<sup>10</sup>

- a. Penjual (*merchant*), yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi merchant, maka seseorang harus mendaftarkan diri sebagai merchant account pada sebuah bank, tentunya ini dimaksudkan agar merchant dapat menerima pembayaran dari customer dalam bentuk credit card.
- b. Konsumen/*card holder*, yaitu orang – orang yang ingin memperoleh produk (barang/jasa) melalui pembelian secara online. Konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila konsumen merupakan perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi e-commerce adalah bagaimana sistem pembayaran yang digunakan, apakah pembayaran dilakukan dengan mempergunakan credit card (kartu kredit) atau dimungkinkan pembayaran dilakukan secara manual/cash. Hal ini penting untuk diketahui, mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit/*card holder*. Pemegang kartu kredit (*card Holder*) adalah orang yang namanya tercetak pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh penerbit berdasarkan perjanjian yang dibuat.

---

<sup>10</sup> Didik M. Arief Mansyur & Elisatris Gultom, 2005, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Jakarta, hal.152-154 53

- c. *Acquirer*, yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan penagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit) adalah bank dimana pembayaran kartu kredit dilakukan oleh pemilik kartu kredit/card holder, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (issuer).
- d. *Issuer*, yaitu perusahaan credit card yang menerbitkan kartu. Di Indonesia ada beberapa lembaga yang diijinkan untuk menerbitkan kartu kredit, yaitu :
- 1) Bank dan lembaga keuangan bukan bank. Tidak semua bank dapat menerbitkan credit card, hanya bank yang telah memperoleh ijin dari Card International, dapat menerbitkan credit card, seperti Master dan Visa card.
  - 2) Perusahaan non bank dalam hal ini PT. Diner Jaya Indonesia International yang membuat perjanjian dengan perusahaan yang ada di luar negeri.
  - 3) Perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk yang ada di luar negeri, yaitu American Express.

e. *Certification Authorities* yaitu pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada merchant, kepada issuer dan dalam beberapa hal diberikan kepada card holder. Apabila transaksi e-commerce tidak sepenuhnya dilakukan secara online dengan kata lain hanya proses transaksinya saja yang online, sementara pembayaran tetap dilakukan secara manual/cash, maka pihak acquirer, issuer dan certification authority tidak terlibat di dalamnya. Di samping pihak-pihak tersebut diatas, pihak lain yang keterlibatannya tidak secara langsung dalam transaksi e-commerce yaitu jasa pengiriman (ekspedisi).<sup>11</sup>

#### 4. Mekanisme jual beli dalam Online

Suatu transaksi online juga merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama dengan jual beli konvensional pada umumnya. Di dalam suatu transaksi online juga mengandung suatu asas konsensualisme, yang berarti kesepakatan dari kedua belah pihak. Penawaran dan penerimaan inilah yang merupakan awal terjadinya kesepakatan antara pihak-pihak yang bersangkutan. Proses penawaran dan penerimaan online ini tidaklah beda dengan proses penawaran dan penerimaan pada umumnya. Perbedaannya hanyalah pada media yang dipergunakan, pada transaksi e-commerce media yang digunakan adalah internet. Pasal 19 UU ITE menyatakan bahwa para pihak yang melakukan transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang disepakati". Jadi sebelum melakukan transaksi elektronik, maka

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, hal. 154

para pihak menyepakati sistem elektronik yang akan digunakan untuk melakukan transaksi, transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui oleh penerima sebagaimana yang ditentukan dalam Pasal 20 ayat (1) UUIITE. Maka, dalam hal ini transaksi elektronik baru terjadi jika adanya penawaran yang dikirimkan kepada penerima dan adanya persetujuan untuk menerima penawaran setelah penawaran diterima secara elektronik. Pasal 20 ayat (2) UU ITE disebutkan “Persetujuan atas penawaran transaksi elektronik harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik” Tahapan selanjutnya setelah dicapainya persetujuan dari para pihak adalah melakukan pembayaran. Pembayaran dapat dilakukan dengan sistem cash, transfer melalui ATM, kartu kredit, atau perantara pihak ketiga seperti rekber (rekening bersama). Apabila pembayaran telah selesai, maka barang akan dikirimkan oleh penjual kepada pembeli dengan menggunakan jasa pengiriman.<sup>12</sup> Biaya pengiriman bisa ditanggung pembeli atau penjual tergantung kesepakatan para pihak. Contoh mekanisme penggunaan rekber sebagai berikut:

---

<sup>12</sup>Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010), hal.38



Gambar 1. Mekanisme Penggunaan Rekber<sup>13</sup>

Prosedur penggunaan rekber dalam jual beli pada FJB Kaskus akan dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

- a. Kesepakatan mengenai harga antara pembeli dan penjual (termasuk deskripsi barang secara detail, garansi, asuransi, ongkos kirim, pemahaman akan aturan rekening bersama dsb),
- b. Pembeli dan penjual memilih pemegang rekber,
- c. Pemilik rekber yang ditunjuk akan menjelaskan prosedur singkat transaksi serta nomor rekening bank
- d. Pembeli mentransfer nilai transaksi + fee ke rekber
- e. Pembeli mengkonfirmasi transfer tersebut pada halaman pemegang rekber yang dipilih atau di thread kaskus, dengan contoh sebagai berikut:<sup>14</sup>

<sup>13</sup>Muhammad Billah Yuhadian, skripsi tidak diterbitkan, *Perjanjian Jual Beli Secara Online melalui Rekening Bersama*, (Makasar: Fakultas Hukum Uniersitas Hasanudin, 2012), hal. 68

<sup>14</sup>*Ibid.*, hal. 69



Dari gambar di atas diketahui id kaskus: lidsepto22 (*buyer*), id kaskus:corleimzi (*seller*), dan id kaskus:lazarusbank (*rekber*).

- f. Pemilik rekber yang ditunjuk memverifikasi dan menyalin bukti transfer tersebut
- g. Pemilik rekber mengkonfirmasi ke penjual bahwa dana dari pembeli sudah masuk, dan mempersilakan penjual untuk mengirim barang
- h. Penjual mengirim barang ke pembeli lalu mengkonfirmasi di situs/thread dengan menunjukkan bukti/nomor resi pengiriman.
- i. Apabila pembeli telah menerima barang yang ditransaksikan, mengecek dan mengkonfirmasi “OK” baru pembeli mempersilahkan pemilik rekber untuk meneruskan dana kepada penjual. Sangat disarankan pembeli sendiri yang menerima barang.
- j. Pemilik rekber meneruskan dana transaksi yang sudah dipotong fee, kemudian menunjukkan posting di thread disertai dengan bukti transfer.

Dengan adanya prosedur penggunaan rekber dalam jual beli dapat diketahui tahapan-tahapan setelah dicapainya persetujuan dari para pihak adalah melakukan pembayaran. Pembayaran dapat dilakukan dengan sistem cash, transfer , kartu kredit, atau perantara pihak ketiga seperti rekber (rekening bersama). Apabila pembayaran telah selesai, maka barang akan dikirimkan oleh penjual kepada pembeli dengan menggunakan jasa pengiriman, sehingga barang bisa diterima oleh pembeli.

## **B. Followers Instagram**

### **1. Pengertian Followers Instagram**

Instagram adalah aplikasi untuk photo-sharing dan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital untuk mereka, dan berbagi hasilnya melalui berbagai layanan sosial media seperti *facebook*, *twitter* dan situs lainnya.<sup>15</sup>

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri.<sup>16</sup> Account Instagram itu sendiri adalah sebagai wadah ataupun media dalam sebuah jaringan komunitas ,relasi atau bahkan

---

<sup>15</sup>Kjell H. Landsverk, *The Instagram Handbook*, alih bahasa Gita haris (PrimeHead Limited;United Kingdom, 2014), hal. 19

<sup>16</sup> Triyas Aprilya, “Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyafashop melalui instagram dalam meningkatkan kepercayaan costumer di Samarinda”, [http://e-journal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/01/jurnal%20cetak%20\(01-20-17-06-48-55\).pdf](http://e-journal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/01/jurnal%20cetak%20(01-20-17-06-48-55).pdf) diakses pada 25 Januari 2018 Pada Pukul 20.02

pertemanan yang dalam media tersebut disebut sebagai Followers. Account Instagram memiliki beberapa kategori diantaranya Account Instagram yang bersifat komunitas ataupun Fanpage, menjadi wadah dalam bersosial, berkegiatan dalam 1 kepentingan yang sama, mengarah pada minat atau ketertarikan suatu objek benda ataupun seseorang yang mendominasi. Followers bisa dapatkan sendiri secara manual dan tidak membutuhkan biaya, namun dalam prosesnya relatif lama. Seseorang harus memfollow dari account yang diinginkan, dan respon dari *account* sasaran, bisa memberikan respon untuk *followback* (mengikuti kembali) ataupun *unfollow* (tidak respon).

## 2. Perkembangan *Followers Instagram*

Perkembangan era globalisasi menciptakan adanya ide maupun kreatifitas dalam bersosial media, hal ini memberikan dampak signifikan dalam perkembangan Followers. Ada 2 macam yang dimiliki Followers Instagram, yaitu *followers real* dan *followers unreal*. Real followers adalah followers yang dimiliki oleh account ataupun pengguna Instagram yang melakukan aktivitas dalam bersosial media. Sedangkan unreal followers adalah followers yang bersifat pasif, dalam hal ini tidak bisa melakukan aktivitas sosial media. Praktiknya followers ini bisa kita ketahui dengan cara diantaranya:

- a. Followers dengan unreal human adalah account luar negeri.
- b. *Account followers unreal* lebih banyak *Following* (mengikuti) dibandingkan *followers* (diikuti).

- c. Jika dibuka profile *followers*-nya, akan ada info tanggal pembuatan akun tersebut, dan semua akun di atas dibuat pada tanggal yang sama.

Pelaku bisnis ini melakukan metode sendiri dalam transaksi account tersebut dengan memberikan alamat email dan *password*, walaupun dalam transaksinya relatif sama, yaitu terdapat penjual, pembeli, dan barang yang diperjualbelikan adalah media ataupun wadahnya.

Followers mendominasi dari aktivitas pengguna Instagram di era sekarang. Dalam kemajuan IPTEK sekarang ini banyak ide maupun kreatifitas dalam pemanfaatan peluang berwujud materi. Dampak tersebut menimbulkan beberapa kasus pada pelaku bisnis untuk melakukan kecurangan dengan mencampur antara *real followers* dan *unreal followers*. Dalam akad awal pembeli menyepakati adanya real account followers.

Untuk proses penyerahan barang dalam jual beli ada 2 metode yaitu *face to face* ataupun *cod* yaitu dengan menghubungi nomor telepon dari penjual yang ada di iklan Instagram penjual, dalam transaksinya menggunakan uang cash (uang tunai). Sedangkan metode yang terakhir adalah *via online*, dengan memanfaatkan media online sebagai media penyerahan *account followers*, dalam transaksinyapun via transfer ataupun e-banking. Transaksi ini ada kecacatan terkait kesepakatan yang dilakukan tidak sesuai terhadap objek yang dibeli, karena adanya pengurangan kualitas, hal ini sering terjadi tapi kebanyakan pembeli mengetahuinya setelah adanya transaksi dilakukan. Transaksi tersebut riskan adanya penipuan dan merugikan salah satu pihak. Sebisa mungkin

untuk menghindari transaksi yang bersifat tidak langsung karena kita tidak mengetahui secara sistem untuk pemindahan kepemilikan terhadap objek tersebut.

Dengan adanya penggunaan situs jejaring Instagram tidak hanya berhenti pada proses interaksi untuk memperluas jaringan dan berbagi foto, namun timbul pula keinginan untuk membentuk suatu usaha atau mempromosikan usaha melalui *instagram*, sehingga transaksi jual beli dapat terlaksana dengan baik dan saling menguntungkan antara penjual dan pembeli secara *online via Instagram*.

### **C. Jual Beli *Follower Instagram***

Instagram adalah aplikasi untuk photo-sharing dan layanan jejaring sosial online yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital untuk mereka, dan berbagi hasilnya melalui berbagai layanan social media seperti facebook, Twitter dan situs lainnya.<sup>17</sup> Instagram menjadi multifungsi saat ini, bukan hanya untuk media berkomunikasi saja, melainkan bisa untuk media promosi dan popularitas. Pengaruh besar dalam Instagram adalah Followers. Followers itu sendiri adalah pengikut dalam jejaring sosial Instagram, dalam setiap account Instagram yang memiliki Followers semakin banyak, maka popularitas account tersebut semakin meningkat, hal itu yang menjadikan peluang untuk memanfaatkan popularitas dari account tersebut, sebagai peluang dalam kegiatan berekonomi.

---

<sup>17</sup>Kjell H. Landsverk, *The Instagram Handbook*, diterj. Gita Haris (PrimeHead Limited: United Kingdom, 2014),hal.19

Semakin banyak orang yang menyadari bahwa Instagram merupakan alat promosi yang sangat digemari. Kecenderungan para pengguna internet ialah lebih tertarik pada bahasa visual. Nah, dibandingkan dengan media sosial lainnya, Instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau foto. Ketika bahasa visual mendominasi dunia internet, dari situlah para pelaku bisnis bisa memanfaatkan peluang yang terhampar di depan mata.

Fenomena lainnya yang sangat menarik dari Instagram adalah bagaimana kebanyakan orang tertarik untuk mempopulerkan akun mereka. Tujuannya adalah memperoleh jumlah followers sebanyak-banyaknya. Ketika seseorang sudah punya banyak followers, secara otomatis ia punya reputasi sehingga menarik minat dari sejumlah vendor untuk memasang iklan di akun Instagram mereka, itulah yang disebut sebagai buzzer yang mampu mendulang banyak keuntungan yang berawal dari hobi postingan di Instagram atau media sosial lainnya.<sup>18</sup>

*Account Instagram allshope* adalah media berbasis pada suatu kegiatan ekonomi, bisnis maupun promosi yang menghasilkan berupa materi. Dalam postingan aktivitas mereka cenderung mengarahkan ketertarikan terhadap apa yang dijualnya. Dan kedua kategori *Account Instagram* tidak lepas dari pentingnya sebuah *Followers*.<sup>19</sup>

*Followers* bisa didapatkan sendiri secara manual dan tidak membutuhkan biaya, namun dalam prosesnya relatif lama. pengguna

---

<sup>18</sup> Rico Huang, *Jago jualan di Instagram*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2016), hal. 59.

<sup>19</sup> *Ibid.*, hal. 39

*instagram* harus memfollow dari *account* yang diinginkan, dan respon dari *account* sasaran, bisa memberikan respon untuk *follback* (mengikuti kembali) ataupun *unfollow* (tidak respon). Pelaku bisnis ini melakukan metode sendiri dalam transaksi *account* tersebut dengan memberikan alamat email dan password, walaupun dalam transaksinya relatif sama, yaitu terdapat penjual, pembeli, dan barang yang diperjualbelikan adalah media ataupun wadahnya.

Proses penyerahan barang dalam jual beli ada 2 metode yaitu *face to face* ataupun *cod* yaitu dengan menghubungi nomor telepon dari penjual yang ada di iklan Instagram penjual, dalam transaksinya menggunakan uang *cash* (uang tunai). Sedangkan metode yang terakhir adalah *via online*, dengan memanfaatkan media *online* sebagai media penyerahan *account followers*, dalam transaksinyapun *via transfer* ataupun *e-banking*.

Transaksi di atas secara umum sudah memenuhi syarat yaitu:

1. Adanya penjual dan pembeli.
2. Objek transaksi disini adalah account instagram.
3. Terdapat alat tukar yaitu berupa uang dan objek transaksi (account instagram)
4. Transaksi dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (*cod* maupun *transfer*)
5. Terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli.<sup>20</sup>

Namun transaksi ini ada kecacatan terkait kesepakatan yang dilakukan tidak sesuai terhadap objek yang dibeli, karena adanya pengurangan kualitas,

---

<sup>20</sup> *Ibid.*, hal. 41.

hal ini sering terjadi tapi kebanyakan pembeli mengetahuinya setelah adanya transaksi dilakukan. Transaksi tersebut riskan adanya penipuan dan merugikan salah satu pihak. Sebisa mungkin untuk menghindari transaksi yang bersifat tidak langsung karena kita tidak mengetahui secara sistem unuk pemindahan kepemilikan terhadap objek tersebut.

Dengan demikian instagram termasuk media sosial yang sederhana dengan jalan berbagi foto dan video, tetapi bisa dijakikan visual sebagai pemancing pembeli. Terutama bila produk dari usaha berupa benda fisik. Itu sebabnya untuk keleluasaan sebagai pebisnis sebaiknya menggunakan akun instagram blog untuk mendapatkan fasilitas tambahan seperti pemantauan followers dan kunjungan.

Apabila dianalisa dari hukum positif sudah terpenuhi karena ada subyek dan obyek perikatan, serta hak dan kewajiban yang sudah ditentukan oleh masing-masing pelaku perikatan. Obyek perikatan disini adalah bot follower instagram yang jumlahnya kadang di lebihkan serta lama-kelamaan berkurang dan subyek perikatan adalah penjual dan pembeli baik yang dilakukan secara online maupun tatap muka. Penjual sudah menjelaskan bahwa bot follower sudah ada system yg mengatur jadi antara penjual dan pembeli sudah sama-sama sepakat, jadi tidak tau berkurang atau tahan lama bot follower tersebut. Dalam perikatan tersebut juga sudah timbul apa yang disebut hak perseorangan relatif (*persoonlijke rechten*), yaitu hak-hak yang hanya dimiliki oleh masing-masing pihak yang terkait oleh suatu perikatan

atau orang-orang yang berkepentingan saja. Hak dan kewajiban tersebut sudah ditentukan oleh kedua belah pihak sebelum transaksi perikatan dilakukan.