

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
MOTTO HIDUP.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang Masalah.....	1
Rumusan Masalah	7
Tujuan Penelitian.....	7
Kegunaan Penelitian.....	7
Studi Terdahulu	8
Kerangka Berpikir	10
Langkah-Langkah Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN TEORITIS MENGENAI JUAL BELI <i>FOLLOWERS</i>	
AKTIF ATAU TIDAK AKTIF INSTAGRAM DALAM	
PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH.....	18
A. Jual Beli Dalam Hukum Ekonomi Syariah	18
1. Pengertian Jual Beli	18
2. Dasar Hukum Jual Beli	20
3. Rukun Dan Syarat Jual Beli.....	23
4. Macam-Macam Jual Beli	26
5. Etika Jual Beli.....	27

6. Jual Beli Yang Dilarang	29
B. Gharar.....	34
1. Pengertian Gharar	34
2. Dasar Hukum Gharar	36
3. Bentuk Gharar Yang Merusak Transaksi.....	37
4. Akibat Hukum Gharar.....	42
C. Follower Sosial Media	42
1. Pengertian Follower Sosial Media.....	42
2. Bentuk-Bentuk Jual Beli Follower Sosial Media	45
3. Aspek Legalitas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasidan Transaksi Elektronik	45
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN TENTANG JUAQ	
BELI <i>FOLLOWERS</i> AKTIF ATAU TIDAK AKTIF INSTAGRAM	
DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DI AKUN	
MISBAHUDDINBINMUHAMMADNUR Ddi KECAMATAN	
PEUREULAK KABUPATEN ACEH TIMUR.....	47
A. Pelaksanaan Atau Mekanisme Dalam Sistem Jual Beli <i>Followers</i> di Akun	47
Misbahuddinbinmuhammadnur	47
B. Tinjauan Jual Beli <i>Followers</i> Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 , Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.....	53
C. Tinjauan Fiqh Al-Ba'i (Jual Beli) Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli <i>Followers</i> di Akun Misbahuddinbinmuhammadnur	55
BAB IV PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	67