

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam ajaran Islam, kehalalan suatu makanan atau minuman merupakan aspek fundamental yang harus diperhatikan oleh setiap Muslim. Unsur mengenai kehalalan bukan hanya mencakup pada kategori makanan dan minuman, melainkan juga meluas pada kosmetik, obat-obatan, hingga barang konsumsi lainnya. Prinsip halal-haram telah diatur secara jelas dalam Al-Qur'an dan hadist, yang menegaskan bahwa seorang Muslim wajib mengonsumsi sesuatu yang halal dan baik (thayyib). Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”¹

Nawawi al-Bantani dalam tafsirnya menjelaskan bahwa lafaz “*yā ayyuhan-nās*” pada ayat tersebut ditujukan kepada sekelompok orang yang mengharamkan unta saibah, wasilah, dan bahirah, seperti yang dilakukan oleh Bani Tsaqif, Bani Amir bin Sha’sha’ah, Khuza’ah, dan Bani Mudlij. Makna dari lafaz “*kulū mimmā fil-ardhi halālan thayyiban*” adalah perintah untuk mengonsumsi sebagian makanan yang ada di bumi, baik berupa tumbuh-tumbuhan dan juga hewan ternak, yang halal serta baik bagi kesehatan, selama makanan itu tidak berkaitan dengan hak orang lain. Sementara itu, pada lafaz “*wa lā tattabi’ū khuthuwātisy-syaithān*”, dijelaskan bahwa manusia dilarang mengikuti godaan dan langkah-langkah setan, termasuk dalam mengharamkan sesuatu yang pada dasarnya telah dihalalkan oleh Allah Swt. Adapun makna “*innahū lakum ‘aduwwum mubīn*”

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia, n.d.). QS. Al-Baqarah:168

menunjukkan bahwa setan merupakan musuh yang nyata bagi manusia, terutama untuk orang-orang yang mampu memahami dengan hati dan akal yang jernih.²

Berkaitan dengan tafsir tersebut, pengetahuan mengenai status kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi umat Islam, khususnya di tengah maraknya produk global yang beredar di pasar tanpa adanya kejelasan sumber dan proses produksinya. Menanggapi kebutuhan tersebut, pemerintah Indonesia mengesahkan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 pasal 4 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) sebagai landasan hukum untuk menjamin kehalalan produk yang beredar di masyarakat.³ UU ini mewajibkan setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia harus memiliki sertifikat halal, khususnya bagi pelaku usaha makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, dan barang gunaan. Keberadaan sertifikasi halal ini tidak lain bertujuan untuk melindungi konsumen muslim dari mengonsumsi produk haram, serta memberikan kepastian hukum, meningkatkan daya saing produk, dan memperkuat ekonomi syariah nasional.

Hal ini berkaitan juga dengan perkembangan teknologi digital yang saat ini telah membawa dampak besar bagi sektor kehidupan, termasuk dalam bidang perdagangan. Akses informasi yang cepat, kemampuan untuk berkomunikasi dengan seseorang dari jarak jauh, hingga melakukan berbagai transaksi, bisa hanya melalui internet dengan menggunakan *smartphone*, faktor ini juga mendorong lahirnya berbagai bentuk jual beli berbasis teknologi. Perkembangan pada bisnis digital ini secara tidak langsung membawa dampak yang besar terhadap kehidupan manusia sehari-hari.⁴ Hal ini mendorong munculnya bentuk usaha yang sekarang terkenal dengan istilah bisnis *online*. Dengan memanfaatkan situs yang sudah dirancang khusus untuk kegiatan komersial, aktivitas jual beli pun dapat dilakukan

² Muhammad Nawawi Al-Jawi, At-Tafsirul Munir li Ma'alimt Tanzil, juz I, halaman 39

³ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295.

⁴ Muslimin M, "Perkembangan Teknologi dalam Industri Media", Jurnal Teknik Industri, Vol. 12, No. 1, (2019), h.57.

melalui dunia maya. Bisnis *online* memiliki potensi yang besar karena menjangkau pasar yang lebih luas, yakni para pengguna internet dari berbagai belahan dunia.⁵

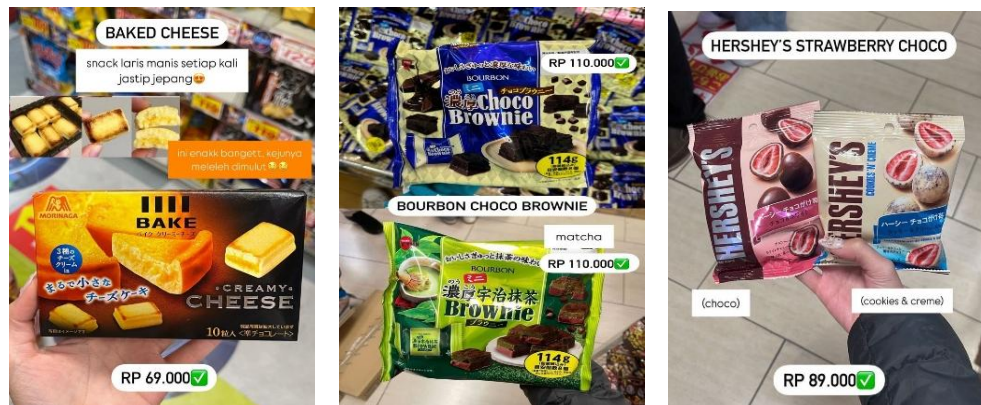
Dalam dunia ekonomi, berbagai inovasi bisnis terus bermunculan, salah satunya adalah praktik Jastip atau Jasa Titip. Istilah Jastip ini merujuk pada layanan yang diberikan oleh seseorang atau pihak tertentu untuk membelikan atau mengakses suatu produk atas permintaan orang lain, umumnya dari wilayah yang berbeda dengan tempat tinggal pemesan. Praktik ini semakin marak, khususnya di ranah daring, di mana pelaku Jastip menawarkan jasanya untuk membeli barang atau melakukan transaksi atas nama orang lain dengan imbalan tertentu.

Masyarakat kini semakin terbiasa melakukan transaksi melalui media sosial, salah satunya platform Instagram, yang saat ini tidak hanya digunakan sebagai informasi visual saja, melainkan juga sebagai sarana pemasaran dan perdagangan. Seperti halnya, sarana pemasaran bisnis jasa titip yang banyak dijalani oleh beberapa anak muda yang rutin melakukan perjalanan ke luar negeri.

Fenomena jasa titip barang dari luar negeri ini menjadi semakin populer, terutama di kalangan masyarakat urban yang memiliki minat terhadap produk-produk asing, termasuk makanan. Pada akun Instagram X, misalnya, menawarkan berbagai macam makanan dan barang dari luar negeri yang sulit ditemukan di Indonesia. Dengan mengunjungi pusat perbelanjaan atau mal tertentu, jastiper akan memotret produk-produk yang ingin ditawarkan, lalu mengunggah foto tersebut ke akun media sosial sebagai sarana promosi. Dalam unggahan tersebut, biasanya disertakan deskripsi lengkap mengenai produk atau merek, beserta informasi harga yang dikenakan. Konsumen cukup memesan barang/makanan melalui direct messenger (DM) instagram maupun japri via whatsapp kepada jastiper dan kemudian konsumen tinggal membayar biaya jasa beserta harga barang yang dititipkan.

Dalam akun Instagram X menawarkan berbagai macam makanan dan barang yang berasal dari negara lain yang sulit ditemukan di Indonesia, salah satunya yaitu produk snack makanan kemasan, beberapa diantaranya yaitu:

⁵ James R. Situmorang, "Pemanfaatan Internet Sebagai New Media dalam Bidang Politik, Bisnis Pendidikan dan Sosial Budaya", Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.8, No.1, (2012), h.73.



Gambar 1.1 Tampilan foto produk yang ditawarkan oleh akun instagram X

Produk diatas merupakan beberapa makanan yang di promosikan oleh akun jasa titip instagram X, akun tersebut banyak menjual berbagai macam produk dan jenis makanan yang masih belum tercantum logo halal dalam kemasannya. Sebagai masyarakat muslim, kita diwajibkan untuk mengkonsumsi makanan halal begitupun dengan peraturan pemerintah yang mewajibkan barang yang beredar harus tersertifikasi halal. Namun, makanan yang berasal dari luar negeri tersebut belum jelas kehalalannya, apalagi kalau makanan tersebut memang tidak tersertifikasi halal dari negara asalnya. Maka dari itu kita sebagai konsumen muslim perlu untuk memperhatikan kehalalan suatu produk yang akan kita konsumsi.

Dari sisi teori hukum ekonomi syariah, transaksi ini dapat dikaji melalui konsep akad ijarah, yaitu akad penyewaan jasa antara pihak penyedia jasa dan juga pengguna jasa. Dalam konteks ini, penyedia jastip menyewakan jasanya untuk membeli dan mengantarkan barang yang diinginkan oleh konsumen. Akad ijarah dalam Islam memiliki syarat-syarat tertentu, salah satunya kejelasan objek ijarah. Syarat sah objek akad ijarah adalah barangnya halal, dan jelas. oleh karena itu, kehalalan dan kejelasan barang yang dijadikan objek jastip pada akun X perlu diteliti lebih lanjut.

Permasalahan muncul ketika objek yang dititipkan kepada jastiper berupa makanan yang berasal dari luar negeri yang belum memiliki kejelasan mengenai status kehalalan produknya. Ketidaktahuan mengenai komposisi bahan, proses produksi, hingga ketiadaan label halal menjadikan status barang tersebut mengarah

kepada unsur gharar. Jika objek yang menjadi fokus akad ijarah mengandung unsur yang tidak jelas akan kehalalannya, maka keabsahan akad menurut hukum syariah dapat dipertanyakan.

Pada praktik jasa titip (jastip) makanan dari luar negeri ini jika dikaji dari sudut pandang hukum ekonomi syariah, terkait dengan kejelasan dan kehalalan objek akad menimbulkan persoalan yang kompleks. Dalam prinsip Hukum ekonomi Syariah, kehalalan suatu barang bukan sekadar mengenai hukum makanannya saja, tetapi juga berkaitan erat dengan keabsahan transaksi itu sendiri. Ketika objek yang dititipkan berupa makanan yang belum jelas status kehalalannya, maka muncul potensi pelanggaran terhadap prinsip-prinsip dasar dalam hukum Islam.

Dalam konteks akad ijarah yakni perjanjian sewa atas jasa antara dua pihak, kejelasan objek jasa dan barang sangat penting. Barang atau jasa yang menjadi objek dalam akad transaksi ijarah harus diketahui secara jelas, halal, dan tidak mengandung unsur yang dilarang dalam syariat. Apabila barang yang dititipkan, berjenis makanan yang berasal dari luar negeri dan tidak memiliki label halal atau tidak diketahui proses produksinya, maka barang tersebut jatuh ke dalam kategori syubhat (meragukan) atau bahkan haram.⁶ Islam secara tegas melarang umatnya untuk melakukan transaksi terhadap barang haram karena dapat membatalkan atau mengharamkan keseluruhan akad.

Dari hasil observasi awal di lapangan, ditemukan bahwa dalam praktiknya, penyedia jasa titip seperti akun X tidak selalu mencantumkan informasi mengenai status halal produk makanan yang ditawarkan. Bahkan, sebagian besar produk yang ditawarkan dalam akun instagramnya bukan berasal dari negara yang mayoritas penduduknya muslim, yang dimana mereka tidak memiliki kewajiban untuk mengonsumsi makanan halal. Hal ini menjadi persoalan serius dalam perspektif hukum Islam.⁷

⁶ Yusuf al-Qaradawi, *Halal dan Haram dalam Islam* (Jakarta: Robbani Press, 2001), hlm. 33–35.

⁷ Yandra, Muhammad. “Analisis Hukum Islam terhadap Praktik Jasa Titip (Jastip) Belanja Online.” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4 No. 2, 2022, hlm. 221.

Di sisi lain, konsumen juga tampak kurang memperhatikan aspek kehalalan produk, karena lebih fokus pada ketertarikan dan kelangkaan produk yang ditawarkan. Ini menunjukkan adanya celah edukasi dan kesadaran individu yang masih perlu ditingkatkan, baik di kalangan pelaku usaha maupun konsumennya. Tanpa pemahaman mendalam terhadap prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah, maka praktik jastip berisiko mengandung unsur yang bertentangan dengan ajaran Islam.⁸

Alasan penulis tertarik mengangkat masalah ini adalah karena fenomena jastip menjadi sangat dekat dengan kehidupan masyarakat Muslim, namun belum banyak mendapat perhatian dari perspektif hukum Islam, khususnya pada aspek kesahihan akad dan kehalalan objek transaksi. Selain itu, dengan semakin berkembangnya digitalisasi perdagangan dan minimnya kesadaran syariah dalam transaksi online, maka diperlukan upaya sistematis untuk menjelaskan batasan-batasan halal-haram dalam praktik ekonomi digital, termasuk jasa titip. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan praktis bagi para pelaku usaha jastip, agar lebih berhati-hati dalam menentukan barang yang ditawarkan, serta memperjelas akad yang digunakan agar tidak menyalahi prinsip-prinsip syariah. Di sisi lain, masyarakat sebagai konsumen juga perlu diberi pemahaman yang cukup agar dapat lebih selektif dan bertanggung jawab dalam memilih produk dan layanan.

Penelitian ini menjadi penting untuk memberikan perlindungan bagi para konsumen muslim dalam membeli produk luar negeri yang belum memiliki status kehalalan. Dengan menggunakan pendekatan yuridis-empiris, penulis ingin menggali bagaimana pelaksanaan akad ijarah dalam layanan jastip makanan dan menguji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah, terutama ketika barang yang ditiptkan mengandung keraguan dalam hal kehalalan.⁹ Selain itu, kajian ini diharapkan dapat memberikan edukasi bagi para pelaku usaha jastip agar lebih memperhatikan aspek hukum Islam dalam menjalankan usahanya, serta membantu

⁸ Jannah, Nur. "Fenomena Jastip dalam Perspektif Ekonomi Syariah." *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 3 No. 1, 2021, hlm. 50.

⁹ Rahmawati, Siti. *Akad Ijarah dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2020.

konsumen Muslim untuk lebih memerhatikan layanan yang digunakan untuk jastip. Transparansi dan kejelasan mengenai produk menjadi kunci utama dalam menciptakan transaksi yang halal, amanah, dan berkah.¹⁰

Dengan demikian, berdasarkan uraian permasalahan yang telah dijelaskan diatas, peneliti merasa perlu mengangkat permasalahan ini dalam sebuah kajian ilmiah dengan judul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Jasa Titip Makanan Luar Negeri Melalui Aplikasi Instagram (Studi Pada Akun Instagram X)”**

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini mengangkat permasalahan usaha jasa titip online karena semakin banyak digunakan oleh masyarakat. Berdasarkan latar belakang masalah penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa masalah utama yang diteliti dalam karya ini adalah:

1. Bagaimana mekanisme layanan jasa titip online yang dijalankan oleh akun Instagram X?
2. Bagaimana kehalalan makanan yang diperjualbelikan dalam jasa titip yang dijalankan oleh akun instagram X?
3. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap pelaksanaan jasa titip makanan luar negeri pada akun instagram X?

C. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik layanan jasa titip yang diterapkan dalam setiap transaksi pada akun Instagram X, serta menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariat Islam.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kehalalan makanan yang diperjualbelikan oleh akun jasa titip instagram X.

¹⁰ Majelis Ulama Indonesia (MUI), Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah.

3. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap pelaksanaan jasa titip makanan Luar Negeri pada akun instagram X.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi atau tolak ukur bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan praktik jasa titip dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Kajian ini juga diharapkan dapat mengembangkan literatur ilmiah terkait ekonomi syariah, khususnya dalam konteks jual beli jasa secara online.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada penulis dan pembaca mengenai praktik belanja dan jasa titip secara online dalam sudut pandang Hukum Ekonomi Syariah. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan informasi serta meningkatkan kesadaran bagi para pelaku usaha maupun konsumen agar lebih berhati-hati dan cermat dalam melakukan transaksi jual beli jasa secara online, sehingga sesuai dengan ketentuan syariah yang berlaku.

E. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis melakukan studi pustaka dengan mengkaji beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini. Studi pustaka ini bertujuan sebagai bahan pembanding dan referensi untuk mendukung analisis pembahasan agar lebih komprehensif dan aktual. Selain itu, melalui penelitian terdahulu, penulis juga memperoleh informasi dan teori yang berkaitan dengan tema penelitian yang akan

dianalisis. Dalam hal ini penulis mencantumkan enam penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan perbandingan, diantaranya :

Pertama, Skripsi yang ditulis oleh Megawati S. (2021) yang berjudul “Analisis Fikih Muamalah Terhadap Jasa Titip Beli Online (Studi Kasus di Akun Instagram @belititip.mks)”.¹¹ Skripsi tersebut menjelaskan bahwa praktik jasa titip pada akun @belititip.mks dilakukan secara transparan dan adil, tidak terdapat unsur penipuan, gharar (ketidakjelasan), atau wanprestasi dalam pelaksanaannya. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan penulis fokus pada kesesuaian akad secara formal, tetapi juga pada substansi objek akad dari perspektif hukum ekonomi syariah, khususnya terkait unsur gharar dan syubhat dalam makanan yang dititipkan.

Kedua, Skripsi yang ditulis oleh Zulfian Maulana (2024) yang berjudul “Analisis Fatwa Dsn Mui No.113/Dsn-Mui/Ix/2017 Tentang Akad Wakalah Bil Ujrah Terhadap Transaksi (Jual Beli) Sistem *By Order* pada Jasa Titip Online Di Toko Xyz” membahas praktik jual beli dengan sistem jasa titip online menggunakan akad wakalah bil ujah, yaitu pemberian kuasa disertai imbalan (upah).¹² Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah sistem jasa titip online di akun Instagram Toko XYZ telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah berdasarkan fatwa DSN MUI tersebut, khususnya dari aspek transparansi informasi dan perlindungan konsumen. Pada penelitian Zulfian lebih menekankan pada mekanisme jasa titip secara umum dalam sistem pemesanan (by order), tanpa menyoroti status kehalalan barang yang dititipkan. Sementara itu, penelitian penulis disini secara khusus membahas praktik jasa titip makanan luar negeri, yang dalam banyak kasus belum memiliki kejelasan status halal, baik dari segi komposisi, proses produksi, maupun labelisasi resmi.

Ketiga, Skripsi yang ditulis oleh Hanifa Devariany Putri (2023) yang berjudul “Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Usaha Jasa Titip Di Platform

¹¹ Megawati S., Analisis Fikih Muamalah Terhadap Jasa Titip Beli Online (Studi Kasus di Akun Instagram @belititip.mks) (Skripsi, Universitas [Nama Universitas], 2021).

¹² Zulfian Maulana, Analisis Fatwa DSN MUI No.113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Wakalah Bil Ujrah terhadap Transaksi (Jual Beli) Sistem By Order pada Jasa Titip Online di Toko XYZ, Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2024.

Sosial Media Instagram @Jastipyeuh”.¹³ Penelitian ini dilakukan karena fenomena jasa titip semakin berkembang di masyarakat digital, dan penting untuk menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah, khususnya mengenai akad wakalah bil ujah (perwakilan dengan imbalan). Sedangkan penelitian penulis bukan hanya fokus pada akad transaksinya saja tetapi mengenai status kehalalan objek yang dijual. Seperti makanan yang tidak memiliki label halal, tidak diketahui komposisinya, dan berisiko mengandung unsur haram atau syubhat. Hal ini menimbulkan potensi gharar (ketidakjelasan) yang dapat memengaruhi keabsahan akad menurut hukum syariah.

Keempat, Skripsi yang ditulis oleh Anisa Rahmawati (2024) yang berjudul “Jual Beli Pakaian Melalui Jasa Titip Di Aplikasi Instagram Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Akun @Chocohardware)” membahas praktik jual beli pakaian melalui jasa titip (jastip) online yang marak digunakan masyarakat, khususnya melalui media sosial Instagram.¹⁴ Penelitian ini fokus pada bagaimana mekanisme jual beli dilakukan oleh akun @Chocohardware dan meninjaunya dalam kerangka Hukum Ekonomi Syariah, terutama melalui analisis terhadap akad wakalah bil ujah yaitu akad pemberian kuasa dengan imbalan jasa. Sementara itu dalam penelitian ini tidak hanya menekankan pada akad wakalah bil ujah, tetapi juga memperkuat urgensi kesadaran dalam memilih dan menawarkan barang dalam praktik jastip digital sesuai dengan aturan syariat.

Kelima, Skripsi yang ditulis oleh Ajeng Fadhila (2025) yang berjudul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Jual Beli Skincare Melalui Jasa Titip Online Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Bandung X Beauty)”. Skripsi ini membahas praktik jasa titip (jastip) penjualan skincare di event Bandung X Beauty melalui media sosial. Personal shopper membelikan barang atas permintaan

¹³ Hanifa Devariany Putri, Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Usaha Jasa Titip di Platform Sosial Media Instagram @Jastipyeuh, Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2023.

¹⁴ Anisa Rahmawati, Jual Beli Pakaian Melalui Jasa Titip di Aplikasi Instagram dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Akun @Chocohardware), Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2024.

konsumen dengan sistem pembayaran di muka dan tambahan upah (ujrah).¹⁵ Sebagian penyedia jasa transparan soal biaya, namun ada yang mencampurkan harga barang dan ujarah tanpa kejelasan. Penelitian ini menilai kesesuaian praktik tersebut dengan akad wakalah bil ujarah dalam hukum ekonomi syariah, yang sah jika memenuhi syarat seperti kejelasan biaya, keridhaan pihak, dan tanpa unsur gharar. Sedangkan dalam penelitian penulis tidak hanya membahas aspek kejelasan transaksi dan ujarah, tetapi juga memperluas kajian pada kehalalan dan kelayakan objek akad sebagai faktor utama dalam hukum transaksi Islam.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

NO	NAMA	JUDUL SKRIPSI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Megawati S. (2021)	Analisis Fikih Muamalah Terhadap Jasa Titip Beli Online (Studi Kasus di Akun Instagram @belititip.mks)	Persamaannya membahas jasa titip online dalam perspektif hukum Islam dan juga menilai kesesuaian praktik jasa titip dengan prinsip-prinsip hukum Islam	Perbedaannya dengan penelitian terdahulu fokus pada praktik jasa titip yang menawarkan jasa titip makanan dalam negeri, sedangkan penulis fokus pada jasa titip makanan luar negeri
2	Zulfian Maulana (2024)	Analisis Fatwa Dsn Mui No.113/Dsn-Mui/Ix/2017 Tentang Akad	Persamaannya membahas jasa titip online dan mengkaji	Perbedaannya dengan penelitian terdahulu penerapan

¹⁵ Ajeng Fadhila, Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Praktik Jual Beli Skincare Melalui Jasa Titip Online di Media Sosial (Studi Kasus pada Bandung X Beauty), Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2025.

		Wakalah Bil Ujrah Terhadap Transaksi (Jual Beli) Sistem <i>By Order</i> pada Jasa Titip Online Di Toko Xyz	kesesuaian praktiknya dengan hukum ekonomi syariah, khususnya mengenai akadnya.	akadnya Menggunakan Wakalah Bil Ujrah dengan fokus pada kejelasan akad dan transparansi upah dalam jasa titip sistem by order di toko XYZ. Sedangkan penulis menggunakan pendekatan akad Ijarah, dengan fokus pada kejelasan dan kehalalan makanan sebagai objek jasa titip dari luar negeri.
3	Hanifa Devariany Putri (2023)	Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Usaha Jasa Titip Di Platform Sosial Media Instagram @Jastipyeuh	Persamaan keduanya sama sama meneliti usaha jasa titip makanan online melalui platform Instagram dalam perspektif syariah.	Perbedaannya penelitian terdahulu Menggunakan pendekatan akad wakalah bil ujarah dan fokus pada kejelasan sistem dan ujarah (upah) jasa titip.

				Sedangkan penulis menggunakan pendekatan akad ijarah dan fokus pada kejelasan kehalalan makanan sebagai objek jasa titip.
4	Anisa Rahmawati (2024)	Jual Beli Pakaian Melalui Jasa Titip Di Aplikasi Instagram Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Akun @Chocohardware)	Persamaannya, sama sama meneliti transaksi jual beli jasa titip melalui Instagram dalam tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.	Perbedaannya pada objek penelitian terdahulu adalah pakaian, dan menggunakan akad wakalah bil ujah. Sedangkan penulis objek penelitiannya adalah makanan luar negeri, yang dianalisis dengan akad ijarah dan fokus pada aspek kehalalan.
5	Ajeng Fadhila (2025)	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Jual Beli Skincare Melalui Jasa Titip Online Di Media	Persamannya yaitu sama sama meneliti jasa titip online di media sosial yang tinjau dari	Perbedaannya penelitian terdahulu meneliti praktik jasa titip produk skincare dalam event lokal

		Sosial (Studi Kasus Pada Bandung X Beauty)	perspektif Hukum Ekonomi Syariah.	(Bandung X Beauty) dengan akad wakalah bil ujah. Sedangkan penulis meneliti praktik jasa titip makanan luar negeri yang belum jelas kehalalannya dengan pendekatan akad ijarah.
--	--	--	-----------------------------------	---

Adapun yang menjadi fokus penelitian penulis yaitu pada aspek transaksi akad titipan dan kehalalan produk jasa titip.

F. Kerangka Berfikir

Media sosial kini dipenuhi maraknya praktik jasa titip (jastip), yang sedang menjadi fenomena umum di berbagai platform digital, salah satunya instagram. Target pasar dari layanan jasa titip ini biasanya mulai dari konsumen yang menginginkan barang-barang branded dari luar negeri, kosmetik dan skincare, hingga makanan dan camilan khas dari negara tertentu. Kemudahan dalam proses pemesanan jasa titip dan mekanisme pembayarannya yang fleksibel menjadikan jasa titip ini semakin diminati, khususnya oleh kalangan muda urban yang memiliki gaya hidup dinamis dan konsumtif.

Namun, popularitas jasa titip di Instagram tidak lepas dari sejumlah permasalahan yang menyertainya, terutama menyangkut status kehalalan barang yang dititipkan, khususnya makanan dan minuman impor. Banyak di antara produk yang ditawarkan belum memiliki label halal atau bahkan tidak diketahui bahan-bahan yang terkandung di dalamnya, bagaimana proses produksinya, hingga

distribusinya. Hal ini menjadi persoalan serius bagi para kalangan umat Muslim yang berkewajiban untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik (*thayyib*).

Dalam konteks ini, tidak hanya berfokus mengenai kehalalan dari produk makanannya saja, namun setiap aktivitas transaksi jasa titip juga harus mengacu pada ketentuan syariah, salah satunya yaitu akad transaksi yang sah. Pada kajian Hukum Ekonomi Syariah, terdapat akad sebagai landasan hukum yang mengikat dalam setiap transaksi atau hubungan muamalah, akad memiliki definisi yaitu perjanjian atau kesepakatan antara dua pihak atau lebih yang menimbulkan akibat hukum dalam bentuk hak dan kewajiban.¹⁶ Akad menjadi pondasi sahnya transaksi dalam Islam. Akad sendiri dibagi ke dalam dua bentuk utama, yaitu akad *tabarru'* (akad tolong menolong, non-profit) dan akad *tijari* (akad komersial yang bertujuan mencari keuntungan). Dalam konteks penelitian ini, fokus diarahkan pada akad *tijari*, karena praktik jasa titip bersifat komersial. Salah satu bentuk akad *tijari* yang relevan adalah akad *ijarah*, yaitu akad sewa-menyewa jasa dengan imbalan tertentu. Dalil tentang kebolehan *ijarah* terdapat dalam QS. At-Talaq ayat 6:

أَسْكِنُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ سَكَنْتُمْ مِنْ وُجْدِكُمْ وَلَا تَضَارُّوهُنَّ لِنُصِيَّتِهِنَّ عَلَيْهِنَّ وَإِنْ كُنَّ
أُولَاتٍ حَمْلٍ فَأَنْفِقُوا عَلَيْهِنَّ حَتَّى يَضَعْنَ حَمْلَهُنَّ فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآتُوهُنَّ أُجُورَهُنَّ
وَاتَّمِرُوا بَيْنَكُمْ بِمَعْرُوفٍ وَإِنْ تَعَاَسَرْتُمْ فَسِئَرُضِعْ لَهُ أُخْرَى ۚ ﴿٦﴾

“Tempatkanlah mereka (para istri yang diceraikan) di mana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka. Jika mereka (para istri yang diceraikan) itu sedang hamil, maka berikanlah kepada mereka nafkahnya sampai mereka melahirkan, kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak)-mu maka berikanlah imbalannya kepada mereka; dan musyawarahkanlah di antara kamu (segala sesuatu) dengan baik; dan jika kamu sama-sama menemui kesulitan (dalam hal penyusuan), maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya.”¹⁷

Ayat di atas menunjukkan bahwa dalam Islam, memberikan layanan yang berbeda-beda diperbolehkan, asalkan layanan tersebut memberikan manfaat yang

¹⁶ M. Arifin, *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2020, hlm. 45.

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia, n.d.). QS. At-Talaq:6

jelas dan tetap mematuhi syariat. Ini menjadi landasan utama bagi praktik akad Ijarah, yaitu kesepakatan sewa untuk jasa atau barang dengan upah tertentu (Ujrah). Namun, dalam implementasinya, praktik akad Ijarah tidak bisa dibuat sembarangan. Ada prinsip dan kriteria yang harus dipenuhi agar transaksi tersebut dianggap valid menurut hukum Islam. Salah satu syarat paling penting untuk praktik akad Ijarah adalah bahwa jasa atau barang yang disewakan harus halal, baik dari sisi komposisi maupun penggunaannya. Dengan kata lain, tidak diperbolehkan untuk menjual barang atau jasa yang kandungannya tidak sesuai dengan prinsip syariat.

Selanjutnya, peraturan mengenai Ijarah juga dibahas dalam Fatwa No. 09/DSN-MUI/IV/2000 yang dikeluarkan oleh DSN-MUI. Fatwa ini menyatakan bahwa Ijarah adalah suatu akad untuk pengalihan hak guna (manfaat) atas barang atau jasa untuk jangka waktu tertentu dengan imbalan pembayaran, dan diperbolehkan selama sesuai dengan prinsip dan persyaratan Syariah. Salah satu persyaratan utama fatwa tersebut adalah bahwa manfaat yang diberikan harus halal dan jelas, dan bahwa objeknya tidak boleh berupa barang atau jasa yang dilarang menurut Syariah.¹⁸

Oleh karena itu, permasalahan ini perlu dikaji secara mendalam dengan pendekatan yang tepat, terutama dalam menanggapi praktik jasa titip makanan luar negeri yang belum memiliki kejelasan status kehalalannya. Banyak produk makanan impor yang dijual melalui jasa titip di media sosial yang tidak memiliki sertifikasi halal yang sah, sehingga menimbulkan keraguan terhadap keabsahan objek transaksi menurut syariat Islam. Untuk menganalisis permasalahan ini, kajian akan menggunakan dua pendekatan teori, yaitu teori kehalalan produk dan teori akad ijarah.

Teori kehalalan produk digunakan untuk menilai apakah makanan yang dititipkan memenuhi standar halal berdasarkan syariat Islam serta peraturan perundang-undangan. Secara khusus, pada pasal 4 UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) menetapkan bahwa setiap makanan dan minuman

¹⁸ Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah, Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia

yang diimpor ke Indonesia, dipasarkan, dan diperdagangkan di sana harus memiliki sertifikat halal. Bersamaan dengan itu, teori akad Ijarah digunakan untuk menilai keabsahan transaksi akad dari perspektif hukum ekonomi syariah. Referensi diberikan pada Fatwa No. 09/DSN-MUI/IV/2000 DSN-MUI tentang Ijarah, yang menyatakan bahwa objek akad Ijarah harus jelas halal. Jika suatu makanan tidak memiliki status halal yang jelas, akad Ijarah yang digunakan dalam penjualan tersebut dapat dianggap tidak sah atau tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Kedua teori ini dimaksudkan untuk mengklarifikasi status hukum penjualan yang melibatkan produk makanan impor yang tidak bersertifikat halal dari perspektif hukum ekonomi syariah.

Dengan demikian, dalam konteks jasa titip makanan luar negeri, kejelasan dan kehalalan produk yang dititipkan menjadi faktor penentu keabsahan akad ijarah. Apabila produk yang dititipkan belum memiliki kejelasan halal, maka akad ijarah yang dilakukan dapat dianggap tidak sah dan juga tidak sesuai dengan aturan syariah, karena tidak memenuhi syarat objek yang halal dan bermanfaat menurut ketentuan hukum Islam.

