

Pengkajian Fiqih dan Perkembangan Pasar: Analisis Jasa Titip yang
Populer di Kalangan Generasi Milenial



OLEH:
Mustofa Anwar, M.E
Agnes Jevi Rialita
Rendi Risdiansyah

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (LP2M)
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUL A'MAL LAMPUNG
2022

HALAMAN PENGESAHAN

- A. Judul Program : *Pengkajian Fiqih dan Perkembangan Pasar:
Analisis Jasa Titip yang Populer di Kalangan
Generasi Milenial*
- B. Jenis program : Penelitian
- C. Sifat kegiatan : Terprogram
- D. Identitas pelaksana :
1. Ketua

Nama : Mustofa Anwar/ Ketua

NIDN : 2127068401

Pangkat/ golongan : Asisten Ahli

Alamat kantor : *Jl. Pesantren Mulyojati 16B Kec. Metro Barat
Kota Metro*
 2. Anggota 1

Nama : Agnes Jevi Rialita

Alamat kantor : *Jl. Pesantren Mulyojati 16B Kec. Metro Barat
Kota Metro.*
 3. Anggota 2

Nama : Rendi Risdiansyah

Alamat kantor : *Jl. Pesantren Mulyojati 16B Kec. Metro Barat
Kota Metro*
- E. Biaya yang diperlukan : Rp. 5. 000.000 (Lima Juta Rupiah)
- F. Lama kegiatan : 3 bulan

Mengetahui,
Ka. Lembaga Penelitian Publikasi
Pengabdian Masyarakat



Imroatul Munawaroh, M.Pd.
NIDN. 2109058901

PERNYATAAN KEASLIAN DAN KEORISINILAN

Dengan ini saya sebagai ketua peneliti:

Nama : Mustofa Anwar
NIDN : 2127068401

Menyatakan bahwa penelitian ini adalah orisinil yang belum diteliti sebelumnya dan naskah penelitian ini secara keseluruhan adalah asli penelitian/ karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang di rujuk sumbernya.

Metro, 15 September 2022
Saya yang menyatakan,



Mustofa Anwar
NIDN. 2127068401

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadapan allah swt, yang telah melimpahkan rahmahmat dan hidayahnya sehingga penelitian kolektif dosen dan mahasiswa tentang ***Pengkajian Fiqih dan Perkembangan Pasar: Analisis Jasa Titip yang Populer di Kalangan Generasi Milenial***, ini berjalan lancar.

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah berpartisipasi dan men-support selama penelitian ini dilaksanakan. secara khusus peneliti menyampaikan terimakasih kepada :

1. Kementrian Agama Republik Indonesia
2. Kopertais wilayah XV Lampung
3. Rektor IAI Darul A'mal lampung
4. Kepala Pusat Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat IAI Darul A'mal Lapung
5. Semua pihak yang terlibat aktif dalam proses penelitian ini.

Semoga semua dukungan dan kontribusi mereka bermanfaat bagi umat dan mendapatkan balasan yang sesuai dari Allah swt. kami berharap, kedepan kerjasama dan kontribusi serta dorongan tersebut semakin meningkat, sehingga akan meningkatkan kualitas dan kuantitas penelitian di lingkungan IAI Darul A'mal Lapung.

Semoga penelitian ini dapat menjadi sumbangan yang bermanfaat bagi pembangunan iklim akademik yang kondusif di IAI Darul A'mal Lapung.

Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif guna perbaikan dan penyempurnaan untuk penelitian-penelitian berikutnya.

Metro, 15 September 2022
Saya yang menyatakan,



Mustofa Anwar
NIDN. 2127068401

DAFTAR ISI

Halaman Depan.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Pernyataan Keaslian Dan Keorisinilan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar isi.....	v
Abstrak.....	vi
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pembatasan Masalah.....	1
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Kegunaan Penelitian.....	6
F. Metodologi Penelitian.....	7
A. Metode Penelitian	32
B. Metode Pengumpulan Data.....	32
C. Teknik Analisa Data.....	33
Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	37
A. Hasil Penelitian.....	37
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	42
Simpulan dan Saran.....	44
A. Simpulan.....	44
B. Saran.....	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengevaluasi penggunaan jasa titip di kalangan generasi milenial dari perspektif fiqih dan aspek dinamika pasar yang terkait. Jasa titip menjadi semakin populer sejalan dengan kemajuan teknologi dan e-commerce, di mana seseorang atau kelompok menawarkan layanan pembelian barang tertentu dengan biaya tertentu. Penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana praktik tersebut dapat diselaraskan dengan prinsip-prinsip fiqih muamalah, serta dampak saling memengaruhi antara dinamika pasar dan keberadaan jasa titip. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan penyedia jasa titip, observasi, dan analisis dokumen terkait.. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa praktik jasa titip di kalangan milenial memiliki potensi ketidaksesuaian dengan beberapa prinsip fiqih, seperti ketidakjelasan dalam akad dan kemungkinan gharar (ketidakpastian) dalam transaksi. Namun, dengan penyesuaian tertentu dan peningkatan transparansi, praktik ini dapat disesuaikan agar sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Selain itu, penelitian juga mencatat bahwa dinamika pasar berpengaruh signifikan terhadap praktik jasa titip, terutama dalam kaitannya dengan penetapan harga, kepercayaan konsumen, dan persaingan pasar. Oleh karena itu, penting bagi pelaku jasa titip untuk memahami dan mengimplementasikan prinsip-prinsip fiqih dengan tepat guna memastikan kelangsungan usaha mereka dan mematuhi prinsip syariah. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan perlunya edukasi dan regulasi yang lebih baik untuk memastikan bahwa praktik jasa titip dapat berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip fiqih dan memberikan manfaat optimal bagi semua pihak yang terlibat..

Kata Kunci: *Fiqih Mu'amalh, Dinamika Pasar, Jasa Titip, Transaksi Online*

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Di era globalisasi dan digitalisasi yang semakin pesat, pola konsumsi dan perdagangan mengalami transformasi signifikan.¹ Teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru dalam berbagai sektor, termasuk perdagangan dan layanan. Salah satu fenomena yang menonjol dalam beberapa tahun terakhir adalah praktik jasa titip (jastip), yang kini populer di kalangan milenial. Jasa titip adalah layanan yang menawarkan pembelian barang tertentu atas permintaan konsumen dengan imbalan jasa.² Fenomena ini telah menjadi solusi praktis bagi konsumen yang ingin memperoleh barang dari lokasi atau negara tertentu tanpa harus bepergian langsung.

Generasi milenial, yang dikenal sangat adaptif terhadap teknologi dan aktif dalam ekosistem digital, menjadi penggerak utama dalam perkembangan jasa titip.³ Mereka memanfaatkan platform media sosial dan e-commerce untuk menawarkan layanan ini, memudahkan konsumen dalam mengakses produk-produk yang sulit didapatkan secara lokal atau yang memiliki harga lebih kompetitif di pasar internasional. Praktik jasa titip mencakup berbagai jenis barang, mulai dari produk fashion, kosmetik, hingga barang elektronik, dan ini menciptakan dinamika baru dalam pasar global.⁴

Namun, praktik ini menimbulkan berbagai pertanyaan dan tantangan dari perspektif fiqih muamalah, yaitu cabang hukum Islam yang mengatur transaksi ekonomi. Dalam Islam, setiap transaksi harus memenuhi prinsip-prinsip dasar seperti kejelasan akad (perjanjian), keterbukaan dan transparansi, serta menghindari unsur gharar (ketidakpastian atau spekulasi) dan riba (bunga). Oleh karena itu, praktik jasa titip perlu dianalisis secara mendalam untuk memastikan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah. Beberapa isu yang sering muncul meliputi kejelasan akad antara pihak yang menitipkan dan yang dititipi,

¹ Sasabone, L., Sudarmanto, E., Yovita, Y., & Adiwijaya, S. (2023). Pengaruh E-commerce dan Kemudahan Transaksi Terhadap Perubahan Pola Konsumsi Dalam Era Digital Di Indonesia. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(01), 32–42. <https://doi.org/10.58812/sish.v1i01.304>

² Arrosadi, A. H., Verawati, D. M., & Novitaningtyas, I. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan Jasa Titip Monera). *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3), 314–328. <https://doi.org/10.32832/manager.v5i3.7354>

³ Kusumastuti, A. D. (2020). FENOMENA JASA TITIP (JASTIP) DAN POLEMIK BAGI KELANGSUNGAN PRODUK UMKM. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 9(1), 33–39. <https://doi.org/10.47942/iab.v9i1.645>

⁴ Jannah, M. (2021). Berbelanja Melalui Jasa Titip Perabot di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus @jastipbyarumi. *Emik*, 4(1), 52-69. <https://doi.org/10.46918/emik.v4i1.867>

transparansi dalam penentuan biaya jasa, serta potensi gharar yang dapat mempengaruhi keabsahan transaksi menurut hukum Islam.

Selain itu, dinamika pasar modern juga mempengaruhi praktik jasa titip. Faktor-faktor seperti persaingan yang ketat, fluktuasi harga, dan kepercayaan konsumen memainkan peran penting dalam perkembangan bisnis ini. Pelaku jasa titip harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan menerapkan strategi bisnis yang tidak hanya efektif tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam lingkungan yang sangat kompetitif dan bergerak cepat, kemampuan untuk menjaga integritas dan kepatuhan terhadap hukum Islam menjadi kunci keberhasilan jangka panjang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik jasa titip di kalangan milenial dari dua perspektif utama: fiqih muamalah dan dinamika pasar. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengumpulkan data dari pelaku jasa titip, konsumen, serta literatur terkait. Dengan memahami bagaimana praktik ini beroperasi dan bagaimana ia dapat disesuaikan dengan hukum Islam, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan komprehensif bagi pelaku bisnis dan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang ada, serta memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kepatuhan terhadap syariah dalam bisnis jasa titip.

Dalam konteks yang lebih luas, penelitian ini juga berupaya untuk berkontribusi pada literatur ekonomi Islam dan memberikan dasar bagi pengembangan regulasi yang lebih baik dalam mengatur praktik jasa titip. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis yang adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

B. PEMBATASAN MASALAH

1. Ruang Lingkup Geografis: Penelitian ini akan dibatasi pada praktik jasa titip yang dilakukan di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Bandung, di mana penggunaan jasa titip oleh milenial cukup tinggi. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih spesifik dan relevan dengan konteks lokal.
2. Target Responden: Fokus penelitian akan berada pada kalangan milenial, yang didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996. Kelompok

usia ini dipilih karena mereka merupakan pengguna utama layanan jasa titip dan aktif dalam ekosistem digital.

3. Jenis Barang: Penelitian ini akan membatasi jenis barang yang diteliti pada produk-produk fashion, kosmetik, dan barang elektronik, karena kategori ini merupakan yang paling umum dalam praktik jasa titip. Pembatasan ini membantu dalam memperoleh data yang lebih terfokus dan mendalam.
4. Metodologi: Penelitian akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Wawancara mendalam dan observasi akan dilakukan terhadap sejumlah pelaku jasa titip dan konsumen. Analisis dokumen juga akan dilakukan terhadap kontrak dan perjanjian yang digunakan dalam praktik jasa titip.
5. Perspektif Fiqih: Pembahasan akan difokuskan pada prinsip-prinsip fiqih muamalah yang relevan, seperti kejelasan akad, transparansi transaksi, dan penghindaran unsur gharar dan riba. Penelitian tidak akan mencakup seluruh aspek hukum Islam secara keseluruhan, melainkan hanya yang berhubungan langsung dengan praktik jasa titip.
6. Periode Waktu: Data yang dikumpulkan dan dianalisis dalam penelitian ini akan dibatasi pada periode tiga tahun terakhir. Pembatasan waktu ini dimaksudkan untuk menangkap tren dan dinamika terbaru dalam praktik jasa titip di kalangan milenial.
7. Dinamika Pasar: Analisis dinamika pasar akan difokuskan pada aspek persaingan, penentuan harga, dan kepercayaan konsumen dalam konteks jasa titip. Pembahasan mengenai faktor-faktor makroekonomi yang lebih luas tidak akan menjadi fokus utama.

Dengan pembatasan masalah ini, diharapkan penelitian dapat berjalan secara terfokus dan mendalam, sehingga hasilnya dapat memberikan wawasan yang lebih spesifik dan praktis mengenai praktik jasa titip di kalangan milenial dalam perspektif fiqih dan dinamika pasar.

C. RUMUJSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah yang telah diuraikan, berikut adalah rumusan masalah untuk penelitian ini:

1. Bagaimana praktik jasa titip di kalangan milenial dijalankan dan apa saja karakteristik utama dari transaksi tersebut?
2. Apakah praktik jasa titip di kalangan milenial sesuai dengan prinsip-prinsip fiqih muamalah?

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Mengidentifikasi pola dan karakteristik utama dari praktik jasa titip yang dilakukan oleh generasi milenial, termasuk jenis barang yang paling sering dititipkan dan metode transaksi yang digunakan.
2. Menelaah bagaimana praktik jasa titip di kalangan milenial sejauh mana sesuai dengan prinsip-prinsip fiqih dalam Islam, terutama terkait dengan konsep keadilan, transparansi, dan kejujuran dalam transaksi.

E. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Kontribusi terhadap Literatur Ekonomi Islam: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur ekonomi Islam dengan menyediakan pemahaman yang lebih dalam tentang praktik jasa titip di kalangan milenial dari perspektif fiqih muamalah dan dinamika pasar. Hal ini dapat membantu mengisi kesenjangan pengetahuan dalam bidang ini.
2. Pemahaman yang Lebih Mendalam bagi Pelaku Jasa Titip: Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagi pelaku jasa titip tentang pentingnya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam bisnis mereka. Mereka dapat menggunakan temuan ini untuk meningkatkan transparansi, kejelasan akad, dan kepatuhan lainnya dalam praktik jasa titip mereka.
3. Pedoman bagi Regulator: Temuan penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi regulator dalam mengembangkan regulasi yang lebih baik untuk mengatur praktik jasa titip. Regulasi yang lebih baik dapat membantu meningkatkan keamanan dan kepercayaan konsumen terhadap layanan jasa titip, serta meningkatkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.
4. Peningkatan Kesadaran Konsumen: Penelitian ini juga dapat meningkatkan kesadaran konsumen, khususnya kalangan milenial, tentang pentingnya memilih layanan jasa titip yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini dapat mendorong praktik bisnis yang lebih etis dan sesuai dengan nilai-nilai agama.
5. Pengembangan Model Bisnis yang Berkelanjutan: Dengan pemahaman yang lebih baik tentang praktik jasa titip yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, pelaku bisnis dapat mengembangkan model bisnis yang lebih berkelanjutan dan beretika. Ini dapat membantu menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan berkeadilan.

6. Pengembangan Pengetahuan Akademis dan Profesional: Penelitian ini dapat menjadi sumber pengetahuan yang berharga bagi akademisi dan profesional yang tertarik dalam bidang ekonomi Islam, khususnya dalam konteks praktik bisnis modern seperti jasa titip. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut dan pengembangan praktik bisnis yang lebih baik.

F. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dalam karya ini adalah suatu penelitian hukum nondoktrinal, dengan tujuan untuk menemukan hukum dari suatu praktik jual beli jasa titip *online* di media sosial. Penelitian nondoktrinal adalah suatu penelitian hukum yang dikonsepsikan sebagai pranata riil yang dikaitkan dengan variabel-variabel sosial yang lain. Objek hukum nondoktrinal adalah apa yang dilihat dan terjadi dalam masyarakat yang menimbulkan gesekan antara hak dan kewajiban suatu individu atau kelompok. Metode dalam karya ilmiah ini adalah termasuk dalam penelitian hukum sosiologis, yang mempelajari fenomena hukum dari sisi realitas hukum.⁵

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian hukum empiris, yaitu metode penelitian hukum yang berfungsi untuk melihat hukum dalam artian nyata dan meneliti bagaimana bekerjanya hukum di lingkungan masyarakat. Kajian ilmu hukum empiris adalah fenomena hukum di masyarakat atau fakta sosial yang terdapat dalam masyarakat yang ditekankan pada segi observasinya.⁶ Dalam penelitian ini data yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara langsung dengan penyedia layanan jasa titip dan pengguna layanan jasa titip. Dalam hal ini penulis melakukan observasi tentang tinjauan hukum Islam terhadap keabsahan praktik jual beli dengan sistem jasa titip *online* di media sosial (ditinjau menurut akad *bay' al-fuḍūlī*).

1. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan observasi partisipan (partisipatif), yaitu pendekatan yang melibatkan penulis secara langsung dalam proses penelitian. Observasi partisipatif adalah suatu metode penelitian dimana peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang/objek yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data

⁵ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rajawali Press, 2006), hlm.133

⁶ Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian ilmu Hukum*, (Bandung: Bandar Maju, 2008), hlm. 81

penelitian. Pendekatan observasi dalam penelitian ini termasuk dalam golongan observasi partisipatif aktif, yaitu peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan oleh narasumber, tetapi tidak lengkap secara keseluruhan.⁷ Alasan penulis menggunakan pendekatan penelitian ini karena penulis pernah melakukan transaksi jual beli menggunakan layanan jasa titip di media sosial, sehingga penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai praktik jual beli menggunakan sistem jasa titip ini.

Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi dan mengamati fenomena-fenomena yang terjadi dalam kegiatan jual beli menggunakan sistem jasa titip *online*. Data yang diperoleh berasal dari wawancara langsung dengan para pihak yang terkait, baik itu penyedia layanan jasa titip maupun para konsumen.

2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada karya ilmiah ini adalah penelitian studi kasus (*case study*). Penelitian studi kasus adalah suatu penelitian kualitatif yang berusaha menemukan makna, menyelidiki proses, serta memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam dari individu, kelompok, atau situasi.⁸

3. Sumber data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer yaitu sumber data pokok yang diperoleh dari para pihak yang terkait dengan praktik jual beli *online*, baik itu penyedia jasa layanan jasa titip maupun para konsumen. Data primer ini didapatkan melalui penelitian lapangan (*field research*). Sumber data sekunder adalah informasi data yang diperoleh secara tidak langsung. Sumber-sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dapat berupa buku-buku, jurnal-jurnal, dokumendokumen, laporan serta berbagai sumber informasi dari internet yang berkaitan dengan sistem jual beli *online*. Data sekunder ini penulis dapatkan melalui penelitian pustaka (*library research*).

4. Teknik pengumpulan data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui penelitian lapangan (*field research*) dan data yang diperoleh melalui penelitian pustaka (*library research*). Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan di

⁷ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm.60.

⁸ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali pers, 2014), hlm.4.

lapangan untuk memperoleh data dan informasi secara langsung dengan mendatangi responden.⁹ Pada penelitian ini penulis mendatangi dan mewawancarai langsung para pihak yang melakukan bisnis jasa titip beli *online*.

Penelitian kepustakaan adalah suatu penelitian untuk memperoleh data yang bersumber dari perpustakaan dengan mengeksplorasi informasi dari buku-buku, majalah-majalah serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan.¹⁰ Disini penulis mengumpulkan data yang berisi informasi mengenai sistem jasa titip baik itu dari jurnal-jurnal, penelitian-penelitian terdahulu maupun dari buku-buku.

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan meliputi studi literatur dari berbagai artikel, jurnal, skripsi, buku, dan lainnya sebagai referensi dalam menentukan teori yang mendukung penelitian. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data yang berkaitan dengan praktik jual beli jasa titip *online* di media sosial.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah tanya jawab antara pewawancara dan narasumber untuk meminta keterangan atau pendapat tentang suatu hal yang berhubungan dengan masalah penelitian.¹¹ Tujuan penulis melakukan wawancara adalah untuk mengumpulkan data tentang praktik jasa titip beli *online* antara pemilik objek dan penyedia jasa titip serta dengan konsumen.

c. Observasi

Observasi hakikatnya merupakan kegiatan dengan menggunakan panca indera, bisa penglihatan, penciuman, dan pendengaran. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara terjun langsung dan mengamati (melihat, mendengar, dan merasakan secara langsung).¹² Teknik observasi ini digunakan oleh penulis

⁹ Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 32.

¹⁰ Abdurrahman Fathoni, *Metodelogi Penelitian dan teknik penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 96

¹¹ Marzuki Abu Bakar, *Metodelogi Penelitian*, (Banda Aceh, 2013), hlm. 57-58

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.211.

senantiasa untuk mengamati praktik jasa titip beli online yang sedang marak terjadi saat ini.

d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang dilakukan yang dapat dijadikan suatu bukti. Dokumen yang digunakan oleh penulis yaitu berupa foto, dan data hasil wawancara dengan para penyedia jasa titip beli *online* serta dengan para konsumen.

5. Objektivitas dan validitas data

Dalam penelitian ini penulis mengamati kegiatan-kegiatan praktik jasa titip beli *online* pada toko *URLv SPORT WOMEN'S*. Toko ini terletak di Jalan Tgk Chik Dipineung Raya No. 2C, Desa Pineung, Kecamatan Syiah Kuala, Kota Banda Aceh. Pada akun *instagram* yang bernama *@Urlvsportwoms* kadangkala diposting barang-barang yang ditawarkan untuk dititipkan oleh para konsumen.

6. Teknik analisis data

Teknik analisis data yang penulis tempuh dalam menganalisis objek kajian ini adalah mengumpulkan data mengenai bagaimana praktik jasa titip beli *online* yang diterapkan di toko *URLv SPORT WOMEN'S*. Cara yang ditempuh adalah dengan menyajikan atau menggambarkan sejelas-jelasnya mengenai praktik jual beli melalui jasa titip *online* secara sistematis dan akurat. Data yang telah didapat dianalisis serta dibandingkan dengan teori-teori dan dasar hukum Islam mengenai praktik jual beli dengan sistem jasa titip *online* yang diterapkan di toko *URLv SPORT WOMEN'S*.

G. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Cara Pelaksanaan Jual Beli dengan Sistem Jasa Titip *Online* di Media Sosial

Bisnis jasa titip dipasarkan melalui media *online*, salah satunya adalah media yang memanfaatkan jejaring sosial seperti *instagram*. Akun *instagram* berfungsi sebagai salah satu wadah yang digunakan sebagai media promosi untuk menjalankan bisnis jasa titip *online*. Aplikasi *instagram* merupakan aplikasi media sosial yang beroperasi di *smartphone* yang memungkinkan penggunaanya dapat mengambil gambar foto, vidio, menambahkan efek/*filter* digital serta menguploadnya kepada pengguna media sosial lainnya.¹³ Penyedia layanan jastip memilih *instagram* sebagai

¹³ Bayu Indrayana, Dkk., *Faktor Penentu Minat Penggunaan Instagram Untuk Pembelian Online Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB)*, Vol.2, 2016, Hlm.139.

media promosi karena pengguna jejaring sosial *instagram* sangat banyak, sehingga pemasaran dapat dilakukan secara menyeluruh kapanpun dan dimanapun selama terdapat jaringan internet. Biaya yang dikeluarkan-pun tidak banyak, karena hanya pengeluaran biaya untuk membeli data internet saja.

Mekanisme transaksi pada jasa titip beli *online* adalah pihak penitip diharuskan mengisi format pemesanan yang telah ditentukan oleh pihak penyedia layanan jasa titip, dan penitip juga diharuskan membayar terlebih dahulu sejumlah biaya serta penambahan *fee* terhadap barang yang dititip belikan, pembayarannya dilakukan dengan cara menransfer sejumlah uang tersebut ke rekening penyedia jasa titip. Setelah transaksi terjadi, maka barulah pihak penyedia layanan jasa titip membeli barang pesanan konsumen. Namun ketika barang yang diinginkan oleh penitip telah habis, maka pihak penyedia layanan jasa titip akan menghubungi konsumen untuk memberitahukan bahwa produk yang ingin dititip-belikan tidak tersedia, lalu penyedia layanan jasa titip akan menanyakan apakah ada barang lain yang ingin dititipi oleh konsumen sebagai pengganti barang pertama yang telah habis. Namun jika tidak ada, penyedia layanan jasa titip akan mengembalikan kembali uang penitip, tetapi jumlahnya tidak sama dengan jumlah awal yang dibayarkan oleh pihak penitip. Uang yang dikembalikan kepada konsumen telah dipotong biaya upah jasa titip sebesar Rp.15.000, hal ini dilakukan oleh penyedia layanan jasa titip semata-mata sebagai biaya yang telah mereka habiskan dalam perjalanan membelanjakan barang titipan konsumen. Utari mengatakan agar berhasil dalam menjalani bisnis jasa titip ini, kunci terpentingnya adalah komunikasi dengan konsumen harus cukup baik.¹⁴

Mengenai ongkos jasa titip yang dipotong oleh penyedia layanan jasa titip jika barang yang dicari telah habis, bukanlah masalah besar menurut Rifa Mauliza. Berdasarkan pengalamannya menggunakan layanan jasa titip di *@Urvsportwoms*, ia pernah menitip untuk dibelikan sepatu dari *brand vincci*, namun sepatu tersebut telah habis di pusat perbelanjaan. Hal pertama yang dilakukan oleh penyedia layanan jasa titip adalah menanyakan kepada konsumen apakah ada barang lain yang ingin dibelikan sebagai pengganti barang yang telah habis. Jika tidak ada, uang konsumen akan dikembalikan oleh penyedia layanan jasa titip, namun telah dipotong sebesar Rp.

¹⁴ Wawancara dengan Utari, Pemilik Akun *@Urvsportwoms*, Pada 25 September 2020, di Banda Aceh.

15.000 sebagai ongkos biaya yang telah digunakan dalam perjalanan mencari barang titipan konsumen. Menurut Rifa Mauliza, pengambilan biaya yang dilakukan oleh penyedia layanan jasa titip adalah hal wajar, biaya tersebut merupakan ongkos dari usaha yang telah mereka berikan dalam mencari barang titipan konsumen.¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pihak penyedia layanan jasa titip, yang menjadi proses jual beli pada jasa titip beli *online* adalah sebagai berikut:

- a. Penyedia layanan jasa titip memberitahukan di akun *instagramnya* mengenai kepergiannya ke suatu tempat tujuan, informasinya berisi tanggal keberangkatan, tanggal belanja barang titipan dan tanggal kepulangan penyedia layanan jasa titip.
- b. Penyedia layanan jasa titip memposting beberapa produk dari beberapa tempat perdagangan pada akun *Instagram* miliknya. Produk yang dipromosikan terdiri dari berbagai macam jenis, seperti pakaian, sepatu, kosmetik, aksesoris, makanan, oleh-oleh khas daerah, barang elektronik dan lain-lain.
- c. Penyedia layanan jasa titip mencantumkan informasi detail mengenai kriteria barang, meliputi warna, bahan produk, berat/ukuran produk, serta harga barang yang sudah meliputi ongkos jastip.
- d. Pemesan atau konsumen yang tertarik terhadap suatu produk tersebut, bisa menghubungi penyedia layanan jasa titip melalui *direct message* (DM), ataupun melalui *whatsapp*. Jika keduanya telah sepakat, untuk melanjutkan transaksi konsumen diharuskan mengisi format order yang berisi nama, alamat lengkap, nomor hp, serta foto barang titipan.
- e. Biaya jasa titip sebesar harga produk ditambah dengan ongkos jasa titip (Rp. 15.000). Setelah total harga dijumlahkan oleh penyedia layanan jasa titip, maka konsumen diharuskan menstransfer sejumlah uang tersebut ke rekening milik pihak jastip. Struk transferan sejumlah uang tersebut harus dikirimkan oleh konsumen kepada penyedia layanan jastip sebagai bukti telah melakukan pembayaran.
- f. Setelah transaksi terjadi, barulah tahap selanjutnya penyedia layanan jasa titip membelikan barang pesanan konsumen.

¹⁵ Wawancara dengan Rifa Mauliza, Pengguna Layanan Jasa Titip, Pada 26 September 2020, di Banda Aceh.

- g. Barang yang telah dibeli oleh penyedia layanan jasa titip, dibawa pulang dan disimpan di toko penyedia layanan jasa titip yang terletak di Jalan Tgk Chik Dipineung Raya No. 2C, Desa Pineung, Kecamatan Syiah Kuala, Kota Banda Aceh.
- h. Jika konsumen yang berasal dari kota Banda Aceh dapat mengambil pesannya langsung ke alamat toko penyedia layanan jasa titip.
- i. Jika konsumen berasal dari luar daerah, penyedia layanan jasa titip akan mengirim barang melalui jasa pengiriman barang sesuai dengan keinginan konsumen. Pada tahap ini penyedia layanan jasa titip akan mengirimkan nomor resi pengiriman kepada pihak konsumen.¹⁶

Adapun produk-produk jasa titip yang ditawarkan oleh Utari pada akun @Urlysportwoms adalah sebagai berikut:

- a. *Vincci*, adalah salah satu *brand* andalan yang berasal dari group Padini yang berasal dari Negara Malaysia, yang berdiri sejak tahun 1975. Pada awalnya, *vincci* memfokuskan pada sepatu wanita, namun sekarang *vincci* juga mengeluarkan aksesoris seperti jam tangan, gelang, kacamata, tas, kalung, dan lain-lain.¹⁷
- b. Bonia, merupakan salah satu perusahaan retail yang berfokus dalam memasarkan berbagai macam koleksi *high fashion* berbahan dasar kulit serta perlengkapan aksesoris wanita dan pria seperti sepatu, tas, dan aksesoris pelengkap lainnya. Berdiri sejak tahun 1974 di Singapura merek ini mulai memasuki pasar Malaysia pada tahun 1978 dan sejak saat itu Bonia menjadi sangat terkenal di kedua negara Asia Tenggara tersebut didukung dengan promosi serta iklan yang besar-besaran.¹⁸
- c. Miniso, adalah jaringan ritel Tiongkok yang menjual aneka barang dengan harga rendah, termasuk kosmetik, alat tulis, mainan, alat elektronik, dan peralatan dapur.¹⁹

¹⁶ Wawancara dengan Utari, Pemilik Akun @Urlysportwoms, Pada 25 September 2020, di Banda Aceh.

¹⁷ [Iprice.co.id](https://iprice.co.id), *Vincci Indonesia*, diakses melalui <https://iprice.co.id/vincci/>, 11.42, tanggal 22 September 2020.

¹⁸ www.fimela.com, *Bonia Jam Tangan Eksklusif*, diakses melalui <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/3713383/bonia-jam-tangan-ekslusif>, 12.23, tanggal 22 September 2020.

¹⁹ Wikipedia Indonesia, *Miniso*, diakses melalui <https://id.wikipedia.org/wiki/Miniso>, 12.02, tanggal 22 September 2020.

- d. H&M, atau singkatan dari Hennes & Mauritz Ab merupakan sebuah perusahaan multinasional yang memproduksi busana.²⁰
- e. Zara, adalah salah satu merek yg berasal dari Spanyol dan bermarkas di Arteixo, Galicia. Zara didirikan pada tahun 1975 oleh Armancio Ortega dan Rosalia Mera. Zara merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi busana, tas, dan sepatu.²¹
- f. Mango, adalah sebuah perusahaan desain dan manufaktur pakaian yang didirikan di Barcelona, Catalonia (Spanyol).²²
- g. Uniqlo, adalah sebuah *brand* pakaian *casual* yang berasal dari Negara Jepang. Uniqlo telah berhasil menjadi salah satu merek pakaian yang banyak dicari dunia, termasuk Indonesia.¹²³²⁴
- h. Barang lainnya sesuai dengan *request* konsumen.²⁵

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan pemilik akun *Instagram* yang bernama @Urlvsportwoms, ia memulai bisnis jastip ini tanpa modal, karena tugas utama dari menjalankan bisnis jasa titip ini adalah hanya mengambil foto-foto di setiap toko brand tertentu di beberapa pusat perbelanjaan besar yang terdapat di suatu negara/daerah. Ia juga mengatakan bahwa meminta izin untuk mengambil foto-foto di toko tersebut tidaklah sulit, kita hanya perlu menjelaskan maksud dan tujuan kita. Karena dengan adanya layanan jasa titip ini juga memberi keuntungan kepada pihak pemilik barang tersebut.²⁶

Kunci sukses dalam menjalankan bisnis jasa titip ini adalah mendapatkan kepercayaan dan kepuasan dari konsumen. Menurut Siti Luthfia, layanan jasa titip @Urlvsportwoms sangat aman dan terpercaya. Siti Luthfia telah beberapa kali menggunakan layanan jasa titip @Urlvsportwoms, barang yang dititipbelikan adalah sepatu *vincci* yang berasal dari Negara Malaysia. Alasan Siti Luthfia sangat mempercayai

²⁰ Wikipedia Indonesia, *H&M*, diakses melalui <https://id.wikipedia.org/wiki/H%26M>, 11.53, tanggal 22 September 2020.

²¹ Wikipedia Indonesia, *Zara*, diakses melalui <https://id.wikipedia.org/wiki/Zara>, 12:13, tanggal 22 September 2020

²² Wikipedia Indonesia, *Mango*, diakses melalui <https://id.wikipedia.org/wiki/Mango>,
²³ .44, tanggal 22 September 2020.

²⁴ Highlight Media, *Menilik sejarah Uniqlo, Fashion Brand asal Jepang Untuk Segala Usia*, diakses pada <https://highlight.id/sejarah-uniqlo-merek-fashion-branded-jepang-terkenaldunia/>, 12.34, 22 September 2020.

²⁵ Wawancara dengan Utari, Pemilik Akun @Urlvsportwoms, Pada 25 September 2020, di Banda Aceh.

²⁶ Wawancara dengan Utari, Pemilik Akun @Urlvsportwoms, Pada 25 September 2020, di Banda Aceh.

layanan jasa titip @Urlvsportwoms karena barang yang dipesan sesuai dengan foto yang dipublikasikan pada akun *instagram* @Urlvsportwoms. Harga barangnya juga jauh lebih murah dibandingkan dengan *mall* di Indonesia.²⁷

Dapat disimpulkan bahwasanya untuk menjalankan bisnis jasa titip ini sangatlah mudah, modal yang diperlukan juga tidak sebesar untuk menjalankan bisnis lainnya. Untuk menjalankan bisnis jasa titip *online* seseorang tidak perlu menyetok barang dagangan sebagai suatu produk yang diperjualbelikan, karena bisnis jasa titip ini hanya dijalankan jika terdapat konsumen yang ingin dibeli suatu produk. Seseorang yang menjalankan bisnis jasa titip *online* ini juga tidak harus mengeluarkan biaya untuk menyewa atau membeli sebuah toko sebagai tempat untuk menyimpan barang dan tempat untuk berjual beli, karena semuanya dilakukan secara *online*. Setelah barang titipan konsumen dibeli, barang tersebut akan dikirimkan ke alamat konsumen menggunakan jasa layanan pengiriman barang oleh penyedia layanan jasa titip. Jadi, penyedia layanan jasa titip tidak perlu menyediakan suatu tempat untuk menyimpan barang dagangan.

Menurut penulis bisnis jasa titip ini bisa dilakukan oleh siapa saja, tidak harus bagi seseorang yang suka berpergian jauh. Karena tidak semua orang ingin dititip belikan suatu produk yang berasal dari luar negeri. Contohnya seseorang yang berprofesi sebagai mahasiswa/i yang berkuliah di suatu daerah juga bisa melakukan bisnis jasa titip *online*. Barang yang dipasarkan tidak harus selalu barang *branded*, mahasiswa/i juga bisa memasarkan di media sosialnya mengenai suatu produk yang menjadi ciri khas suatu daerah untuk menarik pelanggan.

2. Hukum Jual Beli dengan Sistim Jasa Titip Perspektif Fiqih Mu'amalah

Islam memandang bahwa hubungan muamalah dapat menjadikan manusia lebih bijak sebagai khalifah di bumi yang dapat berfikir maupun bertindak dalam mengambil keputusan yang lebih baik termasuk juga pada aktivitas ekonomi. Nilai-nilai Islam mengajarkan bahwa transaksi jual beli haruslah berlandaskan syariat Islam sehingga aktivitas tersebut menjadi berkah dan mempunyai dampak yang baik dalam hubungan vertikal dengan Sang Khalik maupun horizontal dengan sesama makhluk. Pada praktik jasa titip *online*, transaksi tersebut menggunakan jasa seorang penyedia layanan jasa titip.

²⁷ Wawancara dengan Siti Luthfia, Pengguna Layanan Jasa Titip, Pada 26 September 2020, di Banda Aceh.

Transaksi layanan jasa titip belanja seperti ini sangat terasa manfaatnya bagi pengguna jasa layanan dan memberikan kemudahan bagi mereka untuk memenuhi sebagian kebutuhannya. Sementara itu, memberikan kemudahan kepada seseorang merupakan hal yang sangat dianjurkan dalam Islam. Tetapi, apabila dalam praktik jasa titip ini terdapat hal-hal yang diharamkan, maka kemudahan tersebut berubah menjadi sesuatu yang diharamkan serta dapat menyeret pelakunya kepada kesusahan dunia dan akhirat. Dalam hadis riwayat al-Bukhari dan Muslim dari Anas bin Malik, Rasulullah SAW bersabda: ²⁸.

(يَسِّرُوا وَلَا تَعْسِرُوا، وبَشِّرُوا وَلَا تَنْفَرُوا) رواه البخارى و مسلم

Berilah kemudahan dan jangan menyulitkan. Beri kabar gembira dan jangan beri kabar ketakutan. (HR. Bukhari dan Muslim).

Hadis riwayat al-Bukhari dan Muslim di atas menjelaskan bahwa Rasulullah SAW menganjurkan kita agar senantiasa memberikan kemudahan dan menghindari kesulitan. Sama halnya dengan jual beli, hendaknya kita sebagai muslim yang baik dapat membedakan mana jual beli yang mendatangkan manfaat dan jual beli yang menimbulkan mudharat. Meminta tolong membelikan sesuatu kepada seseorang atau kepada penyedia layanan jasa titip adalah diperbolehkan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Quran:

“Dan demikianlah kami bangun mereka, agar di antara mereka saling bertanya. Salah seorang di antara mereka berkata, “sudah berapa lama kamu berada (disini)?”. Mereka menjawab, “kita berada (disini) sehari atau setengah hari”. Berkata (yang lain lagi), “Tuhanmu lebih mengetahui berapa lama kamu berada disini”. Maka suruhlah salah seorang di antara kamu untuk pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah dia lihat manakah makanan yang lebih baik, dan bawalah sebagian makanan itu untukmu, dan hendaklah dia berlaku lemah lembut dan jangan sekali-kali menceritakan hal-mu kepada siapa pun.” (QS. al-Kahf [18]: 19).

Terdapat penjelasan pada ayat di atas mengenai diperbolehkannya meminta atau menyuruh kepada seseorang untuk mewakilkan mereka membelikan makanan. Peristiwa ini sama halnya dengan praktik jasa titip yang berlaku saat ini, maka hukum mengambil upah dari transaksi layanan jasa titip sebagai imbalan jasa juga diperbolehkan dalam Islam selagi tidak bertentangan dengan syariat. Praktik jasa titip ini diperbolehkan dalam Islam

²⁸ Muhammad Fuad Abdul Baql, *Sahih Bukhari Muslim*, (Bandung: Cardoba Internasional Indonesia, 2018), 367.

karena barang-barang yang diperjualbelikan merupakan barang yang halal, upah yang ditetapkan telah disepakati, dan tidak terdapat bunga ataupun penambahan biaya di dalamnya, serta dengan adanya jasa titip ini dapat membantu perekonomian bagi para penyedia layanan jasa titip dan pihak penjual, dan juga memberikan kepuasan bagi para konsumen karena mendapatkan barang yang dibutuhkan.

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, *bay" al-fuḍūlī* adalah melakukan sesuatu atau melakukan akad jual beli yang bukan dalam wilayah kekuasaannya, maksudnya adalah jual beli yang terjadi sebelum mendapatkan izin dari pihak pemilik barang. *Bay" al-fuḍūlī* dapat diartikan sebagai tindakan seseorang yang melakukan transaksi jual beli atas barang milik orang lain tanpa seizin pemiliknya. Mengenai sah tidaknya jual beli *fuḍūlī* para ulama berbeda pendapat, Ulama Hanafiah dan Ulama Malikiyyah sepakat bahwa *bay" al-fuḍūlī* hukumnya boleh, dengan syarat telah mendapatkan izin dari pemiliknya. Sedangkan Ulama Syafi"iyyah dan Ulama Hanabilah secara mutlak melarang *bay" al-fuḍūlī*.

Berbeda halnya dengan *bay" al-fuḍūlī*, praktik layanan jasa titip *online* yang dilakukan oleh pemilik akun @Urvsportwoms telah mendapatkan izin dari pihak toko, baik dalam pengambilan foto maupun video mengenai produk yang terdapat di dalam toko tersebut. Perizinan yang dilakukan oleh pihak penyedia layanan jasa titip dengan penjual dilakukan secara lisan. Pengambilan foto maupun video dilakukan secara terang-terangan, pemilik maupun karyawan di suatu tempat perdagangan tersebut telah memaklumi. Karena di zaman ini bisnis jasa titip telah menjadi profesi baru bagi para peminat bisnis.²⁹ Pandangan hukum pada transaksi layanan jasa titip *online* pada hakikatnya dapat dikategorikan sebagai sebuah perikatan. Perikatan adalah suatu perhubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, yang mana salah satu pihak dapat menuntut suatu hal kepada pihak lainnya, dan pihak lainnya tersebut berkewajiban untuk memenuhi kewajiban tersebut.³⁰

Setelah meneliti mengenai layanan jasa titip *online* serta menganalisis pendapat dari Ulama Hanafiah, Malikiyyah, Hanabilah, dan Syafi"iyyah mengenai hukum *bay" al-fuḍūlī*, maka penulis menyepakati pendapat dari Ulama Hanafiah dan Malikiyyah bahwasanya

²⁹ Wawancara dengan Utari, Pemilik Akun @Urvsportwoms, Pada 25 September 2020, di Banda Aceh.

³⁰ Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Intermasa, 1984), hlm.1.

bay'' al-fuḍūlī sah hukumnya apabila telah mendapatkan izin dari pemiliknya. Adapun pendapat bahwa *bay'' al-fuḍūlī* batal walaupun telah mendapatkan izin dari pemiliknya tidak mempunyai pengaruh hukum, karena jika pemilik barang menyetujui dan mengizinkan transaksi tersebut, maka transaksi tersebut sah dan telah terlaksana sesuai dengan rukun dan syarat dari jual beli. Jual beli seperti ini dapat dikategorikan sebagai suatu transaksi tolong menolong antara pihak yang bersangkutan serta untuk memperoleh keuntungan di dalam sebuah perdagangan.

Dari hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa pada dasarnya jual beli dengan sitem jasa titip *online* diperbolehkan dalam hukum Islam dan tidak termasuk ke dalam jual beli yang terlarang. Dalam praktiknya jasa titip ini telah memenuhi rukun dan syarat jual beli serta telah terhindar dari praktik jual beli *al-fuḍūlī*. Pada dasarnya praktik jasa titip dilakukan atas dasar saling suka rela baik antara pengguna layanan jasa titip, penyedia layanan jasa titip serta pemilik barang titipan itu sendiri. Perjanjian yang mengikat atau kesepakatan kontrak antara penyedia layanan jasa titip dan pihak pemilik barang titipan dilakukan secara lisan dengan cara penyedia layanan jasa titip meminta izin untuk mempublikasikan suatu objek untuk diperjual belikan. Hal tersebut dapat menjadi legalitas jual beli antara para pihak yang bertransaksi, sehingga dalam praktik jasa titip *online* menjadi sah.

Dapat disimpulkan bahwasanya jasa titip adalah suatu layanan penyediaan terhadap suatu jasa antara penyedia jasa dan pembeli, dimana pembeli ingin membeli suatu produk yang tidak dapat dijangkau secara jarak, maka dari itu pembeli memanfaatkan layanan jasa titip sebagai perantara. Setelah kesepakatan terjadi antara penyedia layanan jasa titip dan pembeli, maka penyedia layanan jasa titip yang bertindak sebagai perantara antara pembeli dan penjual membelikan produk titipan pembeli, hal ini terjadi atas dasar persetujuan dari penjual. Karena dalam transaksi jual beli menggunakan jasa titip *online* ini sangat banyak memberi keuntungan, baik itu untuk pembeli, untuk penyedia layanan jasa titip, serta untuk pihak penjual itu sendiri. Maka dari itu, jual beli dengan sistem jasa titip *online* ini bukanlah suatu praktik jual beli harta milik orang lain atau disebut juga dengan *bay'' al-fuḍūlī*, karena jual beli jasa titip *online* terjadi atas dasar suka sama suka dan telah mendapat persetujuan dari para pihak yang bersangkutan, yaitu pihak pembeli, pihak penyedia layanan jasa titip, dan pihak penjual

H. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis memberikan kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan Tinjauan Hukum Islam Terhadap Keabsahan Praktik Jual Beli Dengan Sistem Jasa Titip Online Di Media Sosial (Ditinjau Menurut Akad *Bay'' al-Fuḍūlī*).

1. Kesimpulan

Jual beli *online* di media sosial yang menggunakan layanan jasa titip dilakukan atas dasar kesepakatan antara konsumen dan penyedia layanan jasa titip. Dalam praktiknya, penyedia layanan jasa titip akan memberitahukan kepergiannya ke suatu tempat di media sosialnya. Penyedia layanan jasa titip akan memposting produk-produk yang terdapat di pusat perdagangan wilayah kepergiannya. Setiap foto maupun video yang diposting di media sosial, penyedia layanan jasa titip telah diberi izin dan disetujui oleh pemiliknya. Jika konsumen ingin menitipkan suatu produk, maka konsumen diharuskan mengisi format pemesanan yang telah ditentukan oleh pihak penyedia layanan jasa titip. Setelah itu, konsumen harus mentransfer sejumlah biaya beserta ongkos jasa titip kepada penyedia layanan jasa titip. Setelah transaksi terjadi barulah penyedia layanan jasa titip membelanjakan produk pemesanan konsumen.

Tinjauan *bay'' al-fuḍūlī* terhadap jual beli menggunakan layanan jasa titip *online* merupakan jual beli yang mendatangkan kemaslahatan bagi para pihak penyedia layanan jasa titip, pihak pengguna layanan jasa titip dan pihak pemilik barang. Jual beli dengan sistem jasa titip *online* ini bukanlah suatu praktik jual beli harta milik orang lain atau disebut juga dengan *bay'' al-fuḍūlī*, karena pihak pemilik barang dengan suka rela mengizinkan produknya untuk diperjualbelikan. Perjanjian atau kesepakatan antara penyedia layanan jasa titip dan pihak pemilik barang titipan dilakukan secara lisan. Hal tersebut dapat menjadi legalitas jual beli antara para pihak yang bertransaksi, sehingga dalam praktik jasa titip *online* menjadi sah. Jual beli yang dilakukan oleh seorang jasa titip secara keseluruhan telah sesuai dengan prinsip jual beli yaitu tolong-menolong. Penyedia layanan jasa titip telah membantu penjual dalam menjualkan barang dan membantu konsumen mendapatkan barang sesuai dengan apa yang diinginkan. Pendapatan jasa titip yang diperoleh merupakan suatu imbalan yang diberikan oleh konsumen sebagai ongkos jasa titip.

2.Saran

Sesuai dengan permasalahan-permasalahan yang ditemui dalam penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

Disarankan kepada pihak penyedia layanan jasa titip untuk melakukan perjanjian secara tertulis dalam hal perizinan pengambilan foto atau video produk milik penjual. Hal ini dapat dijadikan bukti jika terjadi permasalahan antara penyedia layanan jasa titip dan pemilik toko.

Disarankan kepada Pemerintah Indonesia untuk membuat atau merevisi tentang sistem transaksi elektronik berupa jasa titip *online*. Hal ini dilakukan guna menjamin hak dan kewajiban serta perlindungan hukum bagi pedagang perantara seperti jasa titip.

Disarankan untuk penulis selanjutnya untuk melanjutkan penelitian yang berkaitan dengan karya ilmiah ini. Karena masih banyak yang harus diteliti mengenai praktik jual beli jasa titip *online* di media sosial terutama mengenai perlindungan hukum bagi penyedia layanan jasa titip *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat Fathoni. *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Abidin, A., Jannah, D. D. U., Agustira, M. F., & Hidayah, W. N. (2022). Pandangan Pendidikan Multikultural dalam Islam Menurut Abdurrahman Wahid. *International Journal of Islamic Communication*, 1(1), 1-40.
- Abdul Rahman Ghazaly. Ghufroon Ihsan dan Sapiudin Shidiq. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2010.
- Ahmad Wardi Muslich. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah. 2013.
- Amanatun, N. N. N. (2022). PENGARUH ISLAMIC SOCIAL RESPONSIBILITY, INTELLECTUAL CAPITAL, SERTIFIKAT BANK INDONESIA SYARIAH DAN TINGKAT BAGI HASIL TERHADAP KINERJA KEUANGAN BANK SYARIAH DI INDONESIA TAHUN 2016-2020 (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Anwar, M., & Fauzi, M. M. (2022). Pasar Sehat Perspektif Hukum Islam dan Relevansinya bagi Pengembangan Pasar Sehat di Indonesia. *AJMIE: Alhikam Journal of Multidisciplinary Islamic Education*, 3(1), 1-14.
- Bahder Johan Nasution. *Metode Penelitian ilmu Hukum*. Bandung: Bandar Maju. 2008.
- Al-Bukhari. *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*. Beirut: Dār al-Fikr.1419H/2005M.
- Ali Hasan, M. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: Raja grafindo Persada. 2004.
- Amni Nur Baith. *Kaidah dalam Fiqh Jual Beli (Bagian 08) Asal Jual Beli Harus dari Pemilik*.<https://pengusahamuslim.com/5013-kaidah-dalam-fiqh-jualbeli-bagian-08-asal-jual-beli-harus-dari-pemilik.html/>. Diakses pada 9 Mei 2020.
- Andri Soemitra. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*. Jakarta: Prenamedia Group 2019.
- Annisa Adelia Yusufin. *Transaksi Jual Beli Melalui Jasa Go Food Dalam Perspektif Hukum Islam*. Skripsi. Bandar Lampung: Universitas Lampung. 2018.
- Aris Kurniawan. Pengertian Jasa, Karakteristik, Jenis, Contoh dan Para Ahli. <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-jasa/>. Diakses pada tanggal 08 Agustus 2020.
- Bahder Johan Nasution. *Metode Penelitian ilmu Hukum*. Bandung: Bandar Maju. 2008.
- Bayu Indrayana dkk. *Faktor Penentu Minat Penggunaan Instagram Untuk Pembelian Online Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB)*. Vol.2. 2016.
- Darojatul Husna. *Tinjauan Hukum Islam terhadap Mekanisme Penetapan Ujrah pada Jasa Titip Beli Online (Studi Kasus di Akun Instagram @jasatitipqia)*. Skripsi. Banten: UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. 2019.

Dewi, N., & Diansah, I. (2022). PENGEMBANGAN LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK (LKPD) BERBASIS PROBLEM BASED LEARNING (PBL) PADA MATERI KLASIFIKASI MAKHLUK HIDUP. *Al-Ikmal: Jurnal Pendidikan*, 1(1), 77-91.

Emzir. *Metodelogi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali pers. 2014.

Geumala Dewi. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana. 2006.

61

Ghufron A. Mas'adi. *Fiqh Muamalah Konstektual*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2002.

Hamatun, H., & Rifai, M. R. (2022). Studi Pemahaman Konsep Energi Dalam Penyelesaian Berbagai Persoalan Fisika Pada Perkuliahan Fisika Dasar. *Al-Ikmal: Jurnal Pendidikan*, 1(2), 90-99.

Hasbi Al-Akbar. *Pandangan MUI Sumatera Selatan Terhadap Jual Beli fudūlī*. Skripsi. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang. 2018.

Hendi Suhendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2016.

Highlight Media. *Menilik sejarah Uniqlo, Fashion Brand asal Jepang Untuk Segala Usia*. <https://highlight.id/sejarah-uniqlo-merek-fashion-brandedjepang-terkenal-dunia/>. Diakses pada 22 September 2020.

www.temukanpengertian.com. *Pengertian Online Secara Umum dan Menurut Para Ahli*. <https://www.temukanpengertian.com/2013/06/pengertianonline-online-adalah-online.html>. Diakses pada 08 Agustus 2020.

Ibrahim Pua. *Tinjauan Hukum Islam terhadap Persaingan Bisnis Penitipan Sepeda Motor (Studi kasus di Desa Makamhaji, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah)*". Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2018.

Ibnu Hajar al-Asqalani. *Bulughul Maram dan Dalil-dalil Hukum*. Jakarta: Gema Insani. 2013

Idri. *Hadis Ekonomi, Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenada Media. 2016

Imam Mustofa. *Fiqh Muamalah kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo persada. 2016.

Indiana Rahayu. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Beli Barang di Akun Instagram @Jastip.belisby*. Skripsi. Institut Agama Islam Ponorogo: Ponorogo. 2019.

Intan Siti Muslichah dan Irwansyah. *Instagram dan Fenomena Jastip Di Indonesia*. Vol.9. 2019.

Iprice.co.id. *Vincci Indonesia*. diakses melalui <https://iprice.co.id/vincci/>. Diakses Pada 22 September 2020.

Kompas Klasika. *Personal Shopper, Profesi Baru yang Membantu Artis Membeli Barang Tanpa Terekpos*. <https://karier.kompas.id/baca/personal-shopperprofesi-baru-yang-membantu-artis-membeli-barang-tanpa-terekspos>. Diakses pada 9 Mei 2020.

Lazwardi, D., & Paisal, A. (2022). Implementasi Penilaian Sikap pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI). *Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 200-209.

Nikmah, A. N. N., Aeni, N., & Sholihah, M. (2022). Pelatihan Akuntansi Syariah Untuk Koperasi Desa Kota Metro. *Member: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 11-20.

Marzuki Abu Bakar. *Metodelogi Penelitian*. Banda Aceh. 2013.

- Madani. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2013.
- Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syaria'h dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani. 2007.
- Nurazis, S., & Anwar, M. (2022). Istri Pencari Nafkah Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 1(1), 1-23.
- Nurjanah, T., Abidin, A., Hidayah, F. N., & Isnaini, R. (2022). Efek Ponsel Terhadap Perilaku Remaja Dalam Melaksanakan Sholat Lima Waktu Di Desa Jojog Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *International Journal of Islamic Communication*, 1(1), 83-113.
- Putri, M. C., & Muizzudin, A. H. (2022). Pengaruh Cashless Transaction terhadap penggunaan Digital Payment pada Mahasiswa IAIN Metro. *Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 1(1), 42-53.
- Rialita, A. J., Nikmah, A. N. N., & Fatimah, D. (2022). Pelatihan Manajemen Keuangan Syariah Bagi Pengusaha Kecil Dan Menengah Kota Metro. *Member: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1-10.
- Rialita, A. J. (2022). MANAJEMEN PENGEMBANGAN USAHA BATIK TULIS DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN PASCA PANDEMI COVID-19 DI KOTA METRO. *Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 1(1), 70-92.