

**TINJAUAN YURIDIS AKAD *WAKALAH BIL UJRAH*  
TERHADAP MEKANISME TRANSAKSI  
PADA USAHA JASA TITIP**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah  
Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**Oleh**

**NUR AISAH UMAR**

18 0303 0050

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2025**

**TINJAUAN YURIDIS AKAD *WAKALAH BIL UJRAH*  
TERHADAP MEKANISME TRANSAKSI  
PADA USAHA JASA TITIP**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah  
Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**Oleh**

**NUR AISAH UMAR**  
18 0303 0050

**Pembimbing:**

- 1. Dr. Abdain, S.HI., M.H.**
- 2. Muhammad Fachrurrazy, S.EI., M.H.**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2025**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nur Aisah Umar  
NIM : 18 0303 0050  
Fakultas : Syariah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 09 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Nur Aisah Umar  
NIM: 18 0303 0050

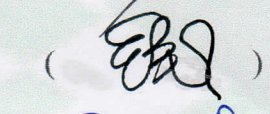
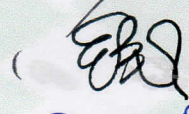


## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul "*Tinjauan Yuridis Akad Wakalah Bil Ujrah Terhadap Mekanisme Transaksi Pada Usaha Jasa Titip*" yang ditulis oleh Nur Aisah Umar NIM 1803030050, mahasiswa Program Studi *Hukum Ekonomi Syariah*, Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, 30 Juli 2025 M bertepatan dengan 04 Safar 1446 H, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Hukum (S.H).

Palopo, 30 Juli 2025

### TIM PENGUJI

|                                      |               |                                                                                           |
|--------------------------------------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Fitriani Jamaluddin, S.H., M.H.   | Ketua Sidang  | (  )   |
| 2. Dr. Helmi Kamal, M.HI.            | Penguji I     | (  )  |
| 3. Fitriani Jamaluddin, S.H., M.H.   | Penguji II    | (  ) |
| 4. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI., C.M.    | Pembimbing I  | (  ) |
| 5. Muhammad Fachrurrazy, S.El., M.H. | Pembimbing II | (  ) |

Mengetahui,

a.n Rektor UIN Palopo  
Dekan Fakultas Syariah



Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag.  
NIP. 197406302005011004

Ketua Program Studi  
Hukum Ekonomi Syariah



Fitriani Jamaluddin, S.H., M.H.  
NIP. 199204162018012003

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

| Huruf Arab | Nama   | Huruf Latin        | Nama                        |
|------------|--------|--------------------|-----------------------------|
| ا          | Alif   | tidak dilambangkan | tidak dilambangkan          |
| ب          | Ba     | B                  | be                          |
| ت          | Ta     | T                  | te                          |
| ث          | ṡa     | ṡ                  | es (dengan titik di atas)   |
| ج          | Jim    | J                  | je                          |
| ح          | Ḥa     | ḥ                  | ha (dengan titik di bawah)  |
| خ          | Kha    | Kh                 | ka dan ha                   |
| د          | Dal    | D                  | de                          |
| ذ          | Ẓal    | Ẓ                  | zet (dengan titik di atas)  |
| ر          | Ra     | R                  | er                          |
| ز          | Zai    | Z                  | zet                         |
| س          | Sin    | S                  | es                          |
| ش          | Syin   | Sy                 | es dan ye                   |
| ص          | ṣad    | ṣ                  | es (dengan titik di bawah)  |
| ض          | ḍaḍ    | ḍ                  | de (dengan titik di bawah)  |
| ط          | ṭa     | ṭ                  | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ          | Ẓa     | Ẓ                  | zet (dengan titik di bawah) |
| ع          | ‘Ain   | ‘                  | apostrof terbalik           |
| غ          | Gain   | G                  | ge                          |
| ف          | Fa     | F                  | fa                          |
| ق          | Qaf    | Q                  | qi                          |
| ك          | Kaf    | K                  | ka                          |
| ل          | Lam    | L                  | el                          |
| م          | Mim    | M                  | em                          |
| ن          | Nun    | N                  | en                          |
| و          | Wau    | W                  | we                          |
| ه          | Ha     | H                  | ha                          |
| ء          | Hamzah | ,                  | apostrof                    |
| ي          | Ya     | Y                  | ye                          |

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, maka transliterasinya adalah sebagai berikut:

| Tanda | Nama          | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
| اَ    | <i>fathah</i> | a           | a    |
| اِ    | <i>kasrah</i> | i           | i    |
| اُ    | <i>ḍammah</i> | u           | u    |

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

| Tanda | Nama                  | Huruf Latin | Nama    |
|-------|-----------------------|-------------|---------|
| اِي   | <i>fathah dan yā'</i> | ai          | a dan i |
| اُو   | <i>fathah dan wau</i> | au          | a dan u |

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*  
هَوْلَ : *hau-la*

## 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harakat dan Huruf    | Nama                            | Huruf dan Tanda | Nama                |
|----------------------|---------------------------------|-----------------|---------------------|
| اَ ... اِ ... اُ ... | <i>fathah dan alif atau yā'</i> | Ā               | a dan garis di atas |
| كِ                   | <i>kasrah dan yā'</i>           | Ī               | i dan garis di atas |
| وُ                   | <i>ḍammah dan wau</i>           | Ū               | u dan garis di atas |

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*,

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yamûtu*

#### 4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

#### 5. *Syaddah (Tasydid)*

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نُعَمَّ : *nu'ima*

عَدُوُّ : *'aduwwun*

Jika huruf *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (يَ), maka ditransliterasikan seperti huruf *maddah* menjadi i.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila huruf hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

|             |                    |
|-------------|--------------------|
| تَأْمُرُونَ | : <i>ta'murūna</i> |
| النَّوْغُ   | : <i>al-nau'</i>   |
| شَيْءٌ      | : <i>syai'un</i>   |
| أَمِرتُ     | : <i>umirtu</i>    |



#### 8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila katakata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Syarḥ al-Arba 'in al-Nawāwi*

*Risālah fi Ri'āyah al-Maṣlahah*

#### 9. *Lafẓ al-Jalālah (الله)*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللهِ : *dinullāh*

بِالله : *billāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللهِ : *hum fi rahmatillāh*

#### 10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal

nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wuḍi ‘a linnāsi lallaẓi bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramaḍān al-laẓi unzila fihi al-Qur’an*

Naṣir al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al- Ṭūfi

Al-Maṣlaḥah fi al-Tasyri’ al-Islāmi

Jika resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walid

Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaid, Naṣr Ḥāmid Abū)

## B. *Daftar Singkatan*

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subḥānahū wa ta’ālā*

saw. = *ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam*

as = *‘alaihi al-salām*

H = Hijriah

|               |                                                   |
|---------------|---------------------------------------------------|
| M             | = Masehi                                          |
| SM            | = Sebelum Masehi                                  |
| l             | = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja) |
| w             | = Wafat tahun                                     |
| QS .../...: 4 | = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli ‘Imrān/3: 4      |
| HR            | = Hadis Riwayat                                   |

## DAFTAR ISI

|                                                            |             |
|------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL .....</b>                                | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                 | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>                   | <b>iii</b>  |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ....</b> | <b>iv</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                     | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                 | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                               | <b>xiv</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                       | <b>xv</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                      | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I     PENDADULUAN .....</b>                         | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang .....                                    | 1           |
| B. Rumusan Masalah .....                                   | 5           |
| C. Tujuan Penelitian .....                                 | 5           |
| D. Manfaat Penelitian .....                                | 6           |
| <b>BAB II     KAJIAN PUSTAKA .....</b>                     | <b>7</b>    |
| A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....                 | 7           |
| B. Kajian Teori .....                                      | 12          |
| C. Kerangka Pikir .....                                    | 26          |
| <b>BAB III    METODE PENELITIAN .....</b>                  | <b>27</b>   |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....                    | 27          |
| B. Lokasi Penelitian.....                                  | 27          |
| C. Fokus Penelitian.....                                   | 27          |
| D. Definisi Istilah.....                                   | 28          |
| E. Data dan Sumber Data .....                              | 29          |
| F. Teknik Pengumpulan Data.....                            | 30          |
| G. Pemeriksaan Keabsahan Data .....                        | 30          |
| H. Teknik Analisis Data.....                               | 31          |
| <b>BAB IV    HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                | <b>33</b>   |

|              |                                                           |           |
|--------------|-----------------------------------------------------------|-----------|
|              | A. Gambaran Umum Jual Beli dengan Sistem Jasa Titip ..... | 33        |
|              | B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....                   | 37        |
| <b>BAB V</b> | <b>PENUTUP .....</b>                                      | <b>50</b> |
|              | A. Kesimpulan .....                                       | 50        |
|              | B. Saran.....                                             | 51        |
|              | <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                               | <b>52</b> |
|              | <b>LAMPIRAN.....</b>                                      | <b>55</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....                                                      | 26 |
| Gambar 4.1 Profil Akun Instagram @brandnobrandpalopo .....                          | 57 |
| Gambar 4.2 Alur transaksi jasa titip beserta sistem pembayaran dan pengiriman. .... | 40 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....      | 57 |
| Lampiran 2 Hasil Wawancara .....        | 59 |
| Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian ..... | 64 |

## ABSTRAK

**Nur Aisah Umar, 2025, “Tinjauan Yuridis Akad Wakalah Bil Ujrah Terhadap Mekanisme Transaksi pada Usaha Jasa Titip”. Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Abdain dan Muhammad Fachrurrazy.**

Skripsi ini membahas tentang Tinjauan Yuridis Akad *Wakalah Bil Ujrah* Terhadap Mekanisme Transaksi pada Usaha Jasa Titip. Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui tinjauan yuridis pola akad *wakalah bil ujrah* terhadap mekanisme transaksi pada usaha jasa titip.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian diperoleh dari data primer dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Instrumen penelitian atau alat yang digunakan untuk mengambil data dalam penelitian yaitu kamera dan pedoman wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Mekanisme transaksi jasa titip pada toko Brand No Brand cabang Palopo dijalankan melalui dua sistem, yaitu *Uploading-Ordering-Shopping* dan *Shopping by Request* serta transaksi dilakukan melalui media sosial, dengan sistem pembayaran transfer atau *cash*, serta pengiriman melalui ekspedisi atau COD. 2) Tinjauan yuridis pola akad *wakalah bil ujrah* terhadap mekanisme transaksi jasa titip pada toko Brand No Brand cabang Palopo secara umum telah memenuhi sebagian besar rukun dan syarat akad *wakalah bil ujrah*, seperti adanya pihak berakad (*muwakkil* dan *wakil*), objek akad yang jelas, serta proses *ijab qabul* melalui media elektronik. Namun, dari aspek *ujrah* (upah jasa), belum terdapat kejelasan dan transparansi yang sesuai dengan ketentuan dalam Fatwa DSN-MUI No. 113/DSN-MUI/IX/2017, karena pihak penyedia jasa tidak menjelaskan secara rinci besaran upah yang diambil. Oleh karena itu, perlu adanya perbaikan dalam praktik jasa titip agar sesuai dengan prinsip-prinsip akad syariah yang sah.

**Kata Kunci:** Akad, Jasa Titip, *Wakalah Bil Ujrah*.

## ABSTRACT

**Nur Aisah Umar, 2025**, “*Juridical Review of the Wakalah Bil Ujrah Contract on the Transaction Mechanism in the Deposit Service Business*”. Thesis of the Islamic Economic Law Study Program, Faculty of Sharia, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Abdain and Muhammad Fachrurrazy.

This thesis discusses the Judicial Review of the *Wakalah Bil Ujrah* Agreement on Transaction Mechanisms in Entrustment Services Businesses. This research aims: to determine the judicial review of the *wakalah bil ujrah* contract pattern on the transaction mechanism in the entrustment service business.

The type of research used is descriptive qualitative research. The research data sources were obtained from primary data using interview and documentation techniques. The research instruments or tools used to collect data in the study were a camera and an interview guide. The data analysis techniques used were data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of the study indicate that: 1) The transaction mechanism for consignment services at the Brand No Brand store in the Palopo branch is carried out through two systems, namely Uploading-Ordering-Shopping and Shopping by Request and transactions are carried out through social media, with a transfer or cash payment system, and delivery via expedition or COD. 2) A legal review of the *wakalah bil ujrah* contract pattern for the consignment service transaction mechanism at the Brand No Brand store in the Palopo branch has generally fulfilled most of the pillars and requirements of the *wakalah bil ujrah* contract, such as the existence of contracting parties (*muwakkil* and *wakil*), a clear contract object, and the *ijab qabul* process through electronic media. However, from the aspect of *ujrah* (service fees), there is no clarity and transparency in accordance with the provisions in the DSN-MUI Fatwa No. 113/DSN-MUI/IX/2017, because the service provider does not explain in detail the amount of wages taken. Therefore, there needs to be improvements in the practice of consignment services to comply with the principles of valid sharia contracts.

**Keywords:** Contract, Entrustment Services, *Wakalah Bil Ujrah*.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Jual beli merupakan aktifitas yang dihalalkan Allah SWT, setiap muslim diperkenankan melakukan aktivitas jual beli. Hal ini merupakan *sunnatullah* yang telah berjalan turun-temurun, jual beli memiliki bentuk yang bermacam-macam. Jual beli biasanya dilihat dari cara pembayaran, akad, penyerahan barang dan barang yang diperjualbelikan. Perkembangan lapangan perdagangan yang sebelumnya belum terbayangkan, semakin meluas. Macam-macam perdagangan komoditi baru yang sebelumnya tidak diperdagangkan, cara dan sarana perdagangan yang semakin mudah dan bermacam-macam. Dengan menggunakan internet seseorang bisa bertransaksi dengan orang yang sangat jauh di hadapannya. Dalam sehari barang-barang dengan mudah berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain dengan sarana transportasi yang sangat beragam.<sup>1</sup>

Barang-barang sederhana yang hanya bisa dibuat dengan tangan sekarang dapat dibuat dengan mesin dalam waktu yang sangat cepat dan dalam jumlah yang sangat banyak. Kegiatan jual beli merupakan proses yang dilakukan oleh konsumen dalam memenuhi kepentingan dan kebutuhan sehari-hari sehingga mempunyai hubungan yang erat dengan proses jual beli, baik yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Islam mengatur proses jual beli ini dengan sangat terperinci sesuai dengan ajaran syariat Islam. Namun fakta di lapangan bahwa transaksi jual

---

<sup>1</sup> Chyndi Fransiska, Sandy Rizki Febriadi, dan Popon Srisusilawati, "Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Fee Dalam Praktik Jasa Titip Barang Online (Studi Kasus Pada Princessist Online Shop)", *Jurnal Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah* Vol. 5 No. 1 (2019), 111.

beli yang sesuai dengan syariat Islam masih sangat kurang sehingga banyak masyarakat yang menyimpang dalam kegiatan *bermuamalah*.

Jual beli online menjadi salah satu transaksi online tanpa pertemuan *head to head* antara penjual dan pembeli, transaksi dilakukan dengan transfer data lewat media sosial antara kedua belah pihak. Perkembangan teknologi informasi seperti saat ini biasanya memungkinkan terjadinya transaksi jarak jauh, setiap orang dan dimana saja dapat terlibat bahkan tanpa tatap muka (*face to face*). Hal yang terpenting adalah komunikasi tidak boleh terputus antara penjual serta pembeli dalam melakukan transaksi online. Oleh sebab itu, belakangan ini teknologi menjadi sangat canggih, yang perlu dilakukan hanyalah duduk cantik, serta memilih barang yang diinginkan.<sup>2</sup>

Jual beli dalam syariat Islam terbagi menjadi dua macam, yaitu jual beli secara tunai dan jual beli secara tangguh. Jual beli secara tangguh terbagi menjadi tiga, yaitu jual beli *murabahah*, *salam* dan *istishna*. Ketiga jual beli tersebut sebenarnya hampir sama namun letak perbedaannya adalah pada keberadaan barang yang dijadikan sebagai objek akad dan cara pembayaran yang sedikit berbeda.<sup>3</sup> Perkembangan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis turut mendorong lahirnya berbagai bentuk usaha jasa, salah satunya adalah usaha jasa titip (jastip) yang kini banyak diminati, terutama melalui media sosial. Dalam praktiknya, usaha

---

<sup>2</sup> Wahibatul Maghfuroh, "Jual Beli Secara Online Dalam Tinjauan Hukum Islam", *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah (Jas)*, Vol. 2, No. 1, (2020), 37-38.

<sup>3</sup> Elisa, "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Titip Pada Praktik Jual Beli Online*" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2018), 5.

jasa titip melibatkan aktivitas perwakilan, di mana pihak penyedia jasa membelikan barang atas permintaan pelanggan, kemudian menerima imbalan atas jasa tersebut. Pola transaksi seperti ini pada dasarnya sejalan dengan konsep akad *Wakalah Bil Ujrah*, yaitu pemberian kuasa kepada pihak lain untuk melakukan suatu transaksi dengan imbalan tertentu.<sup>4</sup>

Beragam pelaku bisnis *online* salah satunya jastip membuka lapaknya di instagram untuk menjangkau konsumen yang lebih luas lagi. Semakin padat kegiatan masyarakat terkadang membuat masyarakat tersebut lebih memilih melakukan transaksi secara *online*. Di tengah dominasi toko *online*, kehadiran bisnis jasa titip di media sosial dapat tetap menarik pelanggan/konsumen dan menghasilkan keuntungan bagi pelaku jastip. Bisnis jastip semakin populer di Indonesia karena kemajuan teknologi, penggunaan media sosial yang meningkat, dan kecenderungan konsumtif masyarakat.<sup>5</sup>

Layanan Jasa Titip (JASTIP) atau *Personal Shopper* merupakan bisnis modern yang diminati banyak orang. Transaksi dalam sistem ini tidak hanya sederhana dan efisien dalam ruang dan waktu, tetapi juga mudah. Alur layanan JASTIP terdiri dari tiga bagian yaitu Jastiper (Penyedia Jasa Titip), *market place/Outlet* dan pelanggan (Konsumen). Model transaksi yang digunakan yaitu pada saat melakukan pemesanan, pelanggan mengkonfirmasi pesannya dan

---

<sup>4</sup> Muhammad Aufal Haq, Alfin Izza Mahira, Ahmad Muhaimin Iskandar & Yolanda Evrie Elfayanti, "Penerapan Akad Wakalah Bil Ujrah Pada Jasa Titip Online Freelance : Kajian Inovasi Ekonomi Syariah dalam Konteks Gig Economy", *Az-Zarqa' Jurnal Hukum Bisnis Islam*, Vol 5, No 1. (2013), 31.

<sup>5</sup> Sherli Sadila & Siti Sundari, "Analisis Risiko Dan Peluang Bisnis Praktik Jasa Titip Online Di Media Sosial (Instagram) Dalam Perspektif Hukum Islam" *LA ZHULMA Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 5, No. 1, (September 2024) 284

biasanya terlebih dahulu menanyakan spesifikasi produk yang dibeli, seperti ukuran, warna, bahan (untuk pakaian) dan banyak lagi. Kemudian perlu disepakati dengan pemilik mengenai produk yang dibeli, pembayaran dan cara pengiriman. Dalam hal membayar harga yang disepakati, hal ini biasanya terjadi sudah termasuk *fee* atau biaya Jastip atau *Ujrah*, ada pula yang belum termasuk *fee*. Biasanya dicantumkan pada caption file yang diunggah melalui media sosial.<sup>6</sup>

Transaksi yang terjadi pada pelaksanaan bisnis jasa titip online memiliki kesesuaian dengan prinsip Akad *Wakalah Bil Ujrah* (menjadi wakil orang lain dengan upah tertentu). Dalam terjadinya transaksi tersebut penyedia layanan jasa titip (sebagai wakil) akan membelikan barang untuk konsumen (pihak yang diwakili). Konsumen atau penitip akan membayarkan *fee* (upah) titipan yang telah termasuk dalam harga barang yang ditawarkan atau *include fee*, dalam hal ini penitip tidak mengetahui secara jelas berapa upah jastipnya.<sup>7</sup>

Terjadinya perkembangan dunia usaha yang semakin pesat telah mendorong munculnya berbagai bentuk layanan yang inovatif, termasuk usaha jasa titip (jastip) yang kian populer di kalangan masyarakat. Jasa titip menjadi solusi bagi konsumen yang ingin memperoleh barang tertentu tanpa harus datang langsung ke lokasi penjualan.<sup>8</sup> Salah satu tempat yang sering menjadi tujuan jasa titip adalah Brand

---

<sup>6</sup> Ahmad Iqbal Fathoni, “Analisis Eksplorasi terhadap Pola Transaksi Ekonomi Syariah dalam Praktik Jasa Titip (Jastip) atau Personal Shopper”, *ILTIZAM: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Vol 1, No 2, (Januari 2024), 84.

<sup>7</sup> Aslikhatun Nisak & Suhadi, “Pelaksanaan Akad *Wakalah Bil Ujrah* Terhadap Bisnis Jasa Titip Online Di Instagram”, *JIMSYA: Jurnal Ilmu Syariah*, Vol 1, No 1, (Desember 2022), 87.

<sup>8</sup> Sherli Sadila & Siti Sundari, “Analisis Risiko Dan Peluang Bisnis Praktik Jasa Titip Online Di Media Sosial (Instagram) Dalam Perspektif Hukum Islam” *LA ZHULMA Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 5, No. 1, (September 2024) 284-285.



No Brand cabang Palopo, yang dikenal menyediakan berbagai produk fashion dengan harga terjangkau dan model kekinian.

Pada praktik jasa titip, konsumen memberikan amanah kepada penyedia jasa untuk membelikan barang tertentu, kemudian membayar harga barang ditambah sejumlah biaya jasa. Pola ini sejatinya sejalan dengan konsep akad *Wakalah Bil Ujrah* dalam fikih muamalah, yaitu perjanjian pelimpahan kuasa dari satu pihak kepada pihak lain untuk melakukan suatu transaksi dengan imbalan tertentu. Namun, pada praktiknya, masih sering ditemukan ketidaksesuaian dalam penetapan ujah (*fee*), ketidakjelasan akad, dan potensi gharar yang dapat menimbulkan ketidakadilan atau kerugian salah satu pihak.<sup>9</sup>

Namun demikian, inti masalah yang muncul dalam praktik jasa titip pada toko Brand No Brand Kota Palopo adalah adanya ketidaksesuaian antara praktik tersebut dengan prinsip-prinsip akad *wakalah bil ujrah*. Beberapa persoalan yang sering ditemukan mencakup ketidakjelasan akad antara pihak konsumen dan penyedia jasa, penetapan biaya ujah yang tidak transparan, serta adanya unsur gharar (ketidakpastian) yang berpotensi merugikan salah satu pihak.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana pola akad *Wakalah Bil Ujrah* diterapkan dalam mekanisme transaksi jasa titip di Bran No Brand cabang Palopo. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kesesuaian praktik di lapangan dengan prinsip-

---

<sup>9</sup> Rafi Akbar, "Hukum Jasa Titip (Jastip) Dalam Pandangan Fiqih: Halal Atau Tidak?" 14 Juni 2025, <https://www.kompasiana.com/rafiakbar1887/684cec83c925c4647f206da2/hukum-jasa-titip-jastip-dalam-pandangan-fiqih-halal-atau-tidak>. Diakses tanggal 25 Juni 2025.

prinsip syariah, serta menjadi bahan evaluasi dan edukasi bagi pelaku usaha agar jasa titip yang dijalankan lebih transparan, adil, dan sesuai dengan hukum Islam. Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap praktik bisnis jasa titip. Sehingga, disusunlah penelitian yang berjudul **“Analisis Pola Akad *Wakalah Bil Ujah* Terhadap Mekanisme Transaksi Pada Usaha Jasa Titip”** untuk menganalisis lebih jauh mengenai multi akad yang terjadi dalam transaksi bisnis jasa titip.

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan demikian konsep jasa titip, Peneliti ingin meneliti lebih lanjut penerapan akad *Wakalah Bil Ujah*, diantara beberapa rumusan masalah yang dijadikan fokus penelitian yaitu:

1. Bagaimana mekanisme transaksi dengan sistem jasa titip pada toko Brand No Brand cabang Palopo?
2. Bagaimana tinjauan yuridis pola akad *Wakalah Bil Ujah* terhadap mekanisme transaksi dengan sistem jasa titip pada toko Brand No Brand cabang Palopo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan yang dirumuskan diatas maka adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui mekanisme transaksi dengan sistem jasa titip pada toko Brand No Brand cabang Palopo?

2. Untuk mengetahui tinjauan yuridis pola akad *Wakalah Bil Ujrah* terhadap mekanisme transaksi dengan sistem jasa titip pada toko Brand No Brand cabang Palopo?

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, diharapkan dapat diambil manfaat dari penulisan penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan Pemikiran dan pengetahuan bagi akademisi dalam penanganan penggunaan akad dalam transaksi jual beli terkhusus dalam transaksi jasa titip.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi kaum milenial untuk memperhatikan dalam melakukan transaksi jual beli jasa titip dan menambah pengetahuan tentang penggunaan akad.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Sebelum melanjutkan penelitian lebih dalam, maka terlebih dahulu peneliti melakukan telaah pustaka dengan tujuan agar memperoleh informasi dan teori-teori yang relevan dengan pokok bahasan yang akan dituju. Penelitian terdahulu memiliki andil yang besar dalam penulisan skripsi ini. Selain sebagai bahan pertimbangan, penelitian terdahulu juga sebagai bahan perbandingan terhadap penulisan skripsi ini. Dengan melakukan pengkajian terhadap penelitian terdahulu, diharapkan dapat terlihat sejauh mana orisinalitas, pembaharuan dan perbedaan dengan penelitian yang hendak dilakukan.

Mengingat yang menjadi pembahasan dalam proposal skripsi ini adalah pola akad dalam jasa titip, maka peneliti akan melakukan telaah terhadap beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan judul skripsi ini, yakni mengkaji berbagai tulisan, penelitian, ataupun karya tulis ilmiah lainnya mengenai jasa titip baik dalam segi akad, hukum, dan legalitas lainnya berdasarkan pandangan Hukum Ekonomi Syariah. Berikut ini adalah tinjauan umum atas penelitian terdahulu:

1. Maisa Fadhliya (2021). Dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Keabsahan Praktik Jual Beli Dengan Sistem Jasa Titip Online di Media Sosial (Ditinjau Menurut Akad *Bay’ al-Fuduli*)”.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Maisa Fadhliya, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Keabsahan Praktik Jual Beli Dengan Sistem Jasa Titip Online di Media Sosial (Ditinjau Menurut Akad *Bay’ al-Fuduli*),” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021).

Skripsi tersebut meneliti dan membahas tentang praktik jual beli jasa titip online melalui media sosial jika ditinjau dari akad *bay' al-fuduli*. Dalam skripsi tersebut, dijelaskan bahwa *Al-fuduli* sendiri adalah orang yang melakukan sesuatu yang tidak bermanfaat baginya atau melakukan suatu pekerjaan yang bukan urusannya. Hal tersebut hampir sama dengan praktik jual beli secara jasa titip ini mengandung unsur ketidakjelasan dan unsur pengkhianatan, karena barang yang diperdagangkan bukanlah miliknya. Ini sama halnya dengan mereka menjual barang orang lain sedangkan mereka bukan penerima amanah tersebut.

Berdasarkan hasil penelitiannya, bahwa praktik jual beli *e-commerce* dengan sistem jasa titip dilakukan atas dasar kesepakatan antara konsumen dan pengusaha jasa titip. Pada praktiknya, pengusaha jasa titip menginformasikan tujuan wilayah bepergiannya dan produk-produk yang terdapat di sana melalui unggahan konten di media sosial. Tentunya dengan seizin pemilik produk terdahulu. Bagi para pemesan, diarahkan untuk mengisi format tertentu untuk menitip dengan sistem *pay first* (bayar dahulu) baru akan dibelanjakan.

Tinjauan *bay al-fudūlī* terhadap sistem jastip ini merupakan jual beli yang mendatangkan kemaslahatan bagi ketiga pihak yang terkait. Sehingga, sistem jasa titip bukanlah praktik menjual barang milik orang lain. Hal tersebut sudah cukup untuk menjadi dasar legalitas dan keabsahan transaksi jasa titip.

2. Della Rizki Amanda (2020). Dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Akad Jasa Titip Jual Beli Online Melalui Instagram (Studi Kasus Toko Online Joyfull di Purwokerto)”.<sup>11</sup>

Skripsi tersebut membahas dan meneliti praktik akad yang terjadi dalam jual beli online sistem jastip dalam *platform* instagram. Kemudian, dikaitkan dengan pandangan hukum islam yang ditinjau dari akad *bay' al-murabahah* terhadap praktik jasa titip. Selain itu, dalam skripsi ini juga menganalisis apakah terdapat aktivitas dalam jasa titip yang menyalahi hukum perspektif *fiqh* muamalah.

Skripsi tersebut menyimpulkan bahwa jual beli online sistem jasa titip yang dijalankan toko Joyfull di Purwokerto adalah menggunakan akad *bay' al-murabahah*. Alasannya adalah karena dalam praktiknya, Joyfull menyebutkan harga pokok produk dan *fee* secara transparan agar diketahui *customers* sejak awal mereka akan memulai transaksi. Jika dilihat berdasarkan konteks rukun jual beli dalam Islam, praktik jasa titip yang dijalankan toko tersebut secara garis besar sudah memenuhi rukun *murabahah* dan dapat digolongkan dalam akad *bay' al-murabahah* berdasarkan pesanan.

---

<sup>11</sup> Della Rizki Amanda, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Akad Jasa Titip Jual Beli Online Melalui Instagram (Studi Kasus Toko Online Joyfull di Purwokerto),” (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2020).

3. Afi Rizka Ulfana (2019). Dengan judul “Analisis Hukum Ekonomi Syari’ah Terhadap Praktik Layanan Jasa Titip Beli Online (Jastip) Di Instagram (Studi Kasus Akun Instagram @Jastipbybella)”.<sup>12</sup>

Skripsi tersebut memberikan hasil penelitian bahwa dalam akun tersebut, akad yang diterapkan adalah akad *wakalah bil ujah*. Dengan klasifikasi *customer* yang menitip bertindak sebagai pemberi kuasa (*muwakkil*), dan admin akun tersebut/penyedia layanan jasa titip bertindak sebagai penerima kuasa (*wakil*). Tentunya terdapat upah atau *fee* diantara keduanya.

Syarat dan rukun *wakalah bil ujah* telah terpenuhi secara keseluruhan pada akun jastip instagram @jastipbybella. Namun, dalam skripsi tersebut dijelaskan bahwa terdapat tindakan yang dilakukan pemilik akun instagram @jastipbybella yang melampaui ketentuan akad *wakalah bil ujah*. Dimana sebagai seorang yang mewakili tidak seharusnya menetapkan ketentuan harga produk secara pribadi. Namun pada pelaksanaannya, admin atau owner akun instagram @jastipbybella menetapkan secara pribadi harga produk yang ditawarkannya layaknya sebagai penjual pertama (bukan sebagai *wakil*). Hal tersebut menjadi penyebab *fasid* (tidak sah) nya sebuah akad sebab tidak sesuai dengan ketentuan aturan hukum Islam.

---

<sup>12</sup> Afi Rizka Ulfana, “Analisis Hukum Ekonomi Syari’ah Terhadap Praktik Layanan Jasa Titip Beli Online (Jastip) di Instagram (Studi Kasus Akun Instagram @Jastipbybella,” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019).

4. Zurifah Diana Sari (2018). Dengan Judul “Analisis Fiqih Muamalah Terhadap Praktik Jasa Titip Beli Online Dalam Akun Instagram @Storemurmursby”.<sup>13</sup>

Skripsi tersebut membahas dan meneliti praktik jual beli online sitem jastip ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Lebih fokus lagi, skripsi ini menganalisis tentang keberadaan *fee/ujrah* sebagai biaya jasa dalam jastip berdasarkan hukum Islam. Dalam penelitian skripsi tersebut, ditemukan hasil bahwa praktik sistem jasa titip dalam akun instagram @storemurmursby belum terlaksana dengan baik sesuai ketentuan hukum Islam. Ketentuan tersebut adalah terdapat suatu ketentuan dari akun tersebut yang keluar dari kesepakatan awal antara penyedia jasa dengan *customer*, yakni apabila barang titipan tidak tersedia di *outlet/marketplace* (stok habis/*sold out*), maka uang atas layanan yang ditawarkan tetap diambil sebagian sebagai biaya akomodasi atas usaha mencarikan barang titipan.

5. Junia Edrianto (2021). Dengan judul “Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Makanan Melalui Jasa Online Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek Cabang Padang Panjang”.<sup>14</sup>

Skripsi tersebut menitikberatkan penelitiannya kepada salah satu fitur layanan yang disediakan aplikasi *Go-Jek*, yakni *Go-Food*. Dalam skripsi tersebut dijelaskan bahwa terjadi akad berlapis dalam rangkaian transaksi *Go-*

---

<sup>13</sup> Zurifah Diana Sari, “Analisis Fiqih Muamalah Terhadap Praktik Jasa Titip Beli Online Dalam Akun Instagram @Storemurmursby,” (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).

<sup>14</sup> Junia Edrianto, “Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Makanan Melalui Jasa Online Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek Cabang Padang Panjang,” (Skripsi, IAIN Batusangkar, 2021).



*food*. Dimana jika diteliti berdasarkan perspektif Hukum Ekonomi Syariah, kemungkinan akad yang digunakan adalah rangkain dari akad *wakalah*, *qard*, dan *ujrah*.

Penelitian skripsi tersebut memberikan hasil bahwa akad yang terjadi adalah *wakalah* (dari sisi konsumen dengan *driver*) dan akad *ijarah*, *musyarakah*, dan akad jual beli biasa. Kemudian, transaksi pada fitur layanan *Go-food* dalam aplikasi *Go-Jek* sejauh ini adalah sah. Mengingat telah memenuhi rukun dan sesuai syaratnya, termasuk juga adanya unsur sukarela dari para pihak yang terkait saat transaksi berlangsung.

6. Aslikhatun Nisak (2022). Dengan judul “Pelaksanaan Akad Wakalah Bil Ujrah terhadap Bisnis Jasa Titip Online dalam Akun Instagram @barakallahstyle”.<sup>15</sup>

Skripsi tersebut membahas tentang bagaimana pelaksanaan akad wakalah bil ujrah terhadap bisnis jasa titip online dalam akun instagram @barakallahstyle, bagaimana sistem penetapan upah pada akad bisnis jasa titip online dalam akun instagram @barakallahstyle, dan bagaimana kendala yang dihadapi dan solusi pada pelaksanaan akad wakalah bil ujrah terhadap bisnis jasa titip online dalam akun instagram @barakallahstyle.

Hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa (1) Pelaksanaan akad wakalah bil ujrah terhadap bisnis jasa titip online dalam akun instagram @barakallahstyle terjadi ketika konsumen menitip belikan barang kepada

---

<sup>15</sup> Aslikhatun Nisak, “Pelaksanaan Akad Wakalah Bil Ujrah terhadap Bisnis Jasa Titip Online dalam Akun Instagram @barakallahstyle” (Skripsi, IAIN Kudus, 2022).

penyedia jasa titip dengan upah/fee atas jasanya. Hal ini diperbolehkan karena bentuk dari jual beli jasa serta rukun dan syarat wakalah bil ujah terpenuhi dengan baik. (2) Sistem penetapan upah yang digunakan sudah memenuhi sebagian besar unsur upah menurut Fatwa DSN-MUI No. 113/DSNMUI/IX/2017 kecuali pada kejelasan upah karena kuantitas dan/atau kualitas ujah harus jelas, baik berupa angka nominal, presentase tertentu, atau rumus yang disepakati dan diketahui oleh para pihak yang melakukan akad. Akun instagram @barakallahstyle menggabungkan harga pokok barang dengan upah/fee jasa titip menjadi satu kesatuan harga, sehingga menimbulkan unsur ketidakpastian terhadap harga pokok produk dan upah/fee yang diambil dari setiap barang. (3) Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan jasa titip online oleh pemilik akun instagram @barakallahstyle adalah: a) resiko tertipu, b) ketersediaan barang, c) harga barang, d) peraturan pemerintah, e) menghadapi ulah pembeli. Sedangkan solusi yang digunakan untuk mengatasi kendala-kendala yang terjadi, pemilik akun instagram @barakallahstyle akan mengomunikasikan kepada konsumen dan berdiskusi terkait solusi untuk menyelesaikan kendala tersebut.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Hukum Titipan dalam Islam**

#### **a. Definisi Titipan**

Dalam tradisi fiqh Islam, prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan prinsip *wadi'ah*. *Wadi'ah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan

kapan saja si penitip menghendaki.<sup>16</sup> Hukum menerima benda-benda titipan ada empat macam, yaitu sunnah, haram, wajib, dan makruh yang secara lengkap dijelaskan sebagai berikut:<sup>17</sup>

- 1) Sunnah, disunnahkan menerima titipan bagi orang yang percaya bagi dirinya bahwa dia sanggup menjaga benda-benda yang dititipkan kepadanya. *Wadi'ah* adalah salah satu bentuk tolong-menolong yang diperintahkan oleh Allah dalam Al-Qur'an, tolong-menolong secara umum hukumnya sunnah, hal ini dianggap sunnah menerima benda titipan ketika ada orang lain yang pantas pula untuk menerima titipan.
- 2) Wajib, diwajibkan menerima benda-benda titipan bagi seorang yang percaya bahwa dirinya sanggup menerima dan menjaga benda-benda tersebut.
- 3) Haram, apabila seseorang tidak kuasa dan tidak sanggup memelihara benda-benda titipan, bagi orang seperti ini diharamkan menerima benda-benda titipan sebab dengan menerima benda-benda titipan, berarti memberikan kesempatan (peluang) kepada kerusakan atau hilangnya benda-benda titipan sehingga akan menyulitkan pihak yang menitipkan.
- 4) Makruh, bagi orang yang percaya dirinya sendiri bahwa dia mampu menjaga benda-benda titipan, tetapi dia kurang yakin (ragu) pada kemampuannya, maka bagi orang seperti ini dimakruhkan menerima benda-benda titipan sebab dikhawatirkan dia akan berkhianat terhadap yang menitipkan dengan cara merusak benda-benda titipan atau menghilangkannya.

---

<sup>16</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, (Beirut: Darul Kitab al-Arabi, 1987), 3.

<sup>17</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2011), 183-184.

Akad dalam KBBI, memiliki arti janji, perjanjian, atau kontrak. Akad atau sebutan lainnya adalah kontrak memiliki beberapa makna : perjanjian, membuat/menangani perjanjian (dagang, pekerjaan, dan lain sebagainya). Misalnya, kontrak antara penulis dan penerbit”.<sup>18</sup> Akad berasal dari kata berbahasa Arab, yakni *al-‘aqdu* yang dalam bentuk jamaknya adalah *al-uqud* yang memiliki makna ikatan. Kata tersebut memiliki sinonim *Ja’ala ‘uqdatan*, yang berarti menjadikan ikatan. *Akkada*, yang artinya memperkuat dan *lazima* yang artinya menetapkan.

#### **b. Akad dalam Sistem Titipan**

Akad dapat ditinjau dari dua konteks definisi, yaitu definisi umum dan khusus. Dalam konteks definisi umum, para ulama fiqh mendefinisikan akad sebagai: “Segala sesuatu yang dikerjakan oleh seseorang atas dasar kehendaknya sendiri, seperti wakaf, pembebasan, talak dan sumpah, atau sesuatu yang pembentukannya membutuhkan kehendak dari dua orang, seperti jual beli, sewa, perwakilan dan gadai”. Sedangkan konteks definisi khusus, akad didefinisikan sebagai “Perikatan yang ditetapkan dengan *ijab qabul* berdasarkan hukum *syara’* yang berdampak pada objeknya dalam bentuk yang disyariatkan.”<sup>19</sup>

Perlu diketahui bahwa terdapat pembatasan pada penggunaan kalimat “dalam bentuk yang disyariatkan” adalah untuk memberikan batasan definisi akad dan mengeluarkannya dari keterikatan atau keikutsertaan sesuatu yang tidak sesuai

---

<sup>18</sup> Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)* (Malang: UIN-Maliki Malang Press, 2018), 21.

<sup>19</sup> Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)*, (Malang: UIN-Maliki Malang Press, 2018), 22.

syariat, seperti akad atau kesepakatan untuk membunuh, kesepakatan untuk praktik riba, kesepakatan melakukan penipuan, mencuri dan lain sebagainya. Kemudian, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) mendefinisikan akad sebagai suatu kesepakatan yang disetujui dalam sebuah perjanjian tertentu antara dua pihak atau lebih untuk saling melaksanakan/tidak melaksanakan perbuatan hukum tertentu.<sup>20</sup>

Mengenai rukun dan syarat akad, para ulama berbeda pendapat dalam menentukannya. Ulama Hanafiyah mengutarakan pendapat bahwa rukun dari akad itu hanya satu, yaitu *shighat al-'aqd (ijab dan qabul)*. Adapun subjek-subjek yang melakukan akad serta objek dalam akad merupakan syarat-syarat akad. Alasannya adaah karena Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa sesuatu yang disebut rukun itu adalah sesuatu yang sifatnya *esensial* yang ada dalam akad itu sendiri. Di sisi lain, *jumhur* ulama merumuskan rukun akad menjadi 3, yaitu:

1) *Aqid* (Subjek Akad)

*Aqid* adalah pihak-pihak yang setuju untuk melakukan transaksi, memiliki dan akan diberi hak. Contohnya adalah seperti dalam akad jual beli, maka mereka yang disebut *aqid* adalah penjual dan pembeli. Adapun syaratnya, para ulama *fiqh* sepakat memberikan kriteria yang harus terpenuhi atas *aqid* antara lain:<sup>21</sup>

- a) Syarat *ahliyah*, keduanya memiliki kemampuan dan kecakapan untuk melakukan transaksi (mencakup *baligh*, *mumayyiz*, berakal).
- b) Wilayah, bisa diartikan sebagai wewenang dan hak seseorang yang memperoleh legalitas secara syar'i untuk melaksanakan transaksi atas sesuatu

---

<sup>20</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), 71.

<sup>21</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012), 56.

objek tertentu. Maksudnya, orang tersebut benar-benar merupakan pemilik asli, wali atau wakil yang diberi kuasa untuk menjaditransaktor, dan siapapun yang mempunyai hak serta otoritas untuk melakukan transaksi atas objek tertentu.

2) *Ma'qud 'Alaih* (objek transaksi)

Adapun beberapa syarat yang harus dipenuhi atas *Ma'qud 'Alaih* adalah sebagai berikut:

- a) Ada pada saat akad atau kontrak sedang ditransaksikan.
- b) *Mal mutaqawwim* (harta yang mendapat legalitas *syara'* dan sah untuk ditransaksikan) serta *milku at-tamm* atau dimiliki secara penuh oleh pemiliknya.
- c) Dapat diserahkan pada saat akad berlangsung, atau dimungkinkan dikemudian hari (sesuai kesepakatan).
- d) Jelas segala sesuatunya.
- e) Suci dan bukan merupakan barang najis

3) *Shighat*

*Ijab qabul* menjadi ungkapan yang menunjukkan kerelaan, saling setuju dan bersepakat antara *aqid* untuk melakukan kontrak atau akad. Dengan demikian, terjadi pemindahan hak antara kedua pihak tersebut. *Jumhur* ulama *fiqh* menyebutkan bahwa terdapat beberapa cara yang dapat ditempuh untuk mengadakan akad, yaitu:<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat*, (Yogyakarta: UII Pres, 1982), 65.

- a) Lafadz atau ucapan.
- b) Dengan isyarat (terbatas bagi seseorang yang tunawicara).
- c) Dengan tulisan, apabila para aqid sama-sama tidak bisa berbicara.
- d) Dengan syarat keduanya harus berada dalam satu mejelis atau sama-sama tidak hadir, tulisan dibuat jelas (bentuknya setelah dituliskan) dan formal (menurut kebiasaan masyarakat dengan menyebutkan orang yang diutus dan tandatangan orang yang mengutus).

Para ulama *fiqh* berpendapat bahwa tiap-tiap bentuk akad selalu memiliki tujuan dan pasti akan menimbulkan akibat hukum. Tujuan akad haruslah jelas dan dibenarkan/diperbolehkan *syara'* agar memiliki keabsahan hukum. Tujuan akad akan berkaitan erat dengan macam-macam transaksi yang dilakukan. Seperti contohnya dalam akad jual beli, tujuan dan akibat hukumnya adalah berpindahnya hak kepemilikan dari penjual kepada pembeli disertai alat tukar. Sedangkan beberapa prinsip akad dalam Islam antara lain adalah:

- 1) Prinsip kebebasan berkontrak.
- 2) Prinsip perjanjian itu mengikat.
- 3) Prinsip kesepakatan bersama.
- 4) Prinsip ibadah.
- 5) Prinsip keadilan dan keseimbangan prestasi.
- 6) Prinsip kejujuran (*amanah*).

## **2. Konsep Wakalah Bil Ujrah dalam Transaksi Kontemporer**

Konsep *wakalah bil ujrah* dalam transaksi kontemporer adalah akad perwakilan di mana seseorang (*muwakkil*) memberikan kuasa kepada pihak lain

(*wakil*) untuk melakukan suatu pekerjaan atau tindakan tertentu, dengan imbalan berupa *ujrah* (*fee*) atas jasa yang diberikan. Landasan teori akad *wakalah bil ujrah* bersumber pada prinsip syariah yang membolehkan perwakilan dalam transaksi, serta adanya imbalan atas jasa yang diberikan. Dalam praktik keuangan dan bisnis kontemporer, *wakalah bil ujrah* digunakan dalam berbagai bentuk, seperti:<sup>23</sup>

- a) Jasa pengiriman dan pembelian
- b) Layanan asuransi syariah (*takaful*)
- c) Manajemen investasi syariah
- d) Layanan pembiayaan syariah (seperti *murabahah* dengan *wakalah*)

### **3. Jual Beli *Online***

Jual beli *online* adalah transaksi jual beli barang atau jasa yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya internet. Dalam transaksi ini, penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara fisik, mereka berinteraksi melalui platform digital seperti situs web, aplikasi, atau media sosial. Transaksi ini sering disebut juga dengan istilah e-commerce (perdagangan elektronik).<sup>24</sup>

#### **a. Dasar Hukum Jual Beli Online di Indonesia**

Di Indonesia, transaksi jual beli *online* diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pasal 1 angka 2 UU ITE mendefinisikan transaksi elektronik sebagai perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. UU ITE ini mengatur mengenai hubungan *e-commerce*

---

<sup>23</sup> Karim & Adiwarman, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), 228.

<sup>24</sup> Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 20.



dengan pelaku usaha, konsumen, dan pemerintah.<sup>25</sup>

Selain itu, dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), khususnya Pasal 1457, jual beli didefinisikan sebagai suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak lain untuk membayar harga yang dijanjikan. Dengan demikian, meskipun dilakukan secara online, transaksi jual beli tetap harus memenuhi syarat dan rukun jual beli yang sah menurut hukum.<sup>26</sup>

#### **4. Jual Beli Dalam Islam**

Secara sederhana, jual beli berarti tukar-menukar sesuatu dengan alat tukar yang sah. Dalam Islam, jual beli menjadi aktivitas pertukaran barang dengan ketentuan sesuai *syara'* dan mendapat legalisasi halal oleh al-Qur'an. Dalam kitab *Kifayatul Ahyar* disebutkan bahwa definisi Jual beli berarti memberikan sesuatu sebab terdapat imbalan tertentu (alat tukar).<sup>27</sup> Rasulullah SAW pun telah menyebutkan bahwa jual beli menjadi salah satu usaha yang baik dan halal karena sesuai dengan prinsip dan syariat Islam.

Maka, dapat dipahami bahwa pada intinya, jual beli merupakan suatu kesepakatan atau perjanjian tukar menukar suatu objek tertentu yang bernilai dan dilakukan atas dasar suka sama suka atau sukarela antar berbagai pihak yang terkait. Tentunya kegiatan tersebut sesuai aturan, dibenarkan, dan disahkan secara *syara'*. Sebagai salah satu sarana yang baik untuk saling membantu dan

---

<sup>25</sup> Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

<sup>26</sup> Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Pasal 1457.

<sup>27</sup> Moh Rifa'i, *Terjemah Khulasah Kifayatu Al-Ahyar*, (Semarang: CV. Toha Putra), 183.

menguntungkan antara sesama insan, jual beli tentu memiliki dasar yang jelas dan kuat dalam Al-Qur'an maupun hadist. Hukum jual beli ialah halal atau boleh. Hal tersebut dibuktikan dalam ayat Al-Qur'an yang membahas tentang jual beli pada QS Al-Baqarah/2 : 282 berikut ini:

وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفْعَلُوا فَإِنَّهُ

فُسُوقٌ بِكُمْ وَانْفُوا ۚ وَلْيَعْلَمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٨٢﴾

*wa asy-hidû idzâ tabâya'tum wa lâ yudlârra kâtibuw wa lâ syahîd, wa in taf'alû fa innahû fusûqum bikum, wattaqullâh, wa yu'allimukumullâh, wallâhu bikulli syai'in 'alîm*

Terjemahannya: “Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”<sup>28</sup>

Seperti akad-akad lainnya, jual beli juga memiliki rukun dan syarat dalam pelaksanaannya. Berdasarkan pendapat Ulama yang terdapat dalam buku karya Abdul Rahman Ghazali, rukun jual beli terdiri dari *ijab* dan *qabul*. Sedangkan menurut pendapat jamhur ulama, rukun jual beli harus mencakup empat hal, antara lain.<sup>29</sup>

- 1) *Aqidain* (penjual dan pembeli atau pihak-pihak yang terkait).
- 2) Objek/ ada barang yang dibeli.
- 3) *Sighat* (*lafadz ijab* dan *qabul*).
- 4) Ada nilai dan alat tukar pengganti barang atau harga.

<sup>28</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), 47

<sup>29</sup> Abdurahman, dkk, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), 70.

Adapun syarat jual beli sebagaimana yang telah disepakati jumhur ulama adalah sebagai berikut:

- 1) Syarat orang yang sedang berakad adalah harus berakal dan *mumayyiz*.
- 2) Syarat mengenai *ijab* dan *qabul*, seluruh ulama menyepakati bahwa unsur utama dalam jual beli yakni unsur kerelaan antar para pihak dan dilaksanakan dalam satu majelis.
- 3) Syarat objek yang diperjual belikan (*ma'qud alaih*), antara lain adalah bahwa objek tersebut harus disanggupi pengadaannya, barang tersebut berfungsi/bermanfaat.
- 4) Syarat nilai tukar (harga barang), sesuai kebiasaan dan yang sudah disepakati, alat tukar yang sah adalah uang. Sedangkan syarat-syarat harga adalah jelas jumlahnya, dan bisa diserahkan-terimakan. Namun, bila alat tukar yang digunakan adalah barang (barter), maka barang tersebut haruslah barang yang halal dan suci.

## 5. *Wakālah Bil Ujah*

### a. Definisi *Wakālah Bil Ujah*

*Wakālah* atau *wakilah* secara bahasa artinya perlindungan (*Al-Hafidz*), pencukupan (*Al-Kifayah*), tanggungan (*Ad-Dhamman*), atau pendelegasian (*At-tafwidh*), yang diartikan juga dengan memberikan kuasa atau mewakilkan.<sup>30</sup> Dalam Fatwa DSN-MUI menyatakan akad *wakālah* adalah akad pemberian kuasa dari *muwakkil* (الموكل) kepada *wakil* (الوكيل) untuk melakukan perbuatan hukum tertentu.

---

<sup>30</sup> Chindy Fransiska, & dkk. "Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Fee dalam Praktik Jasa Titip Barang Online (Studi Kasus Pada Princessist Online Shop)", *Jurnal Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah*, (2019), 111.

Sedangkan *wakālah bil ujrah* adalah pemberian kuasa atau akad *wakālah* dengan imbalan pemberian *ujrah* (fee).<sup>31</sup> *Wakālah bil ujrah* adalah akad perwakilan dalam hukum Islam di mana seorang pemberi kuasa (*muwakkil*) memberikan mandat kepada pihak lain (*wakil*) untuk melaksanakan suatu tugas tertentu dengan imbalan atau *fee* (*ujrah*) yang telah disepakati sebelumnya. Akad ini menggabungkan unsur *wakālah* (perwakilan) dengan *ujrah* (imbalan), sehingga *wakil* berhak menerima upah atas pekerjaan yang dilaksanakan atas nama pemberi kuasa. Hal ini tercantum dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang mencakup prinsip-prinsip syariah dalam transaksi keuangan, termasuk akad *Wakalah bil Ujrah*.<sup>32</sup>

#### b. Dasar Hukum *Wakālah Bil Ujrah*

*Wakalah bil Ujrah* adalah akad pemberian kuasa dari satu pihak kepada pihak lain dengan imbalan (*ujrah*). Dalam jasa titip, penggunaan akad ini dibenarkan selama memenuhi unsur syariah. Adapun dasar hukum yang membolehkan akad *wakālah bil ujrah* terdapat dalam Al-Qur'an, Ijma', dan kaidah fikih, antara lain:

##### 1) Al-Qur'an

Sebagaimana firman Allah SWT. dalam QS. Al-Nisa'/4 : 58 adalah sebagai berikut:<sup>33</sup>

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥﴾

<sup>31</sup> Fatwa DSN MUI No. 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Wakālah Bil Ujrah*.

<sup>32</sup> Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, (Malang: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 230.

<sup>33</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, 87.

Terjemahannya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat." (QS. Al-Nisa [4]: 58).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa tidak semua orang mempunyai kemampuan dan kesempatan dalam menyelesaikan segala urusannya sendiri. Pada suatu kesempatan seseorang pasti membutuhkan pendelegasian kepada orang lain untuk mewakili dirinya membantu melaksanakan suatu pekerjaannya.

## 2) *Ijma'*

Para ulama bersepakat atas dibolehkannya *wakālah bil ujah* karena menurut para ulama akad *wakālah bil ujah* adalah termasuk jenis *ta'awun* atau tolong menolong atas dasar kebijakan dan takwa, *wakālah bil ujah* akan menjadi haram apabila dalam hal mewakilkan cenderung ke dalam hal yang diharamkan oleh Allah SWT.<sup>34</sup>

## 3) Kaidah Fikih

Dalam buku Kaidah Fikih Muamalah karya Enang Hidayat sebagaimana dijelaskan bahwa akad *wakālah bil ujah* dalam perwakilan diperbolehkan dengan ada atau tanpa adanya upah. Kaidah tersebut berkaitan dengan *wakālah bil ujah* yang di dalamnya terdapat perjanjian atau persyaratan adanya upah yang disepakati oleh kedua belah pihak.<sup>35</sup>

### c. Rukun dan Syarat *Wakālah Bil Ujah*

Terdapat dalam Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia

---

<sup>34</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press 2001), 122.

<sup>35</sup> Enang Hidayat, *Kaidah Fikih Muamalah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 193.

No:113/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad *wakālah bil ujah* yang harus memenuhi beberapa rukun dan syarat diantaranya sebagai berikut:<sup>36</sup>

a. *Al-Aqidain* (Subjek Perikatan)

*Al-Aqidain* adalah para pihak yang berakad. Dalam akad *wakālah bil ujah* pihak yang melakukan akad yaitu *muwakkil* dan *wakil*. *Muwakkil* adalah pihak yang memberikan kuasa, sedangkan *wakil* yaitu pihak yang menerima kuasa. Syarat *wakil* dan *muwakkil* boleh berupa orang atau semisal dengan orang, seperti badan hukum ataupun tidak berbadan hukum, kedua pihak wajib cakap hukum yang sesuai dengan syariah dan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. *Muwakkil* wajib mampu membayar *ujrah* dan memiliki kewenangan memberikan kuasa kepada pihak lain. *Wakil* wajib mampu melaksanakan tugas kuasa yang dikuasakan kepadanya. Adapun ketentuan *wakil* harus transparan mengenai harga, termasuk biaya transportasi dan biaya lainnya jika dibutuhkan.

b. *Mahallul 'Aqd* (Objek Perikatan)

*Mahallul 'Aqd* yaitu objek akad yang dikenakan akibat hukum yang ditimbulkan. Objek *wakālah bil ujah* hanya boleh dilakukan pada hal hal yang boleh diwakalahkan, baik berupa perbuatan atau pekerjaan tertentu diketahui oleh *wakil* dan *muwakkil* dengan jelas, serta harus dilakukan oleh pihak *wakil*. Akad *wakālah bil ujah* dapat dibatasi jangka waktunya. *Wakil* boleh mewakilkan kembali kepada pihak lain atas suatu kuasa yang diterimanya dengan syarat dapat izin dari *muwakkil*, *wakil* juga tidak wajib menanggung resiko atas kerugian

---

<sup>36</sup> Fatwa DSN MUI No. 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Wakālah Bil Ujah.

disebabkan perbuatan yang dilakukannya, kecuali karena *al-ta'addi*, *al-taqshir*, atau *mukhalafat al syurth*.

c. *Ijab qabul (Sighat al-Aqd)*

Akad *wakālah bil ujrah* harus dinyatakan dengan jelas dan tegas di mengerti kedua pihak yang berakad, baik secara tertulis, lisan, isyarat, dan perbuatan tindakan, juga dapat dilakukan dengan berbasis teknologi internet sesuai pedoman syariah dan berdasarkan peraturan perundang undangan yang berlaku.

d. *Ujrah*

*Ujrah* dapat berupa uang atau barang yang bisa digunakan oleh pihak *wakil* dari nilai manfaat barang tersebut. *Ujrah* yang diberikan harus jelas dari segi kualitas dan kuantitasnya baik angka dan nominalnya dapat diketahui oleh kedua belah pihak agar tidak ada salah satu pihak yang dapat dirugikan ketika melakukan akad. *Ujrah* boleh dibayar secara tunai atau bertahap sesuai dengan kesepakatan, syariah dan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### **4. Jasa Titip**

##### **a. Definisi Jasa Titip**

Jasa titip adalah layanan yang ditawarkan oleh seseorang atau kelompok untuk membelikan dan/atau mengantarkan barang dari suatu tempat kepada konsumen yang tidak dapat membelinya secara langsung. Layanan ini biasanya muncul dalam konteks perjalanan ke luar kota atau luar negeri, di mana penyedia jasa akan membelikan barang sesuai permintaan dan menerima imbalan berupa biaya jasa dari konsumen. Model bisnis ini tumbuh seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan barang-barang yang sulit diakses oleh sebagian konsumen, serta

kemudahan komunikasi melalui media sosial yang memungkinkan promosi dan transaksi secara langsung antara penyedia jasa dan pembeli.<sup>37</sup>

Jasa titip merupakan kegiatan usaha jenis baru yang menawarkan jasa kepada orang yang membutuhkan atau ingin membeli sesuatu tetapi tidak dapat pergi ke tempat yang diinginkan untuk membeli sendiri karena terdapat berbagai alasan. Jasa titip pada prinsipnya memiliki kesamaan dengan praktik jual beli pada umumnya dilihat dari subjeknya, hanya saja berbeda pada media yang digunakan, yaitu internet. Sehingga bisnis jasa titip yang menggunakan internet disebut jasa titip *online*.<sup>38</sup>

Jastip yang merupakan singkatan dari “jasa titip” saat ini, cara kerja jasa titip yaitu penyedia layanan jasa titip memposting suatu barang dengan deskripsi produk yang memuat informasi foto produk dan harga barang. Contohnya seperti tas, makeup, baju, dan lain sebagainya. Sehingga jasa titip online itu objeknya berupa barang-barang dengan brand tertentu untuk dititip dan dibeli oleh pihak penjual dengan adanya ketentuan setiap barang yang dititip dikenakan biaya/upah atas jasa tersebut. Untuk proses pembayarannya tergantung dengan kebijakan pihak jasa titip tersebut.<sup>39</sup> Adapun peran dari pelaku usaha jasa titip online dalam kegiatan usahanya adalah membelanjakan produk yang diinginkan oleh konsumen atau penitip produk. Untuk saat ini media yang digunakan untuk penyedia layanan jasa

---

<sup>37</sup> Sri Rahayu, *Manajemen Usaha Jasa Titip: Strategi Bisnis di Era Digital*, (Bandung: Alfabeta, 2020), 15.

<sup>38</sup> Muhamad Rifa'i, Wisari Yati, Riski Aprilia Dwi Susanti. "Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online." *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, Vol 8, No.1 (2020), 61-72.

<sup>39</sup> Try Krisna Monarchi, “Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip (Jastip) Melalui Media Online”, *JOM Fakultas Hukum*, Volume VII, Nomor 2, (Juli-Desember 2020), 9.



titip dan konsumen lewat sosial media, seperti *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp*, atau media komunikasi lainnya.

Sistem jasa titip ini sebenarnya sudah ada sejak lama. Namun pada awal kemunculannya, jastip lebih dikenal dengan istilah “ongkos jalan”. Pada awal kemunculannya, bisnis jasa titip ini bermula ketika pengusaha jastip yang melakukan perjalanan ke luar negeri memiliki tugas untuk membelikan barang titipan pembeli di luar negeri.<sup>40</sup> Artinya, jasa titip ini adalah kegiatan dimana seseorang membelikan barang pesanan/barang titipan *customers* yang tidak ada di wilayah *customers* berasal. Dalam jasa titip, kebanyakan produk-produk yang diperjualbelikan merupakan produk dari *brand-brand* yang terkenal yang *marketplaceny* tidak terdapat diseluruh kota di Indonesia.

#### **b. Mekanisme Sistem Jasa Titip**

Jasa titip atau jastip merupakan bentuk layanan di mana seseorang (penyedia jasa) menerima titipan amanah dari konsumen untuk membeli barang tertentu di tempat atau lokasi yang tidak bisa dijangkau langsung oleh konsumen. Praktik ini dalam fikih muamalah masuk dalam kategori akad *wakalah bil ujah*, yaitu pelimpahan kuasa yang disertai dengan imbalan (*fee* atau upah). Adapun mekanisme sistem jasa titip secara garis besar terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:<sup>41</sup>

##### **1) Permintaan dan Pelimpahan Amanah**

Konsumen menyampaikan permintaan kepada penyedia jasa untuk membeli

---

<sup>40</sup> Stefani Gabriela Listijo, “Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Barang Jasa Titip Dari LuarNegeri”, *Jurnal Jurist-Diction* Vol. 3 No. 5 (2020).

<sup>41</sup> Zainuddin Ali, *Fikih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2020), 87–89.

barang tertentu dengan spesifikasi yang diinginkan. Ini merupakan bentuk pelimpahan kuasa dari *muwakkil* (pemberi amanah) kepada *wakil* (penyedia jasa).

2) Penetapan Biaya Jasa dan Estimasi Harga

Penyedia jasa menetapkan *ujrah* (biaya jasa) yang akan dibebankan kepada konsumen. Ujrah ini bisa dalam bentuk nominal tetap atau persentase dari harga barang.

3) Pembayaran Uang Muka atau *Full Payment*

Konsumen memberikan uang muka (DP) atau pembayaran penuh sebagai dasar pelaksanaan akad.

4) Pembelian Barang oleh Penyedia Jasa

Setelah dana diterima, penyedia jasa membeli barang sesuai permintaan dan memberikan bukti transaksi.

5) Pengiriman atau Penyerahan Barang

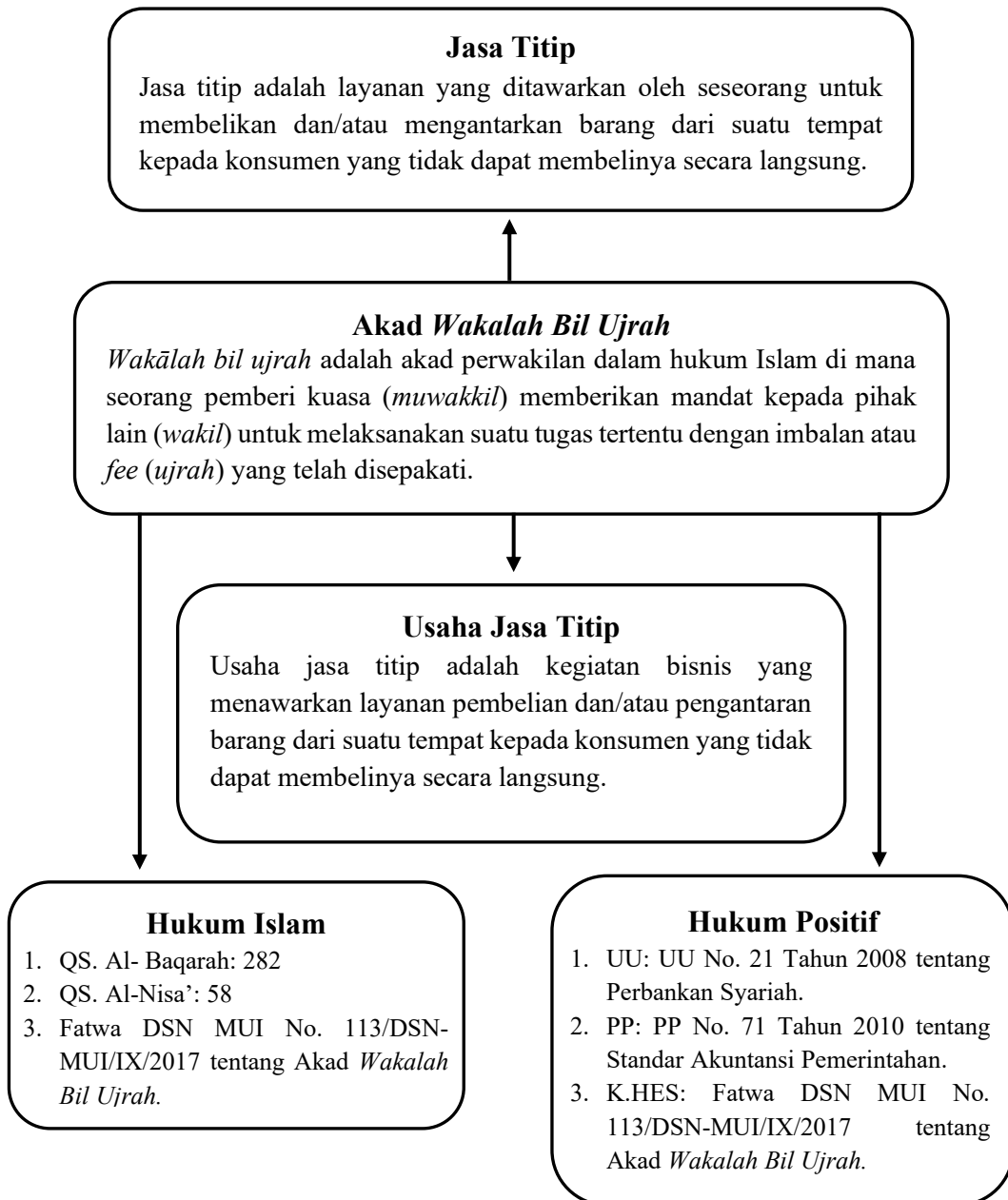
Setelah proses pembelian selesai dan biaya dilunasi, barang dikirimkan atau diserahkan langsung kepada konsumen.

Semua tahapan di atas menjadi sah selama memenuhi unsur kejelasan akad, kejelasan imbalan, serta tanpa mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian) yang dilarang dalam syariat.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah sebuah konseptual tentang suatu teori yang berhubungan diantara berbagai faktor yang telah diidentifikasi terhadap masalah

penelitian. Dalam kerangka pikir, peneliti harus menguraikan konsep penelitiannya secara lebih terperinci seperti terlihat pada konsep di bawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

### **BAB III**

## **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena untuk memahami dan mendalami bagaimana akad *Wakalah bil Ujrah* diterapkan dalam praktik jasa titip, serta jenis penelitian ini yaitu studi kasus karena fokus pada satu toko yakni Brand no Brand cabang Palopo. Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang menggambarkan karakteristik populasi atau fenomena secara deskriptif yang merupakan metode penelitian yang pengamatannya fokus secara mendalam untuk mendapatkan hasil secara maksimal. Hasil data yang diperoleh dihasilkan dari wawancara dengan observasi pada responden yang dibutuhkan untuk keperluan penelitian serta dijadikan bahan untuk digunakan oleh peneliti terhadap penelitiannya.<sup>42</sup> Definisi dari penelitian adalah suatu sarana yang dapat dipergunakan oleh manusia untuk memperkuat, membina dan juga mengembangkan ilmu pengetahuannya yang tersusun secara sistematis.<sup>43</sup>

#### **B. Lokasi Penelitian**

Adapun yang menjadi lokasi dalam penelitian ini yaitu toko Brand No Brand cabang Palopo yang beralamat di Jalan Andi Kambo No 19, Surutanga, Kec. Wara Timur, Kota Palopo, Sulawesi Selatan.

---

<sup>42</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 2.

<sup>43</sup> Ahmad, Muhammad Fachrurrazy, Sawitri Yuli Hartati, Mia Amalia, Engrina Fauzi, Selamat Lumban Gaol, Dirah Nurmila Siliwadi & Takdir, *Buku Ajar Metode Penelitian & Penulisan Hukum*, (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), 3.

### C. Sumber Informan Penelitian

Informan penelitian adalah seseorang yang memberikan informasi, pandangan, atau data yang dibutuhkan peneliti dalam proses pengumpulan data, terutama dalam penelitian kualitatif. Informan biasanya dipilih karena dianggap mengetahui atau mengalami langsung fenomena yang sedang diteliti. Informan juga berfungsi sebagai umpan balik terhadap data penelitian.<sup>44</sup> Subjek penelitian disebut juga dengan istilah informan, yaitu orang yang memberikan informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Adapun subjek utama (*key informan*) dalam penelitian ini adalah *manager*, karena *manager* dari Brand No Brand cabang Palopo merupakan pengelola dari toko ini. Didukung dengan beberapa informan lain seperti konsumen dari Brand No Brand cabang Palopo. Berikut ini merupakan beberapa informan yang dipilih peneliti karena sesuai dengan karakteristik dari penelitian ini:

| No | Nama         | Keterangan         |
|----|--------------|--------------------|
| 1. | Neni Puspita | Manager BNB Palopo |
| 2. | Husna        | <i>Customer</i>    |
| 3. | Intan        | <i>Customer</i>    |
| 4. | Widya        | <i>Customer</i>    |

Tabel 3.1 Daftar Informan Penelitian

### D. Daftar Istilah

Guna memperoleh gambaran yang jelas, tidak ambigu, dan tidak multitafsir, serta untuk menghindari kekeliruan dalam memahami arti yang dimaksud, maka

---

<sup>44</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 132.

penulis akan menjelaskan istilah-istilah tersebut. Dengan demikian, peneliti terlebih dahulu memberikan arti dari setiap kata dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pola akad dalam KBBI yaitu makna dari kata akad adalah janji, perjanjian, dan kontrak.<sup>45</sup> Secara Bahasa, akad berasal dari kalimat dalam bahasa Arab yaitu *al-‘aqd*, yang memiliki banyak definisi seperti mengikat, menghimpun, menyepakati, menguatkan dan mengumpulkan di antara dua sesuatu.<sup>46</sup> Sedangkan pola adalah suatu sistem atau cara kerja atau suatu model yang memiliki keteraturan. Jadi, pola akad adalah suatu model akad kompleks yang di dalamnya berisi lebih dari satu akad yang saling berkaitan.<sup>47</sup>
2. *Wakālah bil ujrah* adalah akad perwakilan dalam hukum Islam di mana seorang pemberi kuasa (*muwakkil*) memberikan mandat kepada pihak lain (*wakil*) untuk melaksanakan suatu tugas tertentu dengan imbalan atau *fee* (*ujrah*) yang telah disepakati sebelumnya. Akad ini menggabungkan unsur *wakālah* (perwakilan) dengan *ujrah* (imbalan), sehingga *wakil* berhak menerima upah atas pekerjaan yang dilaksanakan atas nama pemberi kuasa.<sup>48</sup>
3. Jasa titip adalah kegiatan bisnis dimana *customers* meniti barang yang ada di pasaran kepada pengusaha jasa titip. Selanjutnya, pengusaha jasa titip akan membelikan pesanan barang tersebut ke *marketplace/outlet brand* yang

---

<sup>45</sup> Akad (Def), dalam KBBI Online, *Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI*, diakses pada 18 Oktober 2024, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/akad>.

<sup>46</sup> Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), 53.

<sup>47</sup> Pola (Def), dalam KBBI Online, *Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI*, diakses pada 18 Oktober 2024, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pola>.

<sup>48</sup> Imam Mustofa, *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*, (Malang: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 230.

menyediakan barang sesuai pesanan. Tugas utama dalam sistem jasa titip ini adalah sebagai pembelanja bagi para penitip atau *customer*. Cara kerja bisnis ini adalah dengan memotret produk-produk yang terdapat dalam outlet pada pusat perbelanjaan, lalu diunggah pada media sosial.

#### **E. Sumber dan Bahan Data**

Sumber data adalah suatu objek yang mengetahui dari mana data yang diperoleh. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif artinya data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam angka. Data kualitatif ini diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya observasi, analisis dokumen, serta wawancara. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

##### **1. Bahan Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan dengan penelitian. Data primer digunakan karena memberikan informasi yang aktual, relevan, dan sesuai langsung dengan tujuan penelitian. Adapun pengumpulan datanya melalui wawancara langsung dengan informan.

##### **2. Bahan Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak tertentu yang sangat mendukung penelitian, baik itu dari buku, jurnal, koran, dokumen dan lain lain. Data sekunder digunakan karena memberikan landasan teoritis, informasi pendukung, dan pembandingan terhadap data primer. Peneliti dapat mengakses data sekunder melalui buku-buku atau jurnal ilmiah yang membahas mengenai akad

*Wakalah bil Ujrah.*

## **F. Teknik pengumpulan data**

Dalam melakukan pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa teknik yang bisa dipergunakan dalam penelitian untuk memperoleh data atau informasi, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

### **1. Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan supaya lebih mudah dimaknai diperlakukan penggambaran penelitian dengan cara melakukan pengambilan foto, video ataupun rekaman. Penggambaran tersebut dilakukan terhadap objek yang berupa peristiwa interaksi sosial, aktivitas sosial, dan sebagainya.<sup>49</sup> Dokumentasi digunakan karena dapat membantu memvisualisasikan data dan memperkuat temuan penelitian, khususnya dalam menggambarkan peristiwa, interaksi sosial, atau aktivitas tertentu secara nyata. Peneliti melakukan pengambilan gambar, mencatat hasil wawancara dan juga merekam hasil wawancara tersebut lalu digunakan sebagai bukti pendukung dan bahan analisis.

### **2. Wawancara**

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi antara peneliti dan responden dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan dan mendalam tentang topik penelitian.<sup>50</sup> Wawancara digunakan karena dapat memungkinkan peneliti untuk menggali data secara lebih rinci, kontekstual,

---

<sup>49</sup> Muhammad Rizal Pahleviannur, dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukoharjo: Pradina pustaka, (2022), 34.

<sup>50</sup> Yasri Rifa'I, "Analisis Metodologi Penelitian Kulitatif dalam Pengumpulan Data di Penelitian Ilmiah pada Penyusunan Mini Riset" Vol 1, No 1, (Juli 2023), 31.



dan personal, yang tidak bisa didapatkan hanya melalui observasi atau dokumentasi. Dengan cara menyusun pertanyaan berdasarkan fokus penelitian, lalu melakukan percakapan dengan informan baik secara langsung maupun tidak langsung (tatap muka atau daring), dan mencatat serta merekam hasilnya untuk dianalisis lebih lanjut.

#### **G. Pemeriksaan Keabsahan Data**

Pemeriksaan keabsahan data yang penulis gunakan adalah teknik triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data tersebut. Di dalam penelitian ini menggunakan uji keabsahan data triangulasi sumber. Teknik triangulasi digunakan karena triangulasi penting untuk meningkatkan kepercayaan dan akurasi terhadap data yang telah dikumpulkan, sehingga hasil penelitian menjadi lebih objektif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai informan atau narasumber untuk melihat konsistensi dan memperdalam pemahaman terhadap objek yang diteliti.

Triangulasi sumber berarti menguji data dari berbagai sumber informan yang akan diambil datanya. Triangulasi sumber dapat mempertajam data jika dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari selama penelitian melalui berbagai sumber atau informan. Pihak yang akan menjadi narasumber pada penelitian ini yaitu *Manager* dan *Customer* terkait Analisis Pola Akad *Wakalah Bil Ujrah* Terhadap Mekanisme Transaksi Pada Usaha Jasa Titip pada toko Brand No Brand cabang Palopo.

## H. Teknik Analisis data

Analisis data dalam penelitian ini merupakan proses pencarian dan mengelolah secara sistematis data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data seperti wawancara, ataupun dokumentasi sehingga dari hal tersebut dapat di tarik Kesimpulan dan dapat menghasilkan laporan temuan penelitian. Aktivitas dalam analisis data dapat meliputi reduksi data, penyajian data, serta menarik kesimpulan. Yang mana analisis data ini dilakukan secara sistematis dan dijabarkan lalu menarik kesimpulan sehingga dapat diceritakan kepada orang lain. Hal ini dilakukan karena analisis data bertujuan untuk memaknai data mentah menjadi informasi yang bernilai, menemukan pola atau hubungan antar data, serta menyusun kesimpulan yang mendukung jawaban atas rumusan masalah penelitian. Berikut ini analisis data kualitatif interaktif model Milles dan Huberman yang dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu:<sup>51</sup>

### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Teknik ini dilakukan dengan cara memperoleh data dari lapangan kemudian dilakukan reduksi data yang berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, fokus pada hal-hal penting, dan data yang tidak diperlukan dikesampingkan.

### 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah direduksi, data akan disajikan dalam bentuk deskripsi data dalam bentuk uraian kalimat yang logis agar data memiliki visibilitas yang lebih jelas sehingga dapat mudah untuk dipahami.

---

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 59.

### 3. Menarik Kesimpulan (*Verification*)

Kesimpulan awal dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila ditemukan data yang valid dan konsisten, dan akan dijadikan kesimpulan yang kredibel.

## **BAB VI**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Profil Brand No Brand Palopo**

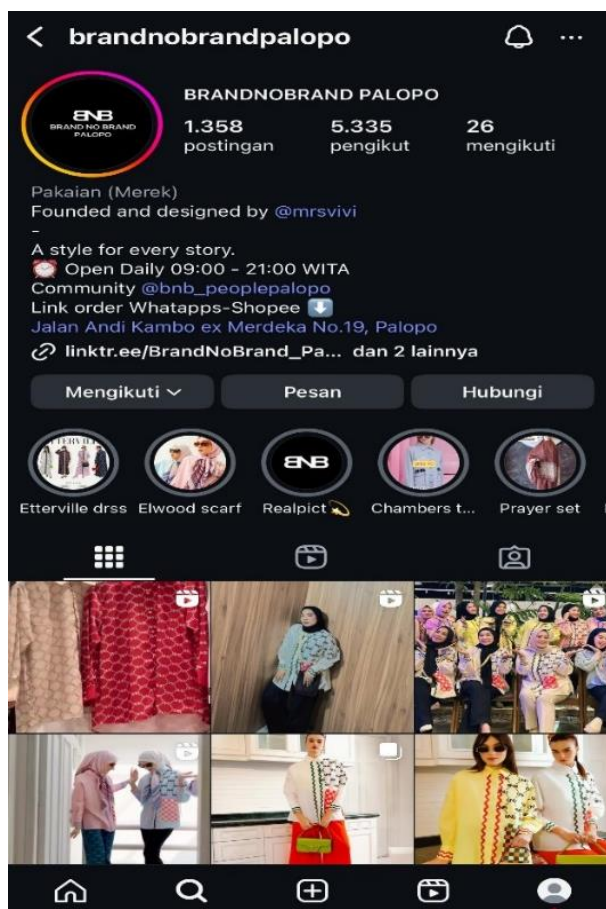
Dalam karya ilmiah ini penulis meneliti salah satu brand lokal terkenal yang bernama Brand No Brand. Penulis meneliti salah satu cabang dari brand ini yaitu Brand No Brand Palopo yang berlokasi di Kota Palopo. Brand No Brand Palopo adalah cabang resmi dari Brand No Brand yang dikenal dengan koleksi fashion muslimah modern, minimalis, dan elegan. Adapun beberapa koleksi unggulan yang biasa tersedia di Brand No Brand Palopo yaitu Abaya Minimalis Series, Soft Scarf & Premium Shawl, Mukena Modern, Blouse dan juga Outer Elegan.

Brand No Brand Palopo beralamat di Jalan Andi Kambo (Ex Merdeka) No. 19, Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Adapun jam operasional dari Brand No Brand Palopo antara pukul 09.00 sampai dengan 21.00 WITA (Setiap Hari). Brand No Brand Palopo sendiri dimanageri oleh Neni Puspita yang biasa dipanggil Ibu Neni. Brand No Brand Palopo sendiri menjadi penyedia jasa titip dikarenakan beberapa alasan seperti:

- a. Beberapa koleksi dirilis terbatas hanya di toko-toko cabang tertentu, termasuk Palopo, menjadikannya incaran konsumen luar kota.
- b. Stok tersedia langsung di toko, sehingga memudahkan untuk langsung bertransaksi dan mengirimkannya hari itu juga.

- c. Meskipun Brand No Brand Palopo tidak secara resmi bermitra dengan jasa titip, mereka terbuka melayani pembelian dari jastip, selama transaksi jelas dan sesuai kebijakan toko.
- d. Masyarakat dari kota-kota tanpa cabang Brand No Brand (seperti Toraja, Luwu, Luwu Utara. dan juga Luwu Timur) sering memanfaatkan jastip dari Palopo untuk mendapatkan produk asli.

Brand No Brand Palopo turut menyediakan sistem jasa titip yang terdapat pada social media Instagram dengan nama @brandnobrandpalopo. Berikut ini merupakan profil akun Instagram dari Brand No Brand Palopo dengan nama @brandnobrandpalopo:



Gambar 4.1 Profil Akun Instagram @brandnobrandpalopo

Bisnis jasa titip yang dijalankan dengan media promosi melalui Instagram dengan nama pengguna @brandnobrandpalopo mulai digeluti oleh Ibu Neni pada tahun 2022. Neni Puspita merupakan Manager sekaligus membuka jasa titip Brand No Brand Palopo yang berdomisili di Kota Palopo. Pada mulanya, Ibu Neni mengunggah gambar produk di akun Instagram, kemudian para followersnya menunjukkan antusias dan minat yang besar terhadap produk-produk yang ia unggah. Akun dengan jumlah followers kurang lebih lima ribu tiga ratus tersebut cukup aktif dalam mempromosikan produknya dan juga layanan jasa titip yang diitawarkannya. Sehingga, customer yang memakai layanan jasa titip yang ditawarkan oleh Ibu Neni berasal dari berbagai daerah. Sebagaimana yang dituturkan Ibu Neni dalam wawancara yang peneliti lakukan secara langsung mengatakan bahwa:<sup>52</sup>

“Untuk para customer yang pakai layanan jastip ini ada yang berasal dari luwu, lutra, lutim dan ada juga dari daerah toraja. Pokoknya banyak mi yang jastip di saya dari daerah lain”.

Meskipun tidak menjadi sumber pendapatan utama, layanan jasa titip yang Ibu Neni jalani mampu memberikannya kepuasan secara ekonomis dan kepuasan secara historis. Selain karena keuntungan yang ia peroleh, alasan lain mengapa Ibu Neni melakukan bisnis jasa titip adalah juga untuk mempermudah para customer yang memerlukan produk Brand No Brand tanpa harus bepergian secara pribadi ke Kota Palopo Sehingga, seiring berjalannya waktu, Ibu Neni mengunggah semakin banyak jenis produk dari Brand No Brand.

---

<sup>52</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Neni Puspita. Sabtu, 22 Maret 2025. Pukul 14.30 WITA.

## **B. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **1. Mekanisme Transaksi dengan Sistem Jasa Titip pada Toko Brand No Brand Cabang Palopo**

#### **a. Sistem Layanan Jasa Titip pada Akun @brandnobrandpalopo**

Akun instagram @brandnobrandpalopo merupakan akun bisnis dari Brand No Brand cabang Palopo dan juga menyediakan layanan jasa titip secara pribadi yang dilakukan oleh manager atau pengelola dari toko Brand No Brand cabang Palopo. Hal ini berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwa sistem layanan jasa titip yang disediakan akun tersebut terbilang sederhana yaitu:

##### **1) Sistem pertama (*Uploading-Ordering-Shopping*)**

Sistem ini bisa dibilang adalah sistem basic dan umum yang dijalankan oleh para *personal shopper* dalam menjalankan bisnis jasa titipnya. Ciri khusus dari sistem ini adalah adanya unggahan gambar-gambar produk pada akun media sosial @brandnobrandpalopo. Berikut ini adalah beberapa step atau langkah yang dapat menggambarkan serta menjelaskan bagaimana sistem pertama ini dijalankan oleh akun @brandnobrandpalopo:

- a) Manager atau pengelola dari toko Brand No Brand cabang Palopo mengunggah gambar-gambar produk hasil pemotretan di media sosial Instagram maupun WhatsApp.
- b) Jika ada *customer* yang tertarik dengan produk yang telah diunggah, *customer* bisa langsung menghubungi admin melalui DM (*Direct Message*) pada

Instagram atau langsung menghubungi kontak yang tersedia (nomor WhatsApp).

- c) *Customer* mengirimkan *screenshot* produk yang diinginkan pada admin dengan mengikuti langkah-langkah (*rules*) pemesanan yang ditentukan admin.
  - d) *Customer* akan menentukan sistem pembayaran setelah rekapan. Terdapat dua sistem pembayaran, yakni secara transfer tunai atau secara *Cash*.
  - e) Admin akan melakukan packing produk dan mengirimkannya kepada *customer* dengan 2 opsi, yakni bisa melalui jasa ekspedisi atau COD (sesuai kesepakatan diawal).
- 2) Sistem kedua (*Shopping by Request*)

Jika pada sistem pertama ketentuan produk ditentukan oleh admin atau manager dari Brand No Brand Palopo, maka pada sistem kedua ini ketentuan produk ditentukan oleh *customer*. *Request* sendiri dalam konteks ini ialah pesanan dengan spesifikasi khusus dari *customer* dan admin atau manager berkewajiban mencari pesan tersebut (sekalipun belum mengunggah foto produk yang dipesan). Jadi, admin atau manager bersedia membantu mencari produk-produk sesuai *request* dari *customer*. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Neni pada wawancara yang telah dilakukan:<sup>53</sup>

“Biasanya ada beberapa *customer* yang request kalau dia mau jastip produk *limited edition* contohnya itu ada beberapa produk yang *collab* sama artis begitu. Dan sebelum produk itu masuk dia sudah *keep*

---

<sup>53</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Neni Puspita. Sabtu, 22 Maret 2025. Pukul 14.35 WITA.



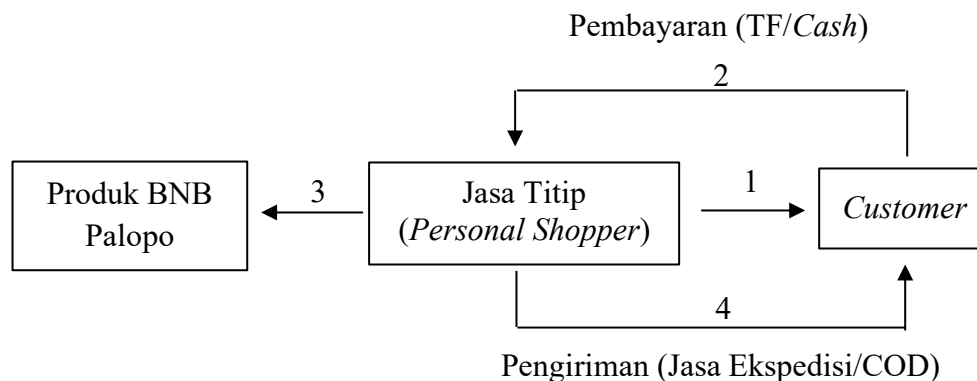
memang. Jadi untuk masalah request begitu tetap kami terima *request* sesuai yang *cust* minta”.

Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan, jelas bahwa jastip dalam penelitian ini menjalankan sistem jasa titip *shopping by request*. Berikut adalah step atau langkah yang dilakukan oleh akun @brandnobrandpalopo untuk menjalankan sistem *shopping by request*:

- a) *Customer* menghubungi admin untuk *request* produk dan mengirimkan spesifikasi produk yang diinginkan, meskipun produk tersebut belum ditawarkan. Biasanya, *customer* akan merekomendasikan produk yang diinginkan.
- b) Admin akan melakukan rekapan harga dan menginfokannya kepada *customer*.
- c) *Customer* menyepakati sistem pembayaran (transfer tunai atau *Cash*).
- d) Admin akan menyiapkan produk pesanan sesuai *request* dari *customer*.
- e) Admin melakukan *packing*.
- f) Produk akan dikirimkan sesuai kesepakatan (bisa melalui jasa ekspedisi atau secara COD).

**b. Alur Transaksi Jasa Titip pada Akun @brandnobrandpalopo**

Alur transaksi yang terjadi pada sistem jasa titip @brandnobrandpalopo tidak hanya melibatkan 2 pihak (penjual dan pembeli) saja. Melainkan antara 3 pihak, yakni *Marketplace/outlet brand*, *jastiper* (pengusaha jasa titip), dan *customer*. Berikut adalah ilustrasi sederhana tentang alur transaksi dalam jasa titip pada Brand No Brand cabang Palopo:



Gambar 4.2 Alur transaksi jasa titip beserta sistem pembayaran dan pengiriman  
Sumber: Wawancara dengan Ibu Neni (Manager Brand No Brand Palopo)

Gambar di atas adalah berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan manager/pengelola dari Brand No Brand Palopo. Pada simbol nomor 2, memuat keterangan mengenai sistem pembayaran. Manager/pengelola dari Brand No Brand Palopo hanya menyetujui metode pembayaran secara *full cash*/transfer (transfer tunai). Jika sistem transfer tunai yang dipilih *customer*, maka setelah menitip produk tertentu dan menerima rekapan jumlah keseluruhan biaya (meliputi harga pokok barang + *fee* + ongkos kirim) *customer* wajib melakukan transfer secara tunai ke nomor rekening yang ditentukan *personal shopper*.

Kemudian untuk simbol 4 pada gambar 4.2, memuat keterangan perihal pengiriman produk pesanan. Terdapat dua opsi pengiriman yang ditawarkan *personal shopper* kepada *customer*, yaitu dengan menggunakan jasa ekspedisi atau secara COD. Sistem pengiriman ini dijelaskan oleh Ibu Neni dalam wawancara di bawah ini:<sup>54</sup>

<sup>54</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Neni Puspita. Sabtu, 22 Maret 2025. Pukul 14.40 WITA

“Sistem pengirimannya itu bisa COD, nanti *customer* yang bayar ongkir pas sudah sampai ke mereka. Dan bisa juga langsung transfer ongkirnya dan pengirimannya itu lewat ekspedisi POS dan bisa juga JNT sama lion parcel juga bisa.

Sama halnya seperti sistem pembayaran, pemilik akun jasa titip akan memberitahukan biaya pengiriman pada saat rekapan total biaya jika *customer* memilih metode pengiriman menggunakan jasa ekspedisi. Namun, jika *customer* memilih metode serah terima produk secara langsung atau COD, besarnya nominal biaya pengiriman tergantung jauh/dekatnya lokasi COD. Semakin jauh lokasi COD, maka akan semakin mahal biaya pengiriman yang harus dibayarkan *customer*. Namun, tetap pada prinsip transparan, metode pengiriman akan ditentukan dan disepakati kedua belah pihak diawal transaksi (setelah menentukan produk pesanan). Sehingga, *personal shopper* tetap akan memberitahukan estimasi biaya pengiriman produk metode COD pada saat rekapan.

#### **c. Sistem penetapan Upah dalam Jasa Titip pada Akun @brandnobrandpalopo**

Dalam hal ini penyedia layanan jasa titip pada toko Brand No Brand cabang Palopo memasang tarif upah jasa titip atas jasa yang telah dilakukannya. Penyedia layanan jasa titip mengambil upah sebesar Rp. 30.000 – Rp. 50.000 untuk setiap pembelian per barang. Jika harga barang dari toko Brand No Brand cabang Palopo harga normal atau harga netral, manager/pengelola layanan jasa titip mengambil upah jasa titip sebesar Rp. 30.000 untuk setiap pembelian per barang. Namun jika harga barang dari toko Brand No Brand cabang Palopo tersebut barangnya sale dan limited maka penyedia layanan jasa titip mengambil upah jasa titip sebesar Rp.

50.000 untuk setiap pembelian per barang. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara terhadap Ibu Neni sebagai berikut:<sup>55</sup>

“Untuk biaya jastip pribadi dari saya, itu tidak menentu kadang 30rb atau 50rb tergantung barangnya juga restock atau limited edition. Dan untuk biaya jastipnya itu tidak ada kesepakatan dengan pembeli, karena pembeli tahu bahwa harga yang kami tawarkan sudah termasuk jasa titip tinggal tambah ongkir ke kota masing-masing. (layaknya orang berjualan pada umumnya yang mengambil untung dari barang yang mereka jual/tawarkan dimana pembeli tidak mengetahui mereka mengambil laba berapa % dari harga barang)”.

Dari hasil wawancara secara daring dengan beberapa customer yang pernah menggunakan layanan jasa titip dari toko Brand No Brand cabang Palopo bahwa harga *include* jastip sebagian orang tidak mempermasalahkan dengan upah jasa titip namun beberapa orang yang tidak setuju dengan ketentuan penyedia layanan jasa titip. Berikut tanggapan dari beberapa customer sebagai berikut.

Dalam hal ini terdapat customer yang tidak mempermasalahkan upah jasa titip yang diambil oleh penyedia layanan jasa titip seperti yang dikatakan Ibu Husna sebagai berikut:<sup>56</sup>

“Tidak masalah karena tidak ada ji juga yang dirugikan dan harga nya itu untuk jastip yang dilakukan oleh adminnya memang”.

Adapun Widya berpendapat hal yang sama seperti Ibu Husna sebagai berikut:<sup>57</sup>

“Menurutku sih kak nda masalah ji, karena kan ini setimpal ji toh Namanya orang kerja pasti cari untung. Daripada saya ke palopo lagi perlu biaya lebih jadi mending saya Jastip saja ke managernya kak”.

---

<sup>55</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Neni Puspita. Sabtu, 22 Maret 2025. Pukul 14.45 WITA

<sup>56</sup> Hasil Wawancara secara daring dengan Ibu Husna. Minggu, 23 Maret 2025.

<sup>57</sup> Hasil Wawancara secara daring dengan Widya. Minggu, 23 Maret 2025

Namun terdapat customer yang berbeda pendapat dengan penjelasan customer diatas, seperti Intan. Intan mengatakan bahwa:<sup>58</sup>

“Menurutku toh kak bagus kalau itu upah atau harga barang asli sebaiknya diberitahu kepada customer ambil upahnya berapa biar jelas, dirinci harga barang nya berapa dan jasa titip nya berapa”.

Terkait upah jasa titip di akun @brandnbrandpalopo sudah *include* dengan harga barang yang diberitahu kepada *customer*, sejauh ini tidak ada kendala yang menjadi hambatan dalam praktik jasa titip. Namun terkadang terdapat orang-orang yang kadang bertanya mengenai harga. Meskipun penyedia layanan jasa titip tidak memberi informasi kepada *customer* terkait berapa upah yang diambil, akan tetapi banyak customer yang merasa puas dengan layanan jasa titip di akun Instagram @brandnbrandpalopo.

## **2. Tinjauan Yuridis Pola Akad *Wakalah Bil Ujah* terhadap Mekanisme Transaksi dengan Sistem Jasa Titip pada Toko Brand No Brand Cabang Palopo**

Akad memiliki peran penting dalam kegiatan muamalah, transaksi muamalah dikatakan sah jika akad yang dilakukan terpenuhi syarat dan rukunnya. Sebaliknya suatu akad dapat dikatakan batal, jika akad tersebut tidak memenuhi rukun dan syaratnya. Berdasarkan fiqh muamalah, praktik jasa titip termasuk dalam akad *wakālah bil ujah*. Oleh karena itu dilakukan analisis terhadap praktik jual beli dengan sistem jasa titip online pada toko Brand No Brand cabang Palopo yang

---

<sup>58</sup> Hasil Wawancara secara daring dengan Intan. Minggu, 23 Maret 2025

ditinjau dari segi rukun dan syarat akad *wakālah bil ujah* yang terdapat dalam Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 113/DSN-MUI/IX/2017 sebagai berikut :

1. *Al-aqidain* adalah pihak yang berakad

Dalam akad *wakālah bil ujah* pihak yang melakukan akad yaitu *muwakkil* dan *wakil*. *Muwakkil* (orang yang mewakilkan) yaitu konsumen atau customer yang sebagai pengguna layanan jasa titip dan *wakil* (orang yang mewakili) yaitu pemilik mananger/pengelola dari toko Brand No Brand cabang Palopo sebagai penyedia layanan jasa titip.

Dalam hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan bahwa pihak yang berakad yaitu penyedia layanan jasa titip (*wakil*) Neni Puspita dan konsumen atau *customer* (*Muwakkil*) yaitu Ibu Husna, Widya, dan Intan. Syarat dari *muwakkil* wajib dan mampu untuk membayar *ujrah*, sedangkan dalam barang yang dilakukan jastip pada toko Brand No Brand cabang Palopo sudah termasuk dengan upah jasa titip sehingga *muwakkil* dikatakan mampu dan memenuhi syarat. Selain itu, syarat untuk *wakil* itu sendiri harus cakap hukum dan dapat mengerjakan tugas apa yang diwakilkan kepadanya.

2. *Mahallul 'Aqd* adalah objek akad

Syarat rukun dalam objek akad *wakālah bil ujah* harus jelas dan diketahui oleh *wakil*. Dalam hal ini, penyedia layanan jasa titip memposting foto produk melalui postingan Instagram dan story Instagram sehingga *muwakkil* mengetahui dengan jelas bahwa barang yang dititip-belikan yaitu beranekaragam jenis fashion

seperti Oklahoma Set, Abaya Minimalis Series. Soft Scarf & Premium Shawl, Prayer Sets (Mukena Modern), Blouse dan juga Outerwear Elegan.

### 3. *Ijab qabul (Sighat al-Aqd)*

Dalam akad *wakālah bil ujrah* bentuk *ijab* pada praktik jual beli dengan sistem jasa titip online pada toko Brand No Brand cabang Palopo melalui Instagram @brandnobrandpalopo, yaitu ketika customer ingin melakukan pemesanan jasa titip pada pilihan barang yang akan dibeli kemudian menghubungi admin melalui nomor WhatsApp yang tertera di *bio* Instagram @brandnobrandpalopo, kemudian admin mengirim format order yang memuat data diri customer dan mengirimkan total pembayaran. Sedangkan untuk bentuk *qabul* yaitu admin menerima bukti transfer pembayaran dari customer, selanjutnya admin membelikan barang dan melakukan packing untuk dikirim ke pihak customer.

Syarat rukun *ijab qabul* dalam akad *wakālah bil ujrah* harus jelas dan dapat di mengerti oleh kedua belah pihak yang berakad baik secara lisan, tertulis, atau melalui media teknologi. Dalam praktik jasa titip ini dilakukan secara online dan media komunikasi antara penyedia layanan jasa titip dengan customer yaitu melalui aplikasi WhatsApp.

### 4. *Ujrah*

*Ujrah* adalah imbalan atas jasa yang dilakukan oleh *wakil*. Syarat rukun dalam akad *wakālah bil ujrah*, seperti yang dijelaskan dalam Fatwa DSN MUI No: 113/DSN-MUI/IX/2017, dalam pemberian *ujrah* ini, harus jelas dan transparan dari

segi persentasenya, angka nominal, atau perhitungan yang disepakati dan diketahui oleh kedua belah pihak yang melakukan akad yaitu *muwakkil* dan *wakil*.<sup>59</sup>

Dalam praktik jasa titip pada toko Brand No Brand cabang Palopo melalui Instagram @brandnobrandpalopo, penyedia layanan jasa titip mengambil upah jasa titip atas jasa yang telah dilakukannya. Penyedia layanan jasa titip mengambil upah jasa titip sebesar Rp. 30.000 – Rp. 50.000 untuk setiap pembelian per barang. Namun penyedia layanan jasa titip tidak memberitahu kepada *customer* selaku pengguna layanan jasa titip terkait upah jasa titip yang diambil. Sehingga *customer* hanya mengetahui harga barang tersebut sudah termasuk dengan upah jasa titip.

Selain itu, syarat rukun yang lainnya untuk ujah yang telah disepakati boleh ditinjau kembali atas manfaat yang belum diterima oleh *muwakkil* sesuai kesepakatan. Dalam praktik jasa titip ini berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Neni Puspita selaku penyedia layanan jasa titip bahwa orderan yang sudah masuk dan bagi customer yang sudah melakukan pembayaran maka tidak bisa dibatalkan.

Pada bab sebelumnya dijelaskan bahwa pemberian upah jasa titip kepada si *wakil* ini bukanlah suatu kewajiban, jadi hanya kerelaan dan kesepakatan antara kedua belah pihak. Namun pada toko Brand No Brand cabang Palopo melalui Instagram @brandnobrandpalopo, penyedia layanan jasa titip sudah menambahkan upah jasa titip dalam harga asli produk. Sehingga harga barang tersebut sudah termasuk dengan upah jasa titip. Dalam hal ini, penyedia layanan jasa titip tidak mengganti atau merubah harga asli dari barang tersebut, namun hanya menambah upah yang diambil untuk per barang.

---

<sup>59</sup> Fatwa DSN MUI No. 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Wakālah Bil Ujah.



Dalam akad *wakālah bil ujrah*, penyedia layanan jasa titip yang menjadi *wakil* disini seharusnya bentuk mekanisme yang sesuai dalam akad *wakālah bil ujrah* yaitu setelah konsumen atau *muwakkil* melakukan transfer pembayaran kepada penyedia layanan jasa titip. Penyedia layanan jasa titip harus menceritakan sesuai dengan nilai harga barang. Seperti contoh jika harga barang tersebut seharga Rp. 100.000 maka ceritakan untuk harga asli barang tersebut seharga Rp. 100.000, kemudian untuk biaya pengiriman barangnya sebesar berapa dan untuk upah jasa titip sekian, sehingga harus jelas dan transparan terkait harga asli produk dan upah jasa titip untuk setiap pembelian per barang. Adapun menurut Ibu Neni Puspita pada wawancara berikut, dia berpendapat bahwa jasa titip diperbolehkan dalam Islam.<sup>60</sup>

“Kenapa tidak boleh? Ada penjual, pembeli, dan akad. Syarat jual beli dalam Islam kan ada penjual dan pembeli yang sama sama dalam keadaan sadar melakukan transaksi, ada akad jual beli juga. Kita menjual jasa dan ada yang membutuhkan jasa tersebut, harga dan barang juga jelas. Jadi tidak ada yang dipermasalahkan karena jastip itu sama halnya dengan berjualan seperti pada umumnya.” tutur nya.

Berdasarkan Fatwa DSN MUI No. 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang *Wakālah Bil Ujrah* bahwa semua aktivitas yang mengimplementasikan akad *wakālah bil ujrah* wajib dilakukan dengan tunduk serta patuh pada ketentuan dan batasan yang telah diterapkan oleh syariah. Terkait *ujrah* seperti yang dijelaskan dalam Fatwa DSN MUI No. 113/DSN-MUI/IX/2017 bahwa *ujrah* harus jelas dari segi kualitas dan kuantitasnya baik angka dan nominalnya dapat diketahui oleh kedua belah pihak agar tidak terjadi pihak yang dapat dirugikan ketika berakad.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Neni Puspita. Minggu, 23 Maret 2025. Pukul 14.55 WITA.

<sup>61</sup> Fatwa DSN MUI No. 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Wakālah Bil Ujrah*

Dalam hal ini konsumen tidak mengetahui berapa upah jasa titip untuk setiap pembelian per barang yang diambil oleh penyedia layanan jasa titip, karena pada toko Brand No Brand cabang Palopo melalui Instagram @brandnobrandpalopo, mengatakan bahwa harga *include jastip* dimana harga produk yang ditawarkan sudah termasuk upah jasa titip. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan customer atau pengguna layanan jasa titip terdapat beberapa orang tidak mempermasalahkan jika harga barang sudah termasuk dengan upah jasa titip. Customer seperti Ibu Husna dan Widya mereka berpendapat bahwa sistem harga *include jastip* ini pada umumnya sudah terbiasa terjadi dalam kegiatan jual beli karena sudah menggabungkan harga asli dengan keuntungan yang diambil oleh pihak penjual.

“Tidak masalah karena tidak ada ji juga yang dirugikan dan harga nya itu untuk *jastip* yang dilakukan oleh adminnya memang”. Tutar Ibu Husna.<sup>62</sup>

Selain itu, ada yang berpendapat bahwa mereka tidak setuju dengan sistem harga *include jastip* pada toko Brand No Brand cabang Palopo. Seperti Intan, mereka beranggapan bahwa perlu untuk dijelaskan berapa upah jasa titip yang diambil oleh penyedia layanan jasa titip agar customer jelas dan transparan mengenai harga asli barang dan biaya upah jasa titip untuk setiap pembelian per barang.

“Menurutku toh kak bagus kalau itu upah atau harga barang asli sebaiknya diberitahu kepada customer ambil upahnya berapa biar jelas, dirinci harga barang nya berapa dan jasa titip nya berapa”. Tutar Intan.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> Hasil Wawancara secara daring dengan Ibu Husna. Minggu, 23 Maret 2025

<sup>63</sup> Hasil Wawancara secara daring dengan Intan. Minggu, 23 Maret 2025.

Dalam praktik usaha jasa titip (jastip), penting untuk memperhatikan prinsip-prinsip yang terdapat dalam akad *wakālah bil ujarah*, yakni akad perwakilan yang disertai imbalan atau upah jasa. Salah satu syarat sahnya akad *wakālah bil ujarah* adalah adanya kejelasan dan kesepakatan mengenai upah (*ujrah*) yang akan diterima oleh *wakil* (penyedia jasa) dari *muwakkil* (pemberi amanah/konsumen). Ketentuan ini menjadi krusial dalam menjaga keadilan dan transparansi dalam transaksi *muamalah*. Namun, dalam praktik yang ditemukan pada sebagian pelaku usaha jasa titip, seperti yang terjadi pada toko Brand No Brand cabang Palopo, terdapat indikasi bahwa penyedia jasa tidak secara terang terangan menyebutkan atau menjelaskan secara rinci berapa besaran upah jasa titip yang dikenakan untuk setiap barang yang dibeli. Hal ini menyebabkan tidak adanya kejelasan dan kesepakatan bersama mengenai besaran *ujrah* yang seharusnya menjadi bagian dari rukun dan syarat sah akad *wakālah bil ujarah*.

Padahal, dalam konsep *wakālah bil ujarah*, upah harus ditetapkan secara jelas di awal transaksi sebagai bentuk kejelasan akad dan untuk menghindari *gharar* (ketidakpastian) yang dilarang dalam Islam. Jika upah tidak disebutkan secara jelas atau bahkan disembunyikan, maka akad tersebut menjadi cacat dari sisi hukum fiqh karena mengandung unsur ketidakjelasan yang dapat merugikan salah satu pihak, khususnya pihak *muwakkil*.

Selain itu, dalam ketentuan akad *wakālah bil ujarah*, *wakil* tidak diperkenankan menentukan harga barang yang dibeli di luar dari yang telah diinstruksikan oleh *muwakkil*. *Wakil* hanya melaksanakan amanah untuk membeli barang sesuai dengan permintaan dan spesifikasi dari *muwakkil*, dan tidak berhak

menambah harga barang tersebut untuk mendapatkan keuntungan pribadi dari selisih harga. Keuntungan yang diperoleh wakil hanya bersumber dari biaya jasa titip (*ujrah*) yang telah disepakati bersama. Oleh karena itu, seorang *wakil* juga wajib bersikap transparan mengenai rincian harga barang, ongkos kirim, dan biaya lainnya jika memang ada, agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dan ketidakadilan dalam transaksi.

Namun, berdasarkan pengamatan terhadap sistem yang diterapkan oleh toko Brand No Brand cabang Palopo melalui akun Instagram @brandnobrandpalopo, ditemukan bahwa pihak penyedia layanan jasa titip tersebut menawarkan barang dengan harga yang sudah digabung antara harga barang asli dengan biaya jasa titip, tanpa memisahkan atau menjelaskan secara rinci komponen biaya tersebut. Pola semacam ini menunjukkan bahwa pihak penyedia jasa tidak lagi bertindak sebagai *wakil* (*wakil* dalam akad *wakālah*), melainkan telah mengambil peran sebagai penjual (*bā'i*). Dalam *fiqh muamalah*, perbedaan antara *wakil* dan penjual sangat signifikan, karena seorang penjual memiliki hak untuk menentukan harga barang dan mendapatkan keuntungan dari selisih harga, sedangkan seorang wakil tidak demikian.

Dengan demikian, jika penyedia jasa bertindak seperti penjual, maka akad yang digunakan tidak lagi termasuk dalam kategori *wakālah bil ujrah*, melainkan lebih tepat dikategorikan sebagai akad jual beli (*bai'*), di mana penyedia jasa mengambil keuntungan dari penjualan barang, bukan dari upah jasa yang disepakati. Hal ini tentu menyimpang dari prinsip dasar akad *wakālah bil ujrah*, yang seharusnya menekankan pada kepercayaan, kejelasan, dan keadilan dalam

pelaksanaan amanah, bukan pada pencarian keuntungan dari barang yang dititipkan.

Oleh karena itu, dalam konteks *fiqh muamalah* kontemporer, praktik semacam ini perlu dikaji dan dievaluasi kembali agar sesuai dengan prinsip syariah. Jika usaha jasa titip ingin tetap menggunakan dasar akad *wakālah bil ujrah*, maka perlu adanya perbaikan sistem, seperti dengan mencantumkan secara jelas besaran upah jasa titip, memisahkan harga barang dan biaya jasa, serta menjaga transparansi informasi antara wakil dan muwakkil. Jika tidak, maka akad tersebut dapat berubah menjadi akad lain yang memiliki ketentuan hukum berbeda.

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pengumpulan data yang telah dipaparkan di atas tentang tinjauan akad *wakālah bil ujah* terhadap praktik jual beli dengan sistem jasa titip online pada toko Brand No Brand cabang Palopo melalui Instagram @brandnobrandpalopo, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme transaksi jasa titip pada toko Brand No Brand cabang Palopo dijalankan melalui dua sistem, yaitu *Uploading-Ordering-Shopping* dan *Shopping by Request*. Pada sistem pertama, produk ditawarkan melalui unggahan di media sosial dan dipesan oleh *customer*, sedangkan pada sistem kedua, *customer* memesan produk tertentu secara spesifik meski belum ditawarkan. Transaksi dilakukan melalui media sosial, dengan sistem pembayaran transfer atau *cash*, serta pengiriman melalui ekspedisi atau COD. Upah jasa titip berkisar antara Rp30.000–Rp50.000 per barang dan telah termasuk dalam harga jual. Meskipun tidak selalu dirinci, sebagian besar *customer* merasa puas dengan layanan tersebut karena dianggap praktis dan terpercaya.
2. Tinjauan yuridis pola akad *wakalah bil ujah* terhadap mekanisme transaksi jasa titip pada toko Brand No Brand cabang Palopo secara umum telah memenuhi sebagian besar rukun dan syarat akad *wakalah bil ujah*, seperti adanya pihak berakad (*muwakkil* dan *wakil*), objek akad yang jelas, serta proses *ijab qabul* melalui media elektronik. Namun, dari aspek *ujrah* (upah

jasa), belum terdapat kejelasan dan transparansi yang sesuai dengan ketentuan dalam Fatwa DSN-MUI No. 113/DSN-MUI/IX/2017, karena pihak penyedia jasa tidak menjelaskan secara rinci besaran upah yang diambil. Hal ini menyebabkan akad berpotensi mengandung *gharar* dan dapat bergeser menjadi akad jual beli (*bai'*), bukan lagi *wakalah*. Oleh karena itu, perlu adanya perbaikan dalam praktik jasa titip agar sesuai dengan prinsip-prinsip akad syariah yang sah.

## **B. Saran**

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis memberikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang berkaitan dalam praktik jual beli dengan sistem jasa titip online tersebut, sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada penyedia layanan jasa titip Brand No Brand cabang Palopo maupun penyedia layanan jasa titip lainnya untuk lebih memperhatikan sistem penetapan harga yang sudah termasuk dengan upah jasa titip. Terkait upah jasa titip lebih baik dalam bio Instagram dicantumkan nominal upah jasa titip untuk setiap pembelian per barang, agar konsumen ketika hendak melakukan pemesanan jasa titip dapat mengetahui harga barang asli dari tempat perbelanjaan dan nominal upah jasa titip yang diambil oleh pihak penyedia layanan jasa titip.
2. Kepada konsumen yang hendak menggunakan layanan jasa titip, disarankan untuk lebih berhati-hati dan teliti dalam memahami ketentuan terkait upah atau biaya jasa yang diterapkan oleh penyedia layanan. Konsumen perlu memastikan bahwa informasi mengenai upah jasa titip disampaikan secara

jelas, terbuka, dan transparan oleh pihak penyedia, termasuk rincian harga asli barang, ongkos kirim, serta besaran ujah atau biaya layanan yang dibebankan. Hal ini penting agar tidak terjadi kesalahpahaman atau ketidakadilan dalam transaksi yang dapat merugikan salah satu pihak, khususnya konsumen sebagai muwakkil.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, dkk. (2010). *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ahmad, A., Fachrurrazy, M., Amalia, M., Fauzi, E., Gaol, S. L., Siliwadi, D. N., & Takdir, T. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian & Penulisan Hukum*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Akad (Def), dalam KBBI Online, *Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI*, diakses pada 18 Oktober 2024, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/akad>.
- Antonio, M. S. (2011). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Basyir, A. A. (1982). *Asas-Asas Hukum Muamalat*. Yogyakarta: UII Pres.
- 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).
- Edrianto, J. (2021). Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Makanan Melalui Jasa Online Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek Cabang Padang Panjang. *Skripsi, IAIN Batusangkar*.
- Elisa, N. (2018). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Titip Pada Praktik Jual Beli Online (*Doctoral dissertation, UIN Sunan Kalijaga*).
- Fadhlia, M. (2021). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Keabsahan Praktik Jual Beli Dengan Sistem Jasa Titip Online di Media Sosial (Ditinjau Menurut Akad Bay'al-Fuḍūlī) (*Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY*).
- Fathoni, A. I. (2024). Analisis Eksplorasi terhadap Pola Transaksi Ekonomi Syariah dalam Praktik Jasa Titip (Jastip) atau Personal Shopper. *Iltizam: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(2), 83-94.
- Fatwa DSN MUI No. 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Wakālah Bil Ujrah*.
- Fransiska, C., Febriadi, S. R., & Srisusilawati, P. (2019). Tinjauan Fiqih muamalah terhadap Fee dalam Praktik Jasa Titip Barang online (studi kasus pada princessist online shop). *Jurnal Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Hasan, A. F. (2018). *Fiqh Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)*. Malang: UIN-Maliki Malang Press.
- Hasil Wawancara dengan Ibu Neni Puspita. Sabtu, 22 Maret 2025.
- Hasil Wawancara secara daring dengan Ibu Husna. Minggu, 23 Maret 2025.
- Hasil Wawancara secara daring dengan Intan. Minggu, 23 Maret 2025

- Hasil Wawancara secara daring dengan Widya. Minggu, 23 Maret 2025
- Hidayat, E. (2019). *Kaidah Fikih Muamalah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kementerian Agama RI. (2010). *Al-Hikmah Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Pasal 1457.
- Listijo, S. G. (2020). Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Barang Jasa titip Dari Luar Negeri. *Jurnal Jurist-Diction*, 3(5).
- Maghfuroh, W. (2020). Jual Beli secara Online dalam tinjauan Hukum Islam. *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah (JAS)*, 2(1), 33-40.
- Mardani. (2012). *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Monarchi, T. K. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip (JASTIP) Melalui Media Online. *JOM Fakultas Hukum*, 7.
- Mustofa, I. (2013). *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*. Malang: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nisak, A., & Suhadi, S. (2022). Pelaksanaan Akad Wakalah Bil Ujah Terhadap Bisnis Jasa Titip Online di Instagram. *Jurnal Ilmu Syariah*, 1(1).
- Pahleviannur, M.R., dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukoharjo: Pradina pustaka.
- Pola (Def), dalam KBBI Online, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, diakses pada 18 Oktober 2024, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pola>.
- Purkon, A. (2014). *Bisnis Online Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahayu, S. (2020). *Manajemen Usaha Jasa Titip: Strategi Bisnis di Era Digital*. Bandung: Alfabeta.
- Rifa'i, M. (2013). *Terjemah Khulasoh Kifayatu Al-Ahyar*. Semarang: CV. Toha Putra.
- Rifa'i, Y. (2023). Analisis Metodologi Penelitian Kulitatif dalam Pengumpulan Data di Penelitian Ilmiah pada Penyusunan Mini Riset. *Cendekia Inovatif Dan Berbudaya*, 1(1), 31-37.
- Rifa'i, M., Yati, W., & Susanti, R. A. D. (2020). Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 8(1), 61-72.

- Rizki, D. A. (2020). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Akad Jasa Titip Jual Beli Online Melalui Instagram: Studi Kasus Toko Online Joyfull Di Purwokerto. *Skripsi, Fakultas Syariah*.
- Sari, Z. D (2018). Analisis Fiqih Muamalah Terhadap Praktik Jasa Titip Beli Online Dalam Akun Instagram @Storemurmursby. *Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Sudiarti, S. (2018). *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Ulfana, A. R. (2019). Analisis Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Praktik Layanan Jasa Titip Beli Online (Jastip) di Instagram (Studi Kasus Akun Instagram@ jastipbybella). *Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

*Lampiran 1: Pedoman Wawancara*

**PEDOMAN WAWANCARA**

**A. Penyedia Layanan Jasa Titip (@brandnobrandpalopo)**

1. Apa yang memotivasi anda sehingga memilih produk Brand No Brand sebagai usaha layanan bisnis jasa titip?
2. Kapan awal mula bisnis jasa titip ini dibuka?
3. Apakah selama membuka bisnis jasa titip ini, anda pernah mengalami kerugian?
4. Bagaimana proses pengambilan barang dalam bisnis jasa titip anda?
5. Dari daerah mana saja *customer* yang biasa menggunakan layanan jasa titip anda?
6. Apakah ada customer yang melakukan *request* produk tertentu dalam melakukan layanan jasa titip ini?
7. Bagaimana cara pengiriman produk jasa titip pesanan *customer*?
8. Apakah ada kesepakatan antara anda dengan *customer* dalam menetapkan upah (*fee*)?
9. Bagaimana pendapat anda terkait bisnis jasa titip ini apakah diperbolehkan dalam Islam?

**B. Pengguna Layanan Jasa Titip (Customer)**

1. Apakah anda pernah membeli barang melalui layanan jasa titip di akun Instagram @brandnobrandpalopo?
2. Mengapa anda tertarik menggunakan layanan jasa titip?
3. Sudah berapa kali anda menggunakan layanan jasa titip?

4. Produk apa yang dipesan?
5. Bagaimana sistem transaksinya?
6. Bagaimana tanggapan anda mengenai biaya jastip yang ditentukan oleh admin tanpa memberi tahu customer sehingga dalam menetapkan harga barang sudah termasuk dengan upah jasa titip?

*Lampiran 2: Hasil Wawancara*

**HASIL WAWANCARA**

**A. Penyedia Layanan Jasa Titip (@brandnobrandpalopo)**

**Ibu Neni Puspita (40 Tahun)**

1. Apa yang memotivasi anda sehingga memilih produk Brand No Brand sebagai usaha layanan bisnis jasa titip?

Jawab: Karena pasarannya bisa anak muda, dan juga bisa menjangkau semua kalangan, motifnya juga bagus sama gaya atau fashionya bagus.

2. Kapan awal mula bisnis jasa titip ini dibuka?

Jawab: Oh kalau disini itu beda itu jastip dengan usaha disini. jastipkan kita pribadi sendiri bukan dari store langsung. Mulai 2022 disini tapi store sebelumnya itu tahun 2021 masuk butiknya di kota palopo.

3. Apakah selama membuka bisnis jasa titip ini, anda pernah mengalami kerugian?

Jawab: Kalau kerugian tidak ada, krna ini barang laku.

4. Bagaimana proses pengambilan barang untuk stok pada bisnis jasa titip anda?

Jawab: Prosesnya itu dari pusat langsung, sesuai dengan kuantiti store disini dan sudah si jatah dari pusat untuk perbulannya dan melalui pengiriman udara seperti garuda atau lion parcel.

5. Dari daerah mana saja *customer* yang biasa menggunakan layanan jasa titip anda?

Jawab: Untuk para customer yang pakai layanan jastip ini ada yang berasal dari luwu, lutra, lutim dan ada juga dari daerah toraja. Pokoknya banyak mi yang jastip di saya dari daerah lain.

6. Apakah ada customer yang melakukan *request* produk tertentu dalam melakukan layanan jasa titip ini?

Jawab: Biasanya ada beberapa customer yang request kalau dia mau jastip produk limited edition contohnya itu ada beberapa produk yang collab sama artis begitu. Dan sebelum produk itu masuk dia sudah keep memang. Jadi untuk masalah request bgitu tetap kami terima request sesuai yang cust minta.

7. Bagaimana cara pengiriman produk jasa titip pesanan *customer*?

Jawab: Sistem pengirimannya itu bisa COD, nanti customer yang bayar ongkir pas sudah sampai ke mereka. Dan bisa juga langsung transfer ongkirnya dan pengirimannya itu lewat ekspedisi POS dan bisa juga JNT sama lion parcel juga bisa.

8. Apakah ada kesepakatan antara anda dengan *customer* dalam menetapkan upah (*fee*)?

Jawab: Untuk biaya jastip pribadi dari saya, itu tidak menentu kadang 30rb atau 50rb tergantung barangnya juga restock atau limited edition. Dan untuk biaya jastipnya itu tidak ada kesepakatan dengan pembeli, karena pembeli tahu bahwa harga yang kami tawarkan sudah termasuk jasa titip tinggal tambah ongkir ke kota masing-masing.

9. Bagaimana pendapat anda terkait bisnis jasa titip ini apakah diperbolehkan dalam Islam?



Jawab: Kenapa tidak boleh? Ada penjual, pembeli, dan akad. Syarat jual beli dalam Islam kan ada penjual dan pembeli yang sama sama dalam keadaan sadar melakukan transaksi, ada akad jual beli juga. Kita menjual jasa dan ada yang membutuhkan jasa tersebut, harga dan barang juga jelas. Jadi tidak ada yang dipermasalahkan karena jastip itu sama halnya dengan berjualan seperti pada umumnya.

## **B. Pengguna Layanan Jasa Titip (*Customer*)**

### **1. *Customer*: Ibu Husna (32 tahun)**

a. Apakah anda pernah membeli barang melalui layanan jasa titip di akun Instagram @brandnoblbrandpalopo?

Jawab: iya pernah.

b. Mengapa anda tertarik menggunakan layanan jasa titip?

Jawab: karena jastip ini mempermudah kita ini yang jauh, terus mau beli produknya BNB toh jadi yah dijastip saja sama managernya.

c. Sudah berapa kali anda menggunakan layanan jasa titip?

Jawab: sudah tiga kali saya jastip sama managernya BNB palopo.

d. Produk apa yang dipesan?

Jawab: saya biasa jastip mukena untuk lebaran dan juga jastip gamisnya.

e. Bagaimana sistem transaksinya?

Jawab: kalo sistem bayarnya itu saya transfer langsung setelah di totalkan semua sama ongkir.

- f. Bagaimana tanggapan anda mengenai biaya jastip yang ditentukan oleh admin tanpa memberi tahu customer sehingga dalam menetapkan harga barang sudah termasuk dengan upah jasa titip?

Jawab: tidak masalah karena tidak ada ji juga yang di rugikan dan harganya itu untuk jastip yang dilakukan oleh adminnya memang.

**2. Customer: Widya (26 tahun)**

- a. Apakah anda pernah membeli barang melalui layanan jasa titip di akun Instagram @brandnobrandpalopo?

Jawab: prnh.

- b. Mengapa anda tertarik menggunakan layanan jasa titip?

Jawab: menurut ku ramah orngnya bagus jg, intinya nyaman.

- c. Sudah berapa kali anda menggunakan layanan jasa titip?

Jawab: ai baru ji sekali.

- d. Produk apa yang dipesan?

Jawab: baju.

- e. Bagaimana sistem transaksinya?

Jawab: bicara antra dua pihak dlu, cari kesepakatan bgmna klo sdh fix dan sama-sama setuju baru di dp.

- f. Bagaimana tanggapan anda mengenai biaya jastip yang ditentukan oleh admin tanpa memberi tahu customer sehingga dalam menetapkan harga barang sudah termasuk dengan upah jasa titip?

Jawab: Menurutku sih kak nda masalah ji, karena kan ini setimpal ji toh Namanya orang kerja pasti cari untung. Daripada saya ke palopo lagi perlu biaya lebih jadi mending saya Jastip saja ke managernya kak.

**3. Customer: Intan (25 tahun)**

- a. Apakah anda pernah membeli barang melalui layanan jasa titip di akun Instagram @brandnobrandpalopo?

Jawab: Iye, pernah kak.

- b. Mengapa anda tertarik menggunakan layanan jasa titip?

Jawab: Karna na permudah ki itu kak, nda perlu ki capek capek keluar rumah untuk cari barang atau produknya, jadi lebih hemat waktu dan tenaga juga.

- c. Sudah berapa kali anda menggunakan layanan jasa titip?

Jawab: 2 kali mi kak.

- d. Produk apa yang dipesan?

Jawab: Kemeja dgn gamis.

- e. Bagaimana sistem transaksinya?

Jawab: Kalau untuk pembayarannya itu ditransfer kak, tapi ongkirnya saya cod sama kurirnya.

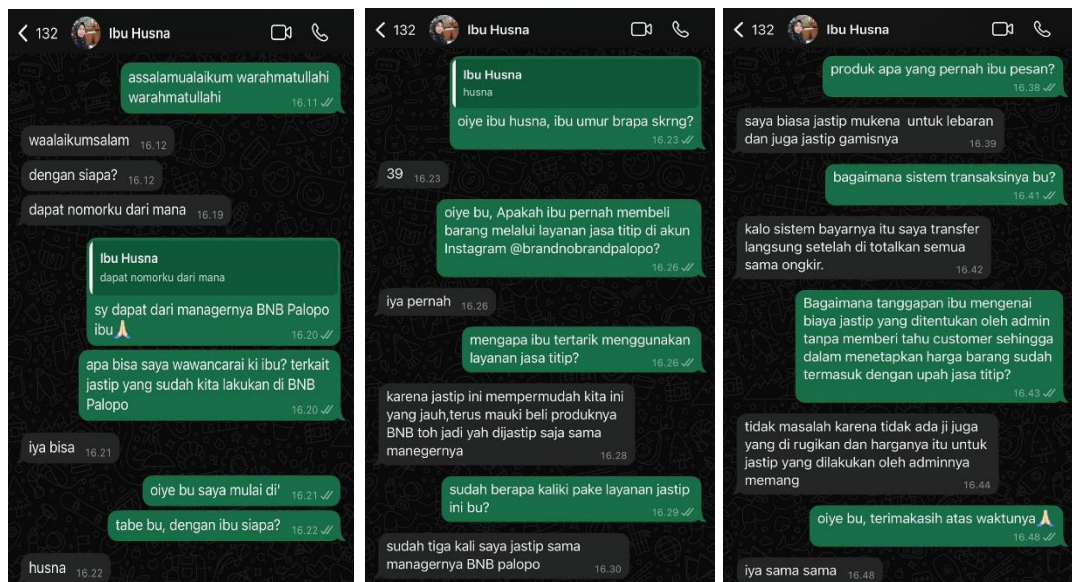
- f. Bagaimana tanggapan anda mengenai biaya jastip yang ditentukan oleh admin tanpa memberi tahu customer sehingga dalam menetapkan harga barang sudah termasuk dengan upah jasa titip?

Jawab: Menurutku toh kak bagus kalau itu upah atau harga barang asli sebaiknya diberitahu kepada customer ambil upahnya berapa biar jelas, dirinci harga barang nya berapa dan jasa titip nya berapa.

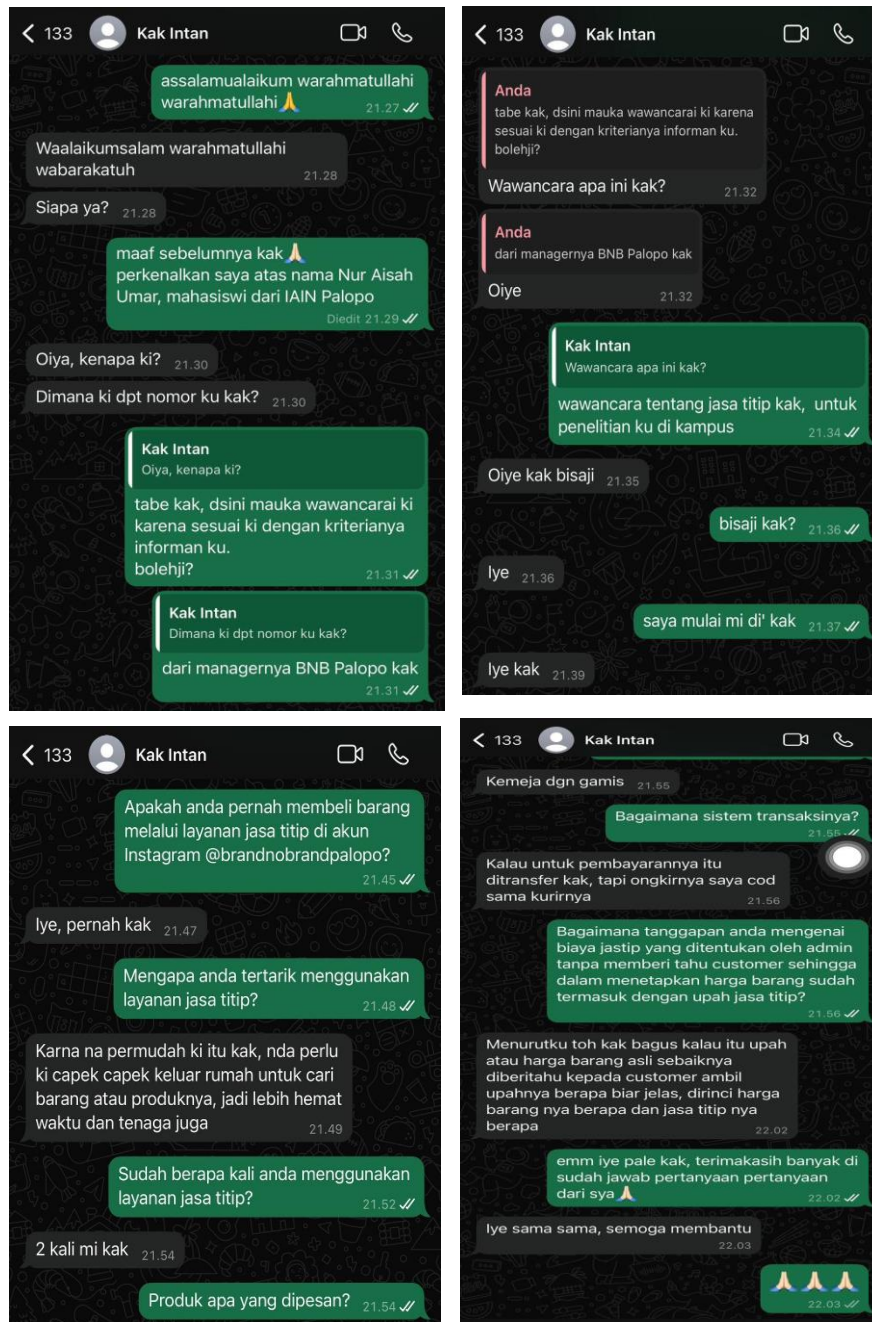
### Lampiran 3: Dokumentasi



**Wawancara dengan Ibu Neni Puspita (Manager Brand No Brand Palopo)**

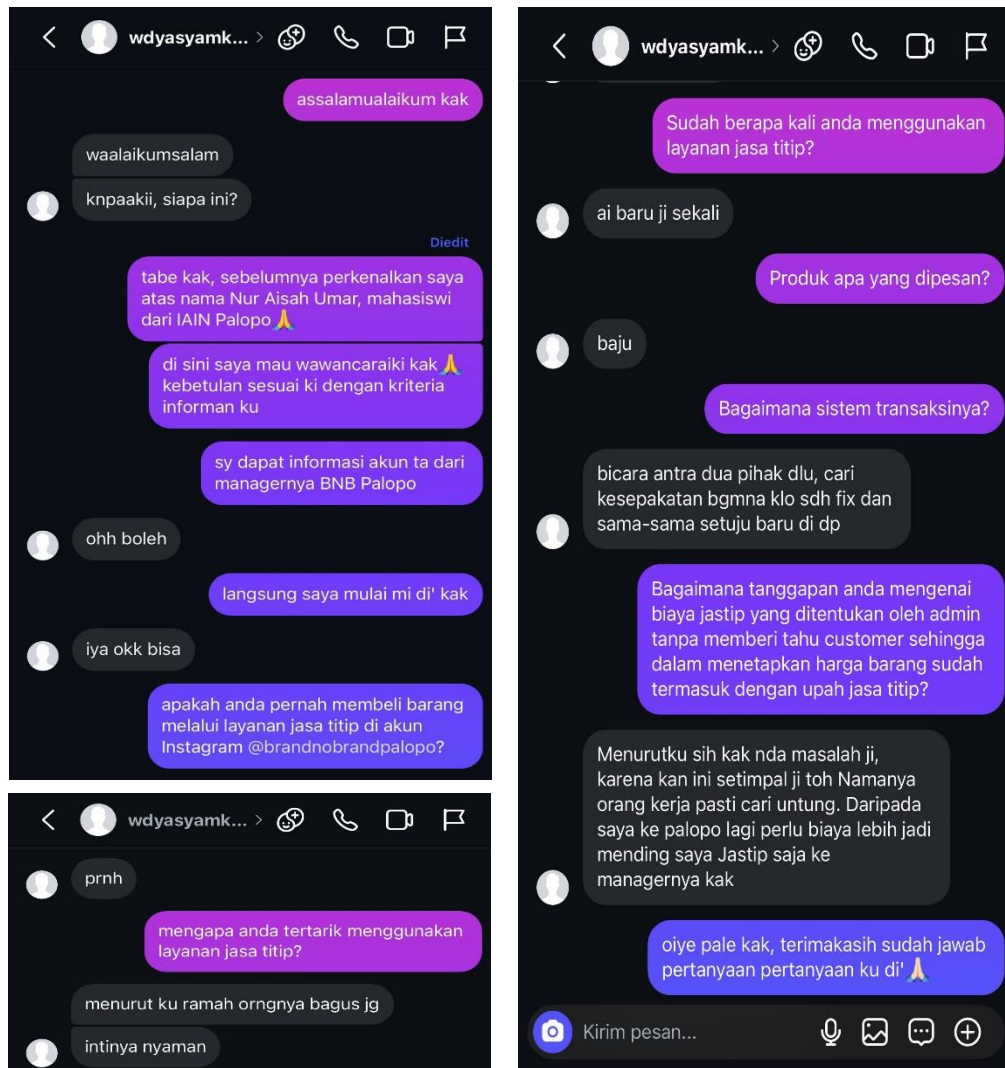


**Wawancara secara daring dengan Ibu Husna (Customer)**



**Wawancara secara daring dengan Intan (Customer)**





**Wawancara secara daring dengan Widyasymk (Customer)**