
TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRAKTIK JASA TITIP ONLINE: (STUDI KASUS PADA AKUN WHATSAPP NANIQUE JASTIP DAN AKUN INSTAGRAM @JASTIPSUKOWONO_)

R. A. Harum Sukmo Ningratna

Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Nurul Qarnain

ra.harum.sukmo.n@student.stisnq.ac.id

Abstract

The practice of online personal shopper services (jasa titip, jastip) that has become increasingly popular through social media platforms provides convenience for consumers in obtaining goods without being physically present at the place of purchase. Nevertheless, this phenomenon raises concerns regarding the clarity of the contract (akad) applied, since many service providers conduct transactions without fully understanding the principles of Sharia Economic Law. In particular, the use of the wakālah bil ujah contract often encounters issues such as lack of transparency in pricing and the potential for non-compliance with Islamic legal provisions. This research formulates two main problems: first, how is the practice of online personal shopper services carried out on the WhatsApp account Nanique Jastip and the Instagram account @jastipsukowono_? Second, how is this practice viewed from the perspective of Sharia Economic Law? The type of research employed is field research, conducted through direct observation and interviews with the relevant parties, utilizing both primary and secondary data sources. In terms of nature, this study is descriptive-analytical, aiming to describe the mechanisms of online personal shopper services on the two accounts and to provide an analysis based on Sharia Economic Law principles. The objectives are to examine the implementation of these services and to assess their compliance with Islamic legal provisions. The findings reveal that both accounts employ the wakālah bil ujah contract as the basis of their operations, but with different management approaches: Nanique Jastip relies on informal trust-based transactions, while @jastipsukowono_ adopts a more systematic model with structured order forms and promotional media. In conclusion, these practices are considered valid under Sharia Economic Law as long as the essential pillars and requirements of the contract are fulfilled, particularly concerning clarity of the transaction object, mutual agreement on service fees, and transparency of pricing.

Keywords : *Sharia Economic Law, Online Personal Shopper, Wakālah bil Ujah, WhatsApp, Instagram.*

Abstract

Praktik jasa titip (jastip) online yang semakin populer melalui media sosial memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang tanpa harus hadir secara langsung di tempat pembelian. Namun demikian, fenomena ini menimbulkan persoalan terkait kejelasan akad yang digunakan, karena banyak penyedia jasa melakukan transaksi tanpa sepenuhnya memahami prinsip Hukum Ekonomi Syariah. Khususnya, penggunaan akad wakālah bil ujah sering kali menghadapi persoalan seperti kurangnya transparansi harga serta potensi ketidakselarasan dengan ketentuan hukum Islam. Penelitian ini merumuskan dua permasalahan utama: pertama, bagaimana praktik jasa titip online yang dijalankan melalui akun WhatsApp Nanique Jastip dan akun Instagram @jastipsukowono_? Kedua, bagaimana pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap praktik tersebut? Jenis penelitian yang digunakan adalah

penelitian lapangan (field research) yang dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara dengan pihak-pihak terkait, dengan memanfaatkan data primer maupun sekunder. Ditinjau dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, yakni bertujuan untuk menggambarkan mekanisme jasa titip online pada kedua akun tersebut serta menganalisisnya berdasarkan prinsip Hukum Ekonomi Syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji implementasi jasa titip online pada akun WhatsApp Nanique Jastip dan akun Instagram @jastipsukowono_, serta menilai kesesuaiannya dengan ketentuan hukum Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua akun menerapkan akad wakālah bil ujah sebagai dasar transaksi, tetapi dengan pola pengelolaan yang berbeda: Nanique Jastip bersifat informal dan berbasis kepercayaan personal, sedangkan @jastipsukowono_ menggunakan sistem yang lebih terstruktur dengan formulir pemesanan dan media promosi visual. Kesimpulannya, praktik ini sah menurut Hukum Ekonomi Syariah selama memenuhi rukun dan syarat akad, terutama terkait kejelasan objek, kesepakatan biaya jasa, serta transparansi harga.

Keywords : Hukum Ekonomi Syariah, Jasa Titip Online, Wakalah bil Ujah, WhatsApp, Instagram

Corresponding Author; R. A. Harum Sukmo Ningratna
E-mail: ra.harum.sukmo.n@student.stisnq.ac.id



INTRODUCTION

Perkembangan pesat teknologi internet ini telah berkontribusi terhadap lahirnya model transaksi jual beli yang lebih dinamis dan modern. (Ulum, 2021) Kehadiran internet dan media sosial menjadi wadah bagi masyarakat untuk berinovasi menciptakan bisnis baru dengan memanfaatkan teknologi. (Hilda Yunita Wono, 2023) Laporan Data Reportal pada awal tahun 2025 mencatat bahwa Indonesia memiliki 212 juta pengguna internet dengan tingkat penetrasi 74,6 persen, serta 143 juta pengguna media sosial aktif atau setara dengan 50,2 persen dari total populasi. (Kemp, 2025) Angka ini menunjukkan bahwa interaksi masyarakat dengan teknologi digital sangat tinggi dan berimplikasi langsung terhadap semakin berkembangnya model bisnis berbasis daring, salah satunya layanan jasa titip (jastip).

Jastip adalah layanan di mana penyedia jasa menawarkan bantuan pembelian barang kepada konsumen dengan imbalan tertentu. (Sari, 2025) Praktik ini diminati karena memberikan kemudahan dan akses terhadap barang-barang yang sulit diperoleh secara langsung, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. (Devi, 2024) Namun, dari perspektif hukum ekonomi syariah, praktik jastip masih menyisakan persoalan, terutama terkait kejelasan akad serta penetapan biaya jasa. Dalam fikih muamalah, sebuah transaksi hanya dapat dinyatakan sah apabila memenuhi syarat dan rukun jual beli, serta dilandasi oleh prinsip kerelaan, keadilan, dan kehalalan. (Zaenol Hasan, 2024) Realitas praktik jastip online yang sering kali melibatkan multi akad, seperti ba'i as-salam, ijarah, dan wakalah bil ujah, memunculkan perbedaan

pemahaman di kalangan pelaku usaha sehingga berpotensi menimbulkan ketidaksesuaian dengan prinsip syariah.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas jasa titip dari berbagai perspektif. Maisa Fadhlia (2021) meninjau praktik jastip dalam perspektif *bay' al-fuduli*, sedangkan Rizka Aryana (2024) meneliti hak *khiyar* dalam transaksi jastip. Namun, belum ditemukan penelitian yang secara spesifik mengkaji praktik jastip online melalui pendekatan *akad ijarah* dalam kerangka Hukum Ekonomi Syariah yang dikaitkan dengan *maqasid syariah* dan etika bisnis Islam. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian yang menjadi kebaruan ilmiah (novelty) dalam studi ini.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian praktik jasa titip online dengan prinsip hukum ekonomi syariah. Fokus kajian diarahkan pada identifikasi akad yang digunakan, penilaian transparansi hak dan kewajiban antara penyedia jasa dan konsumen, serta analisis hukum terkait penetapan harga dan upah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai keabsahan transaksi jastip online serta menawarkan rekomendasi bagi pelaku usaha agar praktik yang dijalankan sesuai dengan prinsip syariah.

RESEARCH METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif (lapangan). Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada tujuan penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam mengenai praktik transaksi jasa titip (*jastip*) online serta analisis hukumnya dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Penelitian dilakukan di Sukowono, Kabupaten Jember, dengan unit analisis berupa dua penyedia jasa titip, yaitu pemilik akun Instagram @jastipsukowono_ dan pemilik akun WhatsApp Nanique Jastip, serta sejumlah konsumen yang pernah menggunakan layanan keduanya. (Harahap, 2020)

Sumber data penelitian meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi partisipan dan non-partisipan serta wawancara mendalam dengan para informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data sekunder dikumpulkan melalui literatur yang relevan, mencakup buku, jurnal, artikel ilmiah, dan dokumen pendukung lainnya. Teknik dokumentasi juga digunakan untuk melengkapi data lapangan berupa catatan, rekaman, maupun arsip terkait objek penelitian. (Dr. H. Zuchri Abdussamd, 2021)

Analisis data dilakukan dengan metode induktif, yaitu mengorganisasi, mengklasifikasi, dan menginterpretasi data untuk menghasilkan deskripsi yang sistematis mengenai praktik jastip online. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu, serta diperkuat dengan *member check* untuk memastikan konsistensi informasi yang diberikan oleh informan. Penelitian ini juga mematuhi prinsip etika penelitian, antara lain memperoleh persetujuan partisipasi, menjaga kerahasiaan identitas informan, dan

menyajikan data secara objektif tanpa manipulasi. (Wiyanda Vera Nurfajriani, 2024)

RESULTS AND DISCUSSION

1. Temuan Penelitian

Penelitian ini menemukan bahwa praktik jasa titip (jastip) online yang dijalankan melalui dua akun, yaitu WhatsApp Nanique Jastip dan Instagram @jastipsukowono_, menunjukkan adanya pola pengelolaan usaha yang berbeda namun berlandaskan prinsip yang sama, yakni pelayanan berbasis permintaan dan kepercayaan antara pelaku jastip dengan konsumen

Pertama, dari segi produk yang ditawarkan, kedua akun menunjukkan karakteristik fleksibilitas tinggi. Produk yang dipesan bersifat kontekstual dan bergantung pada kebutuhan serta tren konsumen. Jenis produk yang paling dominan adalah makanan viral seperti Mie Gacoan, Kober, dan Richeese, diikuti barang konsumtif lain seperti pakaian atau produk rumah tangga. Hal ini menunjukkan bahwa jastip menjadi bentuk respon adaptif masyarakat terhadap keterbatasan akses terhadap barang tertentu, sekaligus bagian dari budaya konsumsi digital yang berorientasi pada tren.

Kedua, dari segi model usaha, ditemukan dua tipologi utama:

- a. Model non-formal dan personal pada akun WhatsApp Nanique Jastip, yang mengandalkan komunikasi langsung dan kepercayaan tanpa sistem pemesanan baku. Transaksi berjalan secara sederhana, fleksibel, dan terintegrasi dengan aktivitas sehari-hari pelaku usaha.
- b. Model semi-formal dan terstruktur pada akun Instagram @jastipsukowono_, yang menerapkan sistem form pemesanan, promosi visual melalui media sosial, dan pengelolaan yang lebih profesional untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Ketiga, dari segi sistem pemesanan dan transaksi, kedua akun menunjukkan pola yang sama dalam hal pelaku jastip berperan sebagai pihak ketiga antara konsumen dan outlet. Komunikasi dilakukan secara digital melalui chat atau direct message (DM). Sistem pembayaran yang digunakan mencakup transfer dan COD (Cash on Delivery), dengan struktur biaya yang terdiri dari harga barang, ongkos kirim, dan upah jasa titip (fee). Walaupun sederhana, sistem ini telah membentuk kejelasan dan kepercayaan di antara kedua pihak.

2. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jasa titip online di Sukowono, baik melalui akun WhatsApp *Nanique Jastip* maupun akun Instagram @jastipsukowono_, pada dasarnya sesuai dengan konsep akad *wakalah bil ujah* sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Wakalah bil Ujah. Dalam praktiknya, konsumen (muwakkil) melimpahkan kuasa kepada jastiper (wakil) untuk

membeli dan mengantarkan barang dengan imbalan berupa ujah (fee). Unsur pelimpahan kuasa, ijab-qabul, serta imbalan telah terpenuhi, meskipun dilakukan melalui media digital seperti WhatsApp dan Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa akad dalam transaksi muamalah tidak mensyaratkan bentuk fisik, melainkan cukup adanya kesepakatan yang jelas dan dapat dipahami kedua belah pihak.

Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa rukun dan syarat akad wakalah bil ujah terpenuhi dalam praktik jastip ini. Pihak yang berakad jelas, objek titipan halal dan diketahui konsumen, serta ijab qabul terjadi melalui komunikasi digital (chat atau DM) yang sah menurut fiqh kontemporer. (Zuhaili, 1985) Perbedaan hanya terdapat pada mekanisme penentuan ujah. Pada akun WhatsApp, harga barang sudah mencakup fee sejak awal, sedangkan di Instagram, fee baru disampaikan saat pemesanan. Meski berbeda, keduanya tetap sah karena disepakati sebelum pembelian dilakukan. (mawardi, 1999)

Selain hubungan dengan konsumen, terdapat pula interaksi pelaku jastip dengan outlet penyedia barang. Hubungan ini bukan kerja sama promosi, melainkan transaksi jual beli biasa di mana pelaku jastip berperan sebagai pembeli pertama. Dengan demikian, akad yang terjadi dengan outlet sah menurut syariah, karena pembayaran dilakukan secara tunai dan memenuhi rukun jual beli.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa praktik jastip online melalui WhatsApp Nanique Jastip maupun Instagram @jastipsukowono_ sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah. Akad yang dilakukan memenuhi syarat wakalah bil ujah, tidak mengandung unsur gharar atau penipuan, serta didasari kerelaan kedua belah pihak dan juga upah sudah diketahui di awal. (Zuhaili, Al-Fiqh Al-Islami wa Adillatuhu, tt) Meskipun begitu, transparansi tetap menjadi nilai ideal dalam muamalah sehingga keterbukaan informasi biaya dianjurkan demi menjaga kejujuran dan amanah dalam transaksi.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi teoretis dan praktis. Secara teoretis, hasil analisis memperkuat relevansi konsep *wakalah bil ujah* dalam praktik muamalah kontemporer, khususnya pada transaksi berbasis media digital. Hal ini menunjukkan fleksibilitas hukum ekonomi syariah dalam merespons perkembangan model bisnis modern tanpa meninggalkan prinsip kejelasan akad, kerelaan, dan keterbukaan informasi. Secara praktis, penelitian ini memberi panduan bagi pelaku jasa titip online untuk lebih menekankan aspek transparansi biaya serta komunikasi akad secara tertulis, sehingga tidak hanya memenuhi prinsip syariah, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa praktik jasa titip (jastip) online melalui akun WhatsApp Nanique Jastip dan Instagram @jastipsukowono_ telah sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah,

khususnya akad *wakalah bil ujah*. Pelaku jastip bertindak sebagai wakil yang diberi kuasa untuk membeli dan mengantarkan barang dengan imbalan yang telah disepakati, sementara konsumen sebagai pemberi kuasa (*muwakkil*) mendapatkan kepastian mengenai barang dan biaya jasa. Perbedaan mekanisme operasional antara kedua akun tidak memengaruhi keabsahan akad, selama kesepakatan dilakukan sebelum transaksi.

Temuan penelitian menunjukkan fleksibilitas jastip online dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen dan tren digital, sekaligus menekankan pentingnya transparansi biaya dan komunikasi yang jelas sebagai bagian dari prinsip amanah dalam transaksi. Sebagai tindak lanjut, penelitian ini mendorong pengembangan praktik jastip online yang lebih terstruktur, misalnya melalui penerapan sistem pencatatan digital dan transparansi harga secara real-time, agar kepercayaan konsumen dapat terus ditingkatkan dan prinsip syariah tetap terjaga.

BIBLIOGRAPHY

- Devi, A. S. (2024). Perbandingan Hukum Usaha Jasa Titip: Perspektif Hukum Bisnis Indonesia Dan Thailand. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 37-57.
- Dr. H. Zuchri Abdussamd, S. M. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cv. Syakir Media Press.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri Publishing.
- Hilda Yunita Wono, N. N. (2023). Media Sosial, Literasi Digital, Dan Inovasi Bisnis Trikotomi Baru Dalam Manajemen Strategi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2.
- Kemp, S. (2025, Februari 25). Digital 2025: Indonesia. Data Reportal.
- Mawardi, A. A. (1999). *Al Hawi Kabir*. Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah.
- Sari, N. M. (2025, Februari 12). Arti Jastip: Panduan Lengkap Tentang Jasa Titip Dan Cara Kerjanya. *Liputan 6*.
- Ulum, B. (2021). Analisis Akad Menggunakan Sistem Pembayaran Cod Pada Transaksi Online. *Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 11-25.
- Wiyanda Vera Nurfajriani, E. A. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana*.
- Zaenol Hasan, S. (2024). Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Syekh Yusuf Al-Qardawi : Relevansi Dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 77.
- Zuhaili, W. (1985). *Al Fiqh Al Islami Wa Adillatuhu*. Damaskus: Dar Al Fikr.
- Zuhaili, W. (Tt). *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu*. Suriyah, Damaskus: Darul Fikr.