

Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Jasa Titip Pembelian Barang Dari Luar Negeri Melalui *Instagram*

Sasa Sunarsa¹, Hilyah Qurrota Ayuni²
STAI Al Musaddadiyah Garut
sasa.sunarsa@stai-musaddadiyah.ac.id
hilyah.qurrota.2122@stai-musaddadiyah.ac.id

ARTICLE HISTORY

Submitted : 29-07-2025

Accepted : 22-09-2025

Published : 04-06-2026

Abstrak

Perkembangan media sosial mendorong munculnya praktik jasa titip pembelian barang dari luar negeri, salah satunya melalui *platform Instagram*. Praktik ini diminati karena memudahkan konsumen mendapatkan produk luar negeri dengan cepat dan praktis. Namun, hal ini juga menimbulkan persoalan dalam Hukum Ekonomi Syariah terkait kejelasan akad, transparansi biaya atau *fee*, kehalalan produk, serta potensi *gharar* dan penipuan. Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi mekanisme transaksi jasa titip di *Instagram*, akad-akad yang digunakan, serta tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap praktik jasa titip tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme jasa titip melalui *Instagram*, menganalisis akad-akad yang digunakan, serta meninjau kesesuaiannya dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dengan pelaku dan konsumen jasa titip, serta studi pustaka terkait akad dan prinsip muamalah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme jasa titip melalui *Instagram* dilakukan secara online mulai dari pemesanan hingga pengiriman barang, dengan menggunakan beberapa akad seperti *wakalah bil ujah*, *salam*, *murabahah*, *ju'alah*, *ijarah*, dan *samsarah*. Secara prinsip praktik ini diperbolehkan, tetapi dalam pelaksanaannya masih ditemukan unsur ketidakjelasan biaya, kehalalan produk yang belum terjamin, serta potensi penipuan, sehingga belum sepenuhnya sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah.

Kata kunci: *Jasa Titip, Hukum Ekonomi Syariah, Instagram*

A Review of Sharia Economic Law on the Personal Shopper Service for Overseas Purchases via Instagram

Abstract

The development of social media has encouraged the emergence of consignment services for purchasing goods from abroad, one of which is through the Instagram platform. This practice is popular because it makes it easier for consumers to obtain foreign products quickly and practically. However, this also raises issues in Sharia Economic Law related to the clarity of contracts, transparency of costs or fees, product halalness, and the potential for gharar and fraud. The problem formulation in this study includes the transaction mechanism of consignment services on Instagram, the contracts used, and a review of Sharia Economic Law regarding the consignment service practice. This study aims to analyze the mechanism of consignment services through Instagram, analyze the contracts used, and review their compliance with the principles of Sharia Economic Law. The research method used is qualitative with a descriptive approach. Data were obtained through observation, interviews with consignment service actors and consumers, and literature studies related to contracts and muamalah principles. The results

show that the consignment service mechanism through Instagram is carried out online from ordering to delivery of goods, using several contracts such as wakalah bil ujah, salam, murabahah, ju'alah, ijarah, and samsarah. In principle, this practice is permitted, but in its implementation, there are still elements of unclear costs, the halal nature of the product is not guaranteed, and there is potential for fraud, so it is not fully in accordance with Sharia Economic Law.

Keywords: Personal Shopping Service, Sharia Economic Law, Instagram

1 Pendahuluan

Perkembangan teknologi di era globalisasi menunjukkan kemajuan yang signifikan dan penuh inovasi. Hal ini terlihat dari meningkatnya penggunaan ponsel (*smartphone*) di masyarakat Indonesia. Kehadiran fasilitas yang tersedia semakin memudahkan masyarakat dalam berinteraksi maupun memenuhi kebutuhan sehari-hari. Media sosial, sebagai salah satu fasilitas tersebut, berperan penting dalam mendukung pertumbuhan usaha sekaligus memunculkan perubahan besar pada pola konsumsi dan distribusi. Kondisi ini mendorong perubahan kegiatan jual beli dari sistem *offline* menuju sistem online. (Megawati, 2021)

Perdagangan dan perekonomian juga mengalami perkembangan yang pesat. Dahulu, transaksi jual beli hanya dapat dilakukan apabila penjual dan pembeli bertemu secara langsung di suatu tempat. Namun, hadirnya teknologi komunikasi seperti telepon dan internet menjadikan jarak bukan lagi kendala dalam bertransaksi. Kemudahan tersebut semakin terasa dengan adanya sistem jual beli secara online yang mencakup barang maupun jasa, sehingga memungkinkan masyarakat untuk berbelanja lebih praktis dan efisien. (Megawati, 2021)

Seiring dengan kemajuan teknologi, telepon genggam telah bertransformasi menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat, tidak hanya sebagai alat komunikasi seperti menelepon atau berkirim pesan, tetapi juga sebagai sarana utama untuk mengakses internet. Salah satu pemanfaatan utama akses internet melalui handphone adalah penggunaan media sosial. Dari sekian banyak *platform* yang tersedia, *Instagram* menjadi salah satu yang paling populer di kalangan masyarakat. *Instagram* tidak hanya digunakan untuk menjalin relasi sosial, tetapi juga dimanfaatkan untuk mencari berbagai informasi hingga memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk dalam kegiatan jual beli. (Kusumastuti, 2020)

Salah satu bentuk kegiatan jual beli online yang berkembang luas adalah layanan jasa titip pembelian atau yang lebih dikenal dengan istilah jastip (*personal shopper*). Jastip merupakan layanan berupa bantuan kepada individu yang ingin membeli barang, tetapi tidak dapat mengakses tempat pembelian secara langsung karena berbagai kendala. Di Indonesia, jasa titip telah menjadi istilah yang akrab, khususnya di kalangan pengguna media sosial seperti *Instagram*. Dengan memanfaatkan *smartphone*, koneksi internet, dan *platform* media sosial, praktik jastip telah menjelma menjadi peluang bisnis *personal shopper* yang cukup menjanjikan meskipun harus bersaing dengan berbagai *marketplace* online lainnya. (Kusumastuti, 2020)

Daya tarik utama dari jasa titip barang luar negeri adalah adanya kemudahan terkait biaya pengiriman dan pajak. Beberapa pelaku jasa titip sering kali menggunakan metode *hand carry*, yaitu barang dibawa langsung di bagasi pelaku jasa titip. Dengan cara ini, barang sering kali bebas pajak atau dikenai pajak minimal, sehingga harganya lebih murah. Konsumen jasa titip online biasanya tertarik karena produk di negara asal lebih murah dan lebih mudah diperoleh dibandingkan di Indonesia. Kondisi ini menjadikan praktik jasa titip semakin diminati oleh masyarakat. (Brahmanta & Sukranatha, 2020)

Namun, di balik kemudahannya, praktik jasa titip pembelian barang dari luar negeri melalui *Instagram* menyimpan berbagai problem akademik yang perlu diteliti lebih lanjut. Pertama, terdapat dugaan ketidakjelasan akad, terutama terkait transparansi harga barang dan besarnya *fee* jasa, sehingga berpotensi menimbulkan unsur *gharar* (ketidakpastian) dalam transaksi. Kedua, adanya potensi kerugian bagi konsumen, seperti barang yang tidak dikirim meski sudah dibayar, barang yang diterima dalam keadaan cacat, atau terjadi kerusakan barang selama proses pengiriman. Ketiga, aspek kehalalan produk sering kali luput dari perhatian, terutama untuk kategori makanan, obat-obatan, dan kosmetik. Dari hasil wawancara dengan salah seorang

konsumen jasa titip melalui *Whatsapp*, diketahui bahwa tidak semua penyedia jasa menjelaskan *fee* secara rinci, dan terdapat pula barang titipan berupa makanan, obat-obatan, serta kosmetik yang status kehalalannya tidak jelas.

Berdasarkan paparan di atas, praktik jasa titip pembelian barang dari luar negeri melalui *platform* media sosial *Instagram* diduga menimbulkan berbagai permasalahan, seperti ketidakjelasan akad, adanya *gharar* (ketidakpastian), kurangnya transparansi harga, kemungkinan barang rusak, serta potensi penipuan yang merugikan konsumen. Dari segi hukum, ketidakjelasan barang dan potensi penipuan berakibat pada cacatnya akad karena mengandung unsur *gharar* dan *tadlis* yang dilarang syariat. Akad yang demikian tidak sah, sebab tidak memenuhi asas kejelasan, kejujuran, dan kerelaan kedua belah pihak. Hal ini dapat memunculkan sengketa, menghilangkan hak konsumen, serta bertentangan dengan prinsip muamalah Islam yang menuntut adanya keterbukaan dan keadilan. Oleh karena itu, peneliti bermaksud melakukan penelitian mendalam mengenai dugaan permasalahan tersebut dengan judul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Jasa Titip Pembelian Barang Dari Luar Negeri Melalui Platform Media Sosial Instagram.”**

2 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk memahami fenomena manusia atau sosial secara mendalam melalui penciptaan gambaran yang menyeluruh dan kompleks. Data disajikan dalam bentuk naratif, menggambarkan pandangan informan secara terperinci, serta diperoleh melalui pengamatan langsung di setting yang alamiah. (Muhammad Rijal Fadli, 2021). Penelitian ini dilakukan pada jasa titip pembelian barang dari luar negeri yang beroperasi melalui *platform* media sosial *Instagram*. Dalam pelaksanaan penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi, dan kajian Pustaka.

3 Pembahasan dan Hasil Penelitian

3.1 Pembahasan

3.1.1 Hukum Ekonomi Syariah

Hukum berasal dari kata *حَكَمَ - يَحْكُمُ* (*hakama-yahkumu*) yang kemudian bentuk mashdarnya menjadi *حُكْمًا* (hukman). Berdasarkan asal kata *حَكَمَ* (*hakama*) tersebut kemudian muncul kata *الْحِكْمَةُ* (*al-hikmatu*) yang memiliki arti kebijaksanaan. Tafsiran dari kebijaksanaan ini ialah orang yang memahami hukum, lalu kemudian diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. (Syaripudin & Auliaulhikmah, 2022) Adapun secara terminologis ulama usul mendefinisikan hukum dengan perintah Allah yang berkenaan dengan perbuatan orang-orang mukallaf, baik berupa tuntutan, pilihan, maupun larangan. (Sulthonuddin & Syaripudin, 2023)

Secara bahasa Arab, ekonomi dinamakan *al-muamalah al madiyah* yaitu aturan-aturan tentang pergaulan dan perhubungan manusia mengenai kebutuhan hidupnya dan disebut juga *al-iqtishad* yaitu pengaturan soal-soal penghidupan manusia dengan sehemat-hematnya dan secermat-cermatnya. (Ahmad Izzan et al., 2022) Aspek dan materi muamalah biasanya terkait dengan perjanjian, kontrak, atau transaksi. (Semrawi, 2010)

Kata syari'ah (الشَّرِيعَةُ) berasal dari akar kata *syara'a* (شَرَعَ), yang berarti menunjukkan atau membuka jalan. Dalam konteks bahasa Arab, *syari'ah* merujuk pada jalan menuju sumber air yaitu jalur yang dilalui untuk mencapai mata air yang menjadi sumber kehidupan. Seiring waktu, makna ini berkembang dan digunakan untuk menggambarkan jalan yang lurus yang membawa manusia menuju kebaikan dan keselamatan. (Paryadi, 2021)

Yusuf Qardhawi mengatakan bahwa ekonomi syariah adalah ekonomi yang didasarkan pada ilahiyah (ketuhanan). Sistem ini berasal dari Allah, memiliki tujuan akhir, dan digunakan dengan cara yang jelas dari aturan syariat Allah. Arti lain Hukum Ekonomi Syariah adalah seperangkat peraturan yang mengikat mengenai kegiatan ekonomi, yang ditetapkan oleh pemimpin atau pihak yang berwenang, dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah. (Gojali, 2019)

Dari uraian di atas, maka Hukum Ekonomi Syari'ah dapat didefinisikan sebagai suatu rangkaian peraturan yang mengikat masyarakat dalam segala hal yang berkaitan dengan kegiatan perekonomian yang dilandasi oleh nilai-nilai berdasarkan dasar hukum Islam, sehingga proses perekonomian tidak hanya mementingkan keuntungan dan juga kepuasan, tetapi ada asas manfaat dari transaksi yang dijalankan. (Sulthonuddin & Muttaqin, 2025)

Hukum Ekonomi Syariah memiliki empat sumber utama, yaitu Al-Qur'an, Hadis, Ijma, dan Qiyas. Adapun prinsip-prinsipnya meliputi prinsip tauhid, prinsip keadilan, prinsip kemaslahatan, prinsip khalifah (perwakilan), prinsip amar ma'ruf nahi munkar, prinsip ihsan (kebaikan), prinsip kejujuran, dan prinsip kifayah (peduli sesama). (Sulthonuddin & Nafshi, 2025)

3.1.2 Jasa Titip

Jasa titip terdiri dari dua kata, yaitu jasa dan titip. Kata jasa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki beberapa pengertian. Pertama, jasa diartikan sebagai perbuatan yang baik atau berguna dan bernilai bagi orang lain, negara, instansi, dan sebagainya. Kedua, jasa dapat diartikan sebagai perbuatan yang memberikan segala sesuatu yang diperlukan orang lain, seperti layanan atau servis. Ketiga, jasa juga dimaknai sebagai aktivitas, kemudahan, atau manfaat yang dapat dijual kepada orang lain atau konsumen yang menggunakan dan menikmatinya. (Suharso dan Ana Retnoningsih, 2014)

Kata titip dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki beberapa makna. Pertama, titip diartikan sebagai menaruh barang atau sesuatu kepada orang lain agar disimpan, dirawat, atau disampaikan kepada pihak tertentu. Kedua, titip juga berarti mengamanatkan sesuatu untuk disampaikan, biasanya dalam bentuk pesan atau barang. Ketiga, titip dapat dimaknai sebagai menumpangkan barang dagangan agar dijual oleh pihak lain. (Gunawan, 2011)

Jasa titip, yang dikenal sebagai *personal shopper*, merupakan profesi yang melibatkan aktivitas keluar masuk toko, pusat perbelanjaan, atau distributor besar untuk membeli barang sesuai pesanan pelanggan. Barang yang dibeli tidak hanya terbatas pada produk lokal, tetapi juga mencakup permintaan barang dari luar negeri. (Kusumastuti, 2020). Arti lain jasa titip adalah model bisnis di mana seseorang yang bepergian ke luar negeri atau ke suatu lokasi tertentu membelikan barang titipan pembeli. Sebagai imbalannya, pembeli akan dikenakan biaya tambahan di luar harga asli barang tersebut, yang dikenal sebagai upah jasa titip. (Listijo, 2020)

Adapun jasa titip luar negeri, kata luar menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai daerah, tempat, dan sebagainya yang tidak merupakan bagian dari sesuatu itu sendiri, serta bukan dari lingkungan (keluarga, negeri, daerah, dan sebagainya) sendiri, asing. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2025) Dari pengertian tersebut, Jasa titip luar negeri merupakan layanan yang disediakan oleh individu yang menawarkan bantuan pembelian barang dari luar negeri atas permintaan konsumen di dalam negeri.

3.1.3 Platform Instagram

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial berbasis aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video secara online selain itu *Instagram* bisa digunakan untuk interaksi langsung melalui berbagai fitur seperti *feed*, *story*, *highlight*, dan *direct message* (DM). (Nailufar, 2022) Sejak diluncurkan pada tahun 2010, *Instagram* telah berkembang menjadi media sosial yang tidak hanya digunakan untuk keperluan personal, tetapi juga untuk aktivitas bisnis, termasuk jasa titip pembelian barang dari luar negeri.

Instagram memiliki tingkat popularitas yang sangat tinggi, baik di dunia maupun di Indonesia. Aplikasi ini termasuk dalam jajaran media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak, terutama di kalangan generasi muda. Faktor yang membuat *Instagram* diminati adalah kemudahan akses, tampilan berbasis visual, serta fitur-fiturnya yang interaktif sehingga mampu menyampaikan informasi dengan cepat dan efektif. (Kusumastuti, 2020)

3.2 Hasil Penelitian

3.2.1 Mekanisme Transaksi Jasa Titip di *Instagram*

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada akun-akun jasa titip di *Instagram*, mekanisme transaksi yang terjadi secara umum mengikuti beberapa tahapan sebagai berikut:

1) Membuka aplikasi *Instagram*

Pengguna membuka aplikasi *Instagram* melalui perangkat seluler, langsung diarahkan ke halaman utama (*home feed*) yang menampilkan unggahan dari akun yang diikuti serta konten yang direkomendasikan.

2) Mencari Akun Jasa Titip yang Terpercaya

Pengguna menggunakan fitur pencarian untuk mengetik kata kunci seperti *jastip* (jasa titip) atau nama produk tertentu. Pemilihan akun dilakukan berdasarkan indikator kepercayaan, seperti jumlah pengikut yang tinggi, informasi kontak yang jelas di bio, serta frekuensi unggahan yang aktif dan konsisten.

3) Mengamati Tampilan *Feed* dan *Story* Akun *Jastip*

Setelah menemukan akun yang sesuai, pengguna menelusuri tampilan *feed*, *story*, dan *highlight* akun tersebut untuk melihat katalog produk, testimoni pelanggan, serta informasi terkini mengenai pengiriman dan prosedur pemesanan.

4) Menghubungi Kontak Melalui *Direct Message* (DM) atau Whatsapp

Jika tertarik, pengguna menghubungi admin akun melalui fitur *Direct Message* (DM) di *Instagram* atau melalui tautan Whatsapp yang tersedia. Pada tahap ini, pengguna akan menanyakan ketersediaan produk dan tata cara pemesanan.

5) Melakukan Pemesanan dan Konfirmasi Pembayaran

Setelah memilih produk, pengguna mengirimkan rincian pesanan dan mengisi formulir yang disediakan. Pelaku jasa titip kemudian memberikan total biaya termasuk ongkos jasa dan ongkir. Selanjutnya, pengguna melakukan pembayaran dan mengirimkan bukti transfer sebagai bentuk konfirmasi.

6) Konfirmasi Pengiriman dan Penerimaan Produk

Setelah pembayaran dikonfirmasi, pelaku jasa titip membeli barang sesuai pesanan, kemudian mengirimkannya ke alamat pengguna. Setelah barang diterima, pengguna memberikan konfirmasi bahwa pesanan telah diterima dengan baik.

3.2.2 Akad-akad yang digunakan dalam transaksi Jasa Titip di *Instagram*

Berdasarkan hasil penelitian, praktik jasa titip di *Instagram* tidak hanya terbatas pada satu akad, melainkan dapat berbentuk beberapa akad sesuai dengan mekanismenya. Akad yang paling dominan adalah *wakalah bil ujarah*, yaitu konsumen mewakili pembelian barang kepada penyedia jasa dan memberikan imbalan berupa *fee* atas jasanya. Pada kondisi tertentu, praktik ini juga menyerupai akad *salam*, misalnya dalam sistem *pre-order* dengan pembayaran penuh di muka untuk barang yang belum tersedia. Pola ini memang sering dijumpai, namun berpotensi menimbulkan ketidakjelasan apabila barang tidak sesuai atau mengalami keterlambatan dalam pengiriman.

Selain itu, pada sebagian praktik, jasa titip bisa termasuk akad *murabahah*, apabila penyedia jasa membeli barang terlebih dahulu dan kemudian menjualnya kembali kepada konsumen dengan menambahkan margin keuntungan. Model ini cenderung mendekati jual beli dengan keuntungan yang disepakati bersama.

Selanjutnya, jasa titip juga bisa dikaitkan dengan akad *ju'alah*, karena konsumen memberikan imbalan tertentu kepada penyedia jasa apabila berhasil mendapatkan barang sesuai permintaan. Dengan kata lain, yang menawarkan imbalan adalah pihak yang membutuhkan barang, sedangkan penyedia jasa menerima imbalan setelah berhasil menunaikan tugasnya.

Jasa titip dapat pula dipandang sebagai bentuk *ijarah*, ketika penekanan transaksi bukan pada barang yang dibeli, melainkan pada upah atas jasa, waktu, dan tenaga penyedia titip dalam proses pembelian dan pengiriman. Praktik jasa titip juga dapat dikategorikan sebagai akad *samsarah* apabila penekanan transaksi

terletak pada peran penyedia jasa sebagai perantara antara penjual luar negeri dengan konsumen. Dalam hal ini, penyedia jasa memperoleh komisi dari setiap transaksi yang berhasil dilakukan.

Dengan demikian, praktik jasa titip di *Instagram* bersifat fleksibel dan dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis akad muamalah, bergantung pada pola, kesepakatan, dan mekanisme transaksi yang digunakan para pihak. Kejelasan akad diperlukan agar transaksi memiliki kepastian hukum, sesuai dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah, serta melindungi hak dan kewajiban masing-masing pihak.

3.2.3 Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Jasa Titip

3.2.3.1 Analisis Kaidah Fiqih Pada Jasa Titip

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, praktik jasa titip pembelian barang dari luar negeri melalui *Instagram* merupakan salah satu bentuk muamalah kontemporer yang lahir dari perkembangan perdagangan digital. Dalam praktiknya, kegiatan ini pada dasarnya dibolehkan selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariat, sebagaimana ditegaskan dalam kaidah fiqih berikut:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Pada dasarnya semua bentuk muamalah hukumnya boleh dilakukan, kecuali ada dalil yang mengharamkannya.” (Azhari, 2015)

Kaidah ini menegaskan bahwa hukum asal muamalah adalah boleh, sehingga praktik jasa titip dapat dikategorikan mubah selama tidak ada unsur yang bertentangan dengan syariat. Akan tetapi, dari hasil penelitian ditemukan adanya ketidakjelasan terkait biaya jasa maupun risiko pengiriman yang berpotensi menimbulkan unsur *gharar*. Selain itu, tidak semua barang yang dititipkan memiliki kejelasan status halal, sehingga konsumen perlu memastikan sendiri kehalalannya.

Sejalan dengan itu, praktik jasa titip juga relevan dengan kaidah fiqih:

الْمَشَقَّةُ تَجْلِبُ التَّيْسِيرَ

“Kesulitan mendatangkan kemudahan” (Azhari, 2015)

Kaidah ini memberikan dasar bahwa syariat Islam menghadirkan keringanan dalam kondisi adanya kesulitan. Hasil observasi menunjukkan bahwa jasa titip menjadi alternatif bagi konsumen yang tidak memiliki kesempatan atau kemampuan untuk membeli barang secara langsung dari luar negeri. Dengan demikian, jasa titip dapat dipahami sebagai bentuk muamalah kontemporer yang sesuai dengan prinsip syariah karena memberikan kemudahan bagi pihak yang membutuhkan.

Selain itu, dalam muamalah, tidak dibenarkan adanya transaksi yang menimbulkan kerugian atau kemudharatan bagi pihak tertentu, sebagaimana kaidah fiqih menyatakan:

الضَّرَرُ يُزَالُ

“Kemudharatan harus dihilangkan” (Azhari, 2015)

Kaidah ini menegaskan bahwa setiap bentuk kemudharatan dalam transaksi harus dihilangkan. Berdasarkan hasil observasi, praktik jasa titip masih ditemukan penipuan, barang cacat atau tidak sesuai, serta ketidakjelasan status kehalalan produk. Oleh karena itu, penyelenggara jasa titip wajib menjaga transparansi, kualitas, dan keamanan agar tidak merugikan konsumen.

Dengan demikian, berdasarkan analisis terhadap beberapa kaidah fiqih, praktik jasa titip dapat dibolehkan selama tidak mengandung *gharar* dan kemudharatan, memberikan kemudahan bagi konsumen, serta menempatkan keuntungan sebanding dengan usaha dan risiko yang ditanggung. Oleh karena itu, penyedia jasa titip perlu menjaga kejelasan akad, transparansi biaya, dan tanggung jawab terhadap barang titipan agar tidak merugikan konsumen.

3.2.3.2 Identifikasi Pemenuhan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah

Dalam praktik jasa titip pembelian barang dari luar negeri melalui *Instagram*, penting dianalisis kesesuaiannya dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah agar transaksi berjalan sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Oleh karena itu, peneliti menganalisisnya berdasarkan prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan dalam transaksi jasa titip sebagai berikut:

1) Saling Ridho Atau Suka Sama Suka

Dalam Islam, setiap akad muamalah harus didasarkan pada saling ridho (persetujuan bersama), yaitu kesepakatan sukarela dari kedua belah pihak penitip dan penyedia jasa. Ridho ini terjadi ketika keduanya melakukan akad tanpa adanya unsur paksaan. Sebagaimana firman Allah dalam QS. An-Nisa Ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam berupa perdagangan (Yahya) dari yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan Janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (Departemen Agama RI, 2006)

Prinsip saling ridho dalam praktik jasa titip melalui *platform Instagram* tercermin dari adanya kesepakatan yang dilakukan secara sukarela antara penitip dan penyedia jasa. Walaupun dalam sebagian kasus biaya jasa tidak dijelaskan secara rinci sejak awal, kesediaan penitip untuk tetap melakukan transaksi menunjukkan adanya kerelaan. Kesepakatan biasanya terjalin melalui komunikasi langsung, misalnya melalui pesan pribadi, yang dapat dipandang sebagai bentuk pernyataan setuju dari kedua belah pihak. Dengan demikian, transaksi jasa titip ini tetap mencerminkan asas suka sama suka yang menjadi dasar sahnya berbagai bentuk akad dalam Hukum Ekonomi Syariah.

2) Unsur Riba

Dalam transaksi muamalah, Islam secara tegas melarang riba dalam segala bentuknya. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah Ayat 278:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman.” (Departemen Agama RI, 2006)

Dalam praktik jasa titip melalui *Instagram*, potensi riba dapat muncul apabila terjadi pinjam-meminjam uang dengan tambahan keuntungan di luar kesepakatan. Namun berdasarkan hasil penelitian, transaksi dilakukan dengan pola penitip mentransfer uang terlebih dahulu untuk pembelian barang, sedangkan pihak penyedia memperoleh imbalan sesuai kesepakatan, baik berupa upah, komisi, maupun margin keuntungan. Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh berasal dari layanan atau kesepakatan harga, bukan dari bunga pinjaman. Dengan demikian, unsur riba tidak ditemukan karena tidak terjadi praktik utang piutang yang disertai tambahan yang bersifat ribawi.

3) Unsur *gharar* (ketidakpastian) dan *maysir* (judi)

Islam melarang transaksi yang mengandung *gharar* (ketidakjelasan) dan *maysir* (spekulasi/judi). Sebagaimana yang dijelaskan dalam hadis Riwayat Imam An-Nasa'i nomor Hadis 4442:

سنن النسائي ٤٤٤٢: أَخْبَرَنَا عُبَيْدُ اللَّهِ بْنُ سَعِيدٍ قَالَ حَدَّثَنَا يَحْيَى عَنْ عُبَيْدِ اللَّهِ قَالَ أَخْبَرَنِي أَبُو الزِّنَادِ عَنْ الْأَعْرَجِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْعَرَرِ

“Telah mengabarkan kepada kami (Ubaidullah bin Sa'id), ia berkata: telah menceritakan kepada kami (Yahya) dari (Ubaidullah), ia berkata: telah mengabarkan kepadaku (Abu Az Zinad) dari (Al A'raj) dari (Abu Hurairah), ia berkata: Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam melarang dari menjual dengan cara hashah (jual beli, dan jual beli gharar (tidak jelas).” (Imam Nasa'i, n.d.)

Dari hasil penelitian dan wawancara dengan beberapa narasumber pengguna jasa titip di *Instagram*, ditemukan adanya ketidakjelasan terkait *fee* atau imbalan yang diterima penyedia. Beberapa pelaku usaha menggabungkan *fee*, komisi, atau margin keuntungan langsung ke dalam harga barang sehingga pengguna tidak mengetahui secara pasti harga barang yang sebenarnya maupun besaran *fee* yang dibayarkan. Kondisi ini menimbulkan unsur *gharar*, karena terjadi ketidakjelasan dalam pembayaran, yang bertentangan dengan prinsip kejelasan dan keadilan dalam transaksi syariah.

4) Unsur Tipuan

Islam dengan tegas mengancam segala bentuk penipuan terutama praktik manipulasi informasi dalam layanan jasa seperti jasa titip yang termasuk dalam kategori bathil (sesuatu yang salah, palsu, tidak sah menurut syariat). Sebagaimana di jelaskan dalam QS. An-Nisa Ayat 29 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رٰحِيْمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam berupa perdaganganyang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan Janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (Departemen Agama RI, 2006)

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber yang pernah menggunakan jasa titip (jastip) melalui *Instagram*, ditemukan adanya kasus penipuan. Konsumen telah mentransfer sejumlah uang, namun barang tidak dikirimkan sesuai kesepakatan. Setelah itu, nomor konsumen diblokir dan akun *Instagram* penyedia jasa tidak lagi dapat dihubungi. Umumnya, pelaku penipuan akan mengganti nama akun atau membuat akun baru untuk menghindari pelacakan.

Berdasarkan hasil penelitian, praktik jasa titip pembelian barang dari luar negeri melalui *Instagram* memiliki kesesuaian dengan Hukum Ekonomi Syariah pada aspek saling ridho dan terbebas dari unsur riba. Namun, masih ditemukan kelemahan yang mengandung *gharar* terkait ketidakjelasan *fee* serta adanya praktik penipuan yang dilakukan oleh sebagian pelaku usaha. Oleh karena itu, secara akademik dapat disimpulkan bahwa jasa titip ini pada dasarnya termasuk akad yang dibolehkan menurut kaidah *al-ashlu fil mu'amalat al-ibahah* (hukum asal muamalah adalah boleh), tetapi implementasinya harus diawasi dan diperbaiki agar selaras dengan prinsip kejelasan, keadilan, dan kejujuran dalam Hukum Ekonomi Syariah.

4 Kesimpulan

Mekanisme jasa titip di *Instagram* berlangsung secara online melalui media sosial, dimulai dari pencarian akun jasa titip yang dianggap terpercaya, pengamatan katalog produk dan informasi pemesanan, hingga komunikasi melalui *Direct Message* (DM) atau Whatsapp. Setelah itu konsumen melakukan pemesanan, menerima rincian biaya termasuk ongkos jasa dan ongkir, kemudian melakukan pembayaran disertai bukti transfer. Penyedia jasa selanjutnya membeli barang sesuai permintaan dan mengirimkannya kepada konsumen melalui jasa ekspedisi. Seluruh proses ini berlangsung melalui media sosial dengan komunikasi intensif antara konsumen dan penyedia jasa, sehingga hubungan kepercayaan menjadi faktor utama dalam keberlangsungan transaksi.

Akad-akad yang digunakan dalam praktik jasa titip di *Instagram* meliputi *wakalah bil ujah*, *salam*, *murabahah*, *ju'alah*, *ijarah*, dan *samsarah*. Akad-akad ini muncul sesuai dengan pola transaksi yang dijalankan para pihak. Akad yang paling dominan adalah *wakalah bil ujah*, ketika konsumen mewakilkan pembelian barang kepada penyedia jasa dengan imbalan tertentu. Namun, dalam praktiknya, jasa titip juga dapat menyerupai akad *salam* (pembayaran di muka), *murabahah* (jual beli dengan margin keuntungan), *ju'alah* (kompensasi atas keberhasilan membawa barang), *ijarah* (upah atas jasa, tenaga, dan waktu), serta *samsarah* (peran sebagai perantara yang mendapat komisi). Hal ini menunjukkan bahwa praktik jasa titip

bersifat fleksibel dan dapat dikategorikan ke dalam beberapa bentuk akad muamalah sesuai kesepakatan yang berlaku di lapangan.

Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap praktik jasa titip di *Instagram* menunjukkan bahwa pada dasarnya aktivitas ini diperbolehkan karena hukum asal muamalah adalah boleh selama tidak ada dalil yang melarang. Praktik jasa titip juga dapat menjadi solusi yang memudahkan konsumen dalam memperoleh barang dari luar negeri. Namun, hasil penelitian menemukan adanya sejumlah masalah, seperti ketidakjelasan biaya jasa, risiko *gharar*, serta tidak semua produk memiliki kejelasan status halal. Selain itu, masih ditemukan unsur penipuan yang merugikan konsumen. Dengan demikian, praktik jasa titip di *Instagram* masih mengandung persoalan transparansi biaya, kejelasan akad, dan jaminan kehalalan produk, sehingga perlu diperbaiki agar sesuai dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah.

Daftar Pustaka

- Ahmad Izzan, Widaningsih, S., & Syaripudin, E. I. (2022). Praktik Jual Beli Dengan Sistem Pre Order Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah (Studi Kasus Di Toko Online HelloByl_Aesthetic). *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v1i1.163>
- Azhari, F. (2015). *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah*. LPKU.
- Brahmanta, P. R., & Sukranatha, A. A. K. (2020). Keabsahan Usaha Jasa Titip Online Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perjanjian. *Jurnal Kertha Desa*, 8(6), 1–12.
- Departemen Agama RI. (2006). *Qur'an Tajwid Maghfirah*.
- Gojali, D. (2019). Implementasi Hukum Ekonomi Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah Dudang Gojali Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Sgd Bandung. *Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 1(2), 130–143.
- Gunawan. (2011). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. CV. Widya Karya.
- Imam Nasa'i. (n.d.). *Kitab Al-Buyu', Bab Bai' Hashah, hadits no 4442*.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2025). *Luar*.
- 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>
- Listijo, S. G. (2020). Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Barang Jasa Titip Dari Luar Negeri. *Jurist-Diction*, 3(5), 1921. <https://doi.org/10.20473/jd.v3i5.21986>
- Megawati. (2021). *Analisis Fikih Muamalah Terhadap Jasa Titip Beli Online*.
- Muhammad Rijal Fadli. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Nailufar, A. (2022). Peran Strategis Instagram Pada Penyebaran Informasi Di Kabupaten Soppeng (Studi Kualitatif Terhadap Akun @_Soppenginfo_). *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.33096/respon.v2i1.38>
- Paryadi. (2021). Maqashid Syariah : Definisi Dan Pendapat Para Ulama. *Cross-Border*, 4(2), 201–216.
- Semmawi, R. (2010). Urgensi Akad Dalam Hukum Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 8(2), 498–517. <https://doi.org/10.30984/as.v8i2.23>
- Suharso dan Ana Retnoningsih. (2014). *Kamus besar bahasa Indonesia*. Widya Karya.
- Sulthonuddin, B. H., & Muttaqin, T. A. F. (2025). Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Tentang Perlindungan Konsumen pada Transaksi Jual Beli di Live Streaming Tiktok Shop. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 3(2), 54–62. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v3i2.912>
- Sulthonuddin, B. H., & Nafshi, G. S. (2025). Manajemen Risiko Pada Usaha Tempe Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Studi Kasus Home Industry Enur Jaya Di Kampung Sukarisi Desa Sukalaksana Kecamatan Banyuresmi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 3(2), 1–10. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v3i2.781>
- Sulthonuddin, B. H., & Syaripudin, E. I. (2023). Aspek Sosiologis Dalam hukum Jual Beli. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 1(2), 295–309. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v1i2.368>
- Syaripudin, E. I., & Auliaulhikmah, M. (2022). Tinjauan Hukum Islam Pada Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends Di Kabupaten Garut. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 1(1), 27–37. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v1i1.162>