



Journal of Sharia and Law

Vol. 2, No. 4 Oktober 2023, h. 1209-1225

Editorial Office: Faculty of Syari'ah and Law Sultan Syarif Kasim State Islamic University, Riau-Indonesia. Jl. H.R Soebrantas KM. 15 Pekanbaru, Riau.

Website: <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login>.

Journal of Sharia and Law E-ISSN: 2964-7436

Utin Mustautinah, Hertina, Zuraidah : Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Jual Beli Pakaian Bekas disosial Media Instragram

## TINJAUAN FIQH MUAMALAH TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI PAKAIAN BEKAS DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM

**Utin Mustautinah<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

E-mail: [Utinu1201@gmail.com](mailto:Utinu1201@gmail.com)

**Hertina<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

E-mail: [hertina\\_uinfasih@yahoo.com](mailto:hertina_uinfasih@yahoo.com)

**Zuraidah<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

E-mail: [zuraidah@uin-suska.ac.id](mailto:zuraidah@uin-suska.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi adanya praktek jual beli pakaian bekas di media sosial instagram, *shophouse.thrift* menggunakan sistem akad jual beli *salam*. Di mana dengan sistem ini penjual hanya memposting barang yang dijualnya, dengan beberapa keterangan, namun barang yang diterima pembeli tidak sesuai dengan keterangan tersebut, sehingga pembeli merasa kecewa. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana praktek jual beli pakaian bekas di media sosial instagram pada akun *shophouse.thrift*, dan Bagaimana tinjauan fiqh muamalah terhadap praktek jual beli pakaian bekas di media sosial Instagram pada akun *Shophouse.thrift*. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang berlokasi pada Toko *Shophouse.thrift*, Jorong Seberang Piruko Barat, Kenagarian Koto Baru. Populasi pada penelitian ini berjumlah 49 orang terhitung dari bulan agustus s/d September 2021, yaitu 48 pembeli pakaian bekas online dan 1 penjual atau pemilik akun online di instagram dengan metode pengambilan sampel yaitu *Total sampling*. Dalam pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi yang kemudian data tersebut dianalisis dengan teknik analisa deskriptif kualitatif. Selanjutnya dituangkan dalam bentuk tulisan dengan menggunakan metode deduktif, induktif dan deskriptif. Hasil penelitian ini adalah (1) Praktik jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *shophouse.thrift* di mana transaksi dilakukan melalui jejaring sosial seperti instagram dan whatsapp. Dengan cara pembeli memesan terlebih dahulu produk yang diinginkan, setelah itu pembeli dapat mengirimkan biaya pembayaran melalui transfer uang di bank kepada penjual. Setelah melakukan pembayaran, penjual akan mengirimkan barang ke alamat yang telah disepakati dengan menggunakan jasa pengiriman barang atau secara langsung. (2) Berdasarkan pemaparan mengenai praktek jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *shophouse.thrift*, maka Praktik jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *shophouse.thrift* menggunakan akad salam atau jual beli pesanan. Yang menurut hukum Islam jual beli salam harus memenuhi rukun dan syarat yaitu sighth akad, dua orang yang berakad, serta objek akad. Dalam praktiknya bahwa jual beli

pakaian bekas pada akun *shophouse.thrift* sudah memenuhi syarat dan rukun jual beli pesanan atau akad salam.

**Kata Kunci: Fiqh Muamalah, Jual Beli, Akad Salam**

**Abstract**

The background of this research is the practice of buying and selling used clothes on Instagram social media, *shophouse.thrift*, using a salam buying and selling contract system. Where with this system the seller only posts the items he sells, with some descriptions, but the goods the buyer receives do not match that description, so the buyer feels disappointed. The formulation of the problem in this study is how is the practice of buying and selling used clothes on Instagram social media on the *shophouse.thrift* account, and what is the muamalah fiqh review of the practice of buying and selling used clothes on Instagram social media on the *Shophouse.thrift* account. This research is a field research which is located at *Shophouse.thrift* Store, Jorong Seberang Piruko Barat, Kenagarian Koto Baru. The population in this study totaled 49 people from August to September 2021, namely 48 online used clothing buyers and 1 seller or owner of an online account on Instagram using the total sampling method. The data collection was carried out through observation, interviews, questionnaires, and documentation, which were then analyzed using qualitative descriptive analysis techniques. Furthermore, it is written in written form using deductive, inductive and descriptive methods. The results of this study are (1) The practice of buying and selling used clothes in *shophouse.thrift* Instagram accounts where transactions are carried out through social networks such as Instagram and WhatsApp. By way of the buyer pre-ordering the desired product, after that the buyer can send payment fees via bank transfer to the seller. After making the payment, the seller will send the goods to the agreed address using a freight forwarder or in person. (2) Based on the explanation regarding the practice of buying and selling used clothes on the *shophouse.thrift* Instagram account, the practice of buying and selling used clothes on the *shophouse.thrift* Instagram account uses a greeting contract or buying and selling orders. According to Islamic law, buying and selling greetings must fulfill the pillars and conditions, namely the *ṣighat* contract, two people who are in the contract, and the object of the contract. In practice, the sale and purchase of used clothing on the *shophouse.thrift* account has met the conditions and pillars of buying and selling orders or salam contracts.

**Keywords: Fiqh Muamalah, Sale and Purchase, Salam Agreement**

**PENDAHULUAN**

Manusia sebagai makhluk individu yang memiliki berbagai keperluan hidup, telah disediakan oleh Allah Swt beragam benda yang dapat memenuhi kebutuhannya. Dalam rangka pemenuhan kebutuhan yang beragam tersebut tidak mungkin diproduksi sendiri oleh individu yang bersangkutan, dengan kata lain dia harus bekerja sama dengan orang lain. Manusia dijadikan Allah swt sebagai makhluk sosial yang tidak lepas dari kehidupan bermasyarakat, membutuhkan antara satu dengan yang lain, sehingga terjadi interaksi dan kontak sesama manusia lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya, dan manusia berusaha mencari karunia Allah Swt yang ada di muka bumi ini sebagai sumber ekonomi. Interaksi manusia dengan segala tujuannya tersebut diatur dalam Islam

dalam bentuk ilmu yang disebut fiqh muamalah, berbeda dengan fiqh lain seperti fiqh ibadah, fiqh muamalah lebih bersifat fleksibel.<sup>1</sup>

Dan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dilakukanlah salah satunya praktik jual beli. Semakin majunya peradaban semakin banyak macam jual beli, contohnya dalam perkembangan teknologi internet yang mana menjadikan hal tersebut sebagai gaya hidup, seperti maraknya penjualan melalui internet atau media sosial.

Jual beli barang merupakan transaksi paling sering dilakukan dalam dunia perniagaan (bisnis), bahkan secara umum adalah bagian terpenting dalam aktivitas usaha. Kalau asal dari jual beli adalah disyariatkan, sesungguhnya di antara bentuk jual beli ada yang diharamkan dan ada juga yang diperselisihkan hukumnya. Oleh sebab itu, menjadi satu kewajiban bagi seorang usahawan Muslim untuk mengenal hal-hal yang menentukan sahnya usaha jual beli, dan mengenal mana yang halal dan mana yang haram dari kegiatan itu. Jual beli adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang yang dilakukan dengan jalan melepaskan hak milik dari satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.<sup>2</sup>

Media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens. Nasrullah (2015) mengungkapkan bahwa situs jejaring sosial atau media sosial merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktifitas atau bahkan pendapat pengguna, juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.<sup>3</sup>

Penggunaan internet sebagai media perdagangan semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan oleh berbagai manfaat yang dirasakan oleh konsumen dan produsen, di mana mereka yang menggunakan jual beli online ini merasa puas dengan system yang digunakan, dari berkurangnya biaya barang dan jasa, serta meningkatkan kepuasan konsumen menyangkut kecepatan dalam menerima barang dengan kualitas baik dan sesuai dengan harganya.

Berbelanja atau melakukan transaksi di media sosial berbeda dengan bertransaksi di dunia nyata, di mana kita secara langsung melihat barang yang akan dibeli. Transaksi jual beli di media sosial memungkinkan pembeli untuk bertransaksi dengan cepat dengan biaya yang murah tanpa harus melalui proses yang berbelit. Pihak pembeli hanya akan mengakses *website* perusahaan yang mengiklankan produknya di media social, yang kemudian pembeli cukup mempelajari dan memahami ketentuan-ketentuan yang di syaratkan pihak penjual.

---

<sup>1</sup> Abdul Munib, *Hukum Islam Dan Muamalah (Asas-asas hukum Islam dalam bidang muamalah)*, Jurnal Penelitian dan Keagamaan Vol.5.No.1, Februari 2018, h. 73.

<sup>2</sup> Sohari Sahrani dan Rufah Abdullah, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 65.

<sup>3</sup> Gunawan Saleh. Ribka Pitriani, *Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya "Alone Together"*, Jurnal Komunikasi, Vol. 10, No. 2, Desember 2018, h. 104.

Di Indonesia banyak orang yang kurang mampu memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga banyak orang yang hanya bisa membeli pakaian bekas dari pada pakaian baru, akibat perekonomian yang sangat lemah. Secara logika pakaian bekas ialah pakaian yang memiliki banyak kekurangan atau cacat. Selain melihat barang yang dijual, pembeli membutuhkan tempat, sehingga bisa melihat barangnya secara langsung dan mengidentifikasi kecacatan barang tersebut sesuai atau tidak dengan kekurangan barang yang dijual, karena cacat menurut bahasa adalah apa-apa yang dapat menghilangkan kejadian suatu barang yang menyebabkan berkurangnya keaslian barang tersebut.

Dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' (4): 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝ ٢٩

“Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu makan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali dengan jalan secara perniagaan dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”

Ayat al-Quran di atas menjelaskan larangan untuk memakan harta yang didapatkan secara batil atau tidak benar. Permasalahan dalam harta yang batil tidak selalu membicarakan zat yang terkandung dalam harta tersebut, namun juga berkaitan dengan jalan yang ditempuh untuk mendapatkannya.<sup>4</sup> Ayat ini juga melarang manusia untuk melakukan perbuatan tercela dalam mendapatkan harta. Allah melarang manusia untuk tidak melakukan penipuan, kebohongan, perampasan, pencurian, atau perbuatan lain, secara bathil untuk mendapatkan harta benda. Tetapi dengan cara jual beli yang baik yaitu didasari atas suka sama suka.

Kegiatan transaksi jual beli dapat dikatakan sah tergantung kepada terpenuhinya atau tidak rukun-rukun dan syarat transaksi tersebut, begitu pula dalam praktik jual beli pakaian bekas di media sosial Instagram, penjual hanya mengupload foto-foto barang dagangannya di laman Instagramnya dengan memberikan keterangan harga dan *contact person* yang dapat dihubungi. Jika pembeli berminat maka pembeli dapat menghubungi nomor tersebut dan melakukan negosiasi dengan penjual.

الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ، وَلَا يَجِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَّهُ لَهُ

“Seorang muslim itu saudara bagi muslim yang lain. Tidak halal bagi seorang muslim menjual suatu barang kepada saudaranya, sementara barang itu ada cacat/rusaknyanya kecuali ia harus menerangkannya kepada saudaranya (yang akan membeli tersebut).” (HR. Ibnu Majah)<sup>5</sup>

Ketika Rasulullah *shallallahu alaihi wa sallam* melewati sebuah pasar, beliau mendapati penjual makanan yang menumpuk bahan makanannya. Bisa jadi seperti tumpukan biji-bijian, ada yang di atas ada yang di bawah. Bahan makanan yang di atas tampak bagus, tidak ada cacat atau rusak. Namun, ketika memasukkan

<sup>4</sup> Zaki Mirshad, *Larangan Medapatkan Harta Secara Bathil (Perbandingan Penafsiran Al-Baghawi Dan Ibnu Asyur Terhadap Surat An-Nisa' Ayat 29)*, (Skripsi: IAIN Sunan Ampel, 2012), h. 4.

<sup>5</sup> HR. **Ibnu Majah**, no. 2246, dinilai sahih oleh Syaikh al-Albani dalam *Shahih Ibnu Majah dan Irwaul Ghalil*, no. 1321.

jemari beliau ke dalam tumpukan bahan makanan tersebut, beliau mendapati ada yang basah karena kehujanan. Artinya, bahan makanan itu ada yang cacat atau rusak. Penjual meletakkannya di bagian bawah agar hanya bagian yang bagus yang dilihat pembeli. Rasulullah *shallallahu alaihi wa sallam* pun menegur perbuatan tersebut dan mengecam sedemikian kerasnya. Sebab, hal ini berarti menipu pembeli. Pembeli akan menyangka bahwa seluruh bahan makanan itu bagus. Seharusnya seorang mukmin menerangkan keadaan barang yang akan dijualnya, terlebih lagi apabila barang tersebut memiliki cacat atau aib.<sup>6</sup>

Dalam realitasnya jual beli pakaian bekas tidak diketahui oleh pembeli dalam hal kecacatan si barang tersebut. Tidak sedikit dari beberapa penjual sering menyembuyikan kecacatan dari pakaian bekas yang mereka jual. Dari tingkat kejujuran terhadap barang dagangannya, sebagian dari mereka masih ada yang tidak mengatakan atau menjelaskan keadaan sebenarnya barang yang diperjualbelikan.

Demikian juga yang penulis temukan pada jual beli pakaian bekas di media sosial Instagram pada akun *shophouse.thrift* di mana penjual hanya memposting barang yang akan dijualnya, dengan beberapa keterangan seperti ukuran lingkaran dada, dan Panjang untuk baju, sedangkan celana dengan keterangan Panjang, ukuran lingkaran paha, serta lingkaran pinggang, dan biasanya penjual selalu meletakkan kata-kata seperti "produk no minus". Kemudian pembeli yang berminat bisa mengirim pesan melalui *direct message* akun tersebut, yang nantinya penjual mengirim nomor *whatsapp* agar bisa berkomunikasi dengan penjual melalui aplikasi pesan tersebut, barulah penjual dan pembeli melakukan negosiasi.

Masalah-masalah dalam jual beli online seperti ini terdapat kelemahan pada produk yang ditawarkan dalam gambar, meskipun terdapat keterangan pada gambar, seperti ukuran-ukuran barang, namun tetap saja keterangan yang kurang jelas menyebabkan ketidak tahuan pembeli, hanya karena tertarik dengan tampilan gambarnya pembeli jadi membelinya. Padahal pada prakteknya dan kenyataannya tetap banyak terjadi kecurangan seperti produk yang dikirim dalam keadaan cacat, atau tidak sesuai dengan yang ada di gambar dan keterangan produknya.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Lapangan (*Field research*). Dengan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang menghasilkan kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang temuannya tidak diperoleh dari prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Abu Ishaq Muslim al-Atsari, *Kejujuran Dalam Jual Beli*, Asy Syariah, Edisi 025, Oktober 2020, hal. 1.

<sup>7</sup> Muhammad Shodiq & Imam Muttaqien, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 4.

Subjek penelitian ini adalah akun Instagram *Shophouse.thrift* yang menjual pakaian bekas. Sedangkan objek penelitiannya adalah praktek jual beli pakaian bekas di media sosial Instagram (studi pada akun *Shophouse.thrift* di Instagram). Penelitian ini dilakukan pada Akun Instagram *Shophouse.thrift*.

populasi penjual/pemilik akun berjumlah 1 orang sedang pembeli di bulan Agustus s/d september 2021 sebanyak 48 orang yang dilihat dari jumlah postingan di akun Instagram tersebut.

Dari jumlah populasi penulis mengambil sampel dengan menggunakan teknik *total sampling*, yaitu metode pengambilan sampel seluruhnya dari jumlah populasi, atau dikenal juga dengan istilah *sampling jenuh* yaitu teknik penarikan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Agar lebih akurat dan relevan dengan rancangan penelitian. Sumber Data yang digunakan adalah Data primer, Data Sekunder.

Untuk mengumpulkan data yang akurat guna mengungkapkan permasalahan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data Observasi, Wawancara, Angket, Dokumentasi.

## **PEMBAHASAN**

### **Praktek Jual Beli Pakaian Bekas di Media Sosial Instagram pada Akun *Shophouse.thrift***

Kemajuan perkembangan teknologi pada masa ini terlihat dengan banyaknya orang-orang yang melakukan perdagangan melalui media sosial. Salah satu contohnya jual beli barang bekas di media sosial Instagram yang biasa disebut dengan *thrift*, padahal ada pasar khusus yang menjual barang bekas yang masih layak pakai. Namun, banyak orang merasa melakukan transaksi jual beli secara online memberikan manfaat, seperti meringankan biaya dan waktu.

Jual beli merupakan suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban/perikatan untuk memberikan sesuatu yang dalam hal ini terwujud dalam bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh produsen dan penyerahan uang oleh konsumen.<sup>8</sup> Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam praktik jual beli terjadi transaksi, di mana peralihan hak dan kepemilikan dari satu tangan ketangan lain dengan didasari suka sama suka dan kerelaan.

Pemilik akun mendapatkan pakaian bekas ini melalau distributor secara bal bal-an dengan harga kisaran Rp. 500.000,- s/d Rp. 1.500.000,- untuk karung ukuran kurang lebih 20 kg. Selatah medapatkan pakaian tersebut, penjual mencuci pakaian tersebut, lalu setelah kering penjual memfoto pakaian bekas yang sudah dicuci tadi yang kemudian di posting pada akun *Shophouse.thrift* untuk dijual kepada publik. Penjual memposting barang yang akan dijualnya, dengan beberapa keterangan seperti ukuran lingkaran dada, dan Panjang untuk baju, sedangkan celana dengan keterangan Panjang, ukuran lingkaran paha, serta lingkaran pinggang, dan

---

<sup>8</sup> Gunawan Widjaja dan Kartini Muljadi, *Jual Beli*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 7

biasanya penjual selalu meletakkan kata-kata seperti “produk no minus” beserta harganya.<sup>9</sup>

Sebagian besar konsumen sudah mengetahui bahwa pakaian-pakaian tersebut adalah pakaian bekas yang didatangkan dari berbagai negara seperti, China, Korea Jepang dll. *Merknnya* yang terkenal di negara-negaranya sering dicari oleh para pembeli seperti *merk* Uniqlo, GU, Zara, Adidas, Ralph Lauren, Polo Jeans, Giordano dan sebagainya, penjual juga memberikan keleluasaan kepada konsumen untuk memilih barang sesuai keinginan pembeli.

Adapun sistem jual beli pada akun Instagram *shophouse.thrift* ialah pembeli mengirim pesan kepada akun Instagram *shophouse.thrift* menanyakan perihal barang yang membuatnya tertarik, yang kemudian pembeli memberikan no *whatsapp* untuk melanjutkan transaksinya. Jika telah sama-sama menyetujui atau rela maka akan masuk pada tahap penjual mengirim barang yang di beli oleh pembeli melalui kurir atau ekspedisi sekitar 4-7 hari tergantung jarak kota tempat pembeli dari kota penjual.

**Gambar 1 gambar layar pembeli dengan penjual melalui aplikasi whatsapp**



Sumber : tangkapan layar Whatsapp penjual pakaian bekas pada akun *shophouse.yhrift*

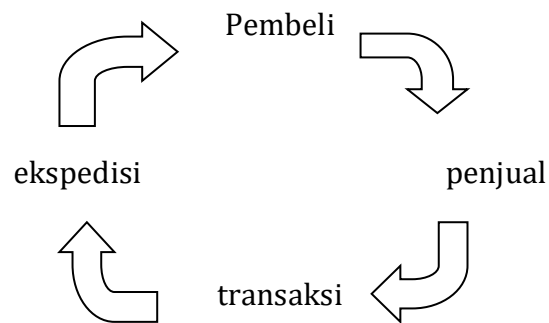
Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa penjual menanyakan barang terlebih dahulu dan dianggapi baik oleh penjualnya, menyebutkan harga sesuai dengan keadaan barang yang akan dibeli.

Tidak sedikit pembeli yang hanya menanyakan barang untuk mengetahui kejelasan barang, seperti harga dll. Namun tidak jadi membeli pakaian bekas yang dijual di akun *shophouse.thrift*.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Miftahur Rahma, Pemilik akun, *Wawancara*, Pekanbaru, 20 Mei 2022

<sup>10</sup> Miftahur Rahma, Pemilik akun, *Wawancara*, Pekanbaru, 20 Mei 2022

**Gambar 2**  
gambaran rantai jual beli yang terjadi pada akun *shophouse.thrift*



Dari gambar rantai jual beli di atas dapat dijelaskan sebagai berikut, dimana pembeli akan menghubungi penjual untuk menanyakan barang yang diinginkan pembeli, kemudian akan direspon oleh penjual, yang mana akan masuk kepada transaksi jika penjual dan pembeli telah sama-sama menyetujui barang yang diinginkan pembeli tadi, kemudian barang akan dikirim melalui kurir ekspedisi, hingga barang akan sampai kepada pembeli.

Konsumen pakaian bekas rata-rata masyarakat menengah kebawah, namun tidak sedikit juga pakaian bekas yang harganya mahal karena merk yang sudah terkenal dari pada merk-merk baju lainnya. Banyak konsumen dari kalangan anak muda dan mahasiswa yang mencari merk baju sesuai dengan merk yang mereka sukai. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 1**  
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	11	22,9%
2	Perempuan	32	77,1%
<b>Jumlah</b>		<b>48</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan table di atas, menunjukkan bahwa jawaban kuesioner oleh para pembeli dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jumlah laki-laki. Untuk perempuan sebanyak 32 orang atau 77,1% dari 48 sampel, dan laki-laki sebanyak 11 orang atau 22,9% dari 48 sampel.

2. Berdasarkan kelompok usia

**Table 2**  
Karakteristik responden berdasarkan kelompok usia

No	Umur	Frekuensi	Presentase
1	15-20 Tahun	5	10,5%
2	21-25 Tahun	40	83,4%
3	26-30 Tahun	3	6,2%
<b>Jumlah</b>		<b>48</b>	<b>100%</b>



Dari table di atas dapat dilihat bahwa klasifikasi responden terbesar pada kelompok umur 21-25 tahun yaitu 40 responden atau 83,4%.

3. Berdasarkan pekerjaan

**Table 3**  
**Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Pelajar	2	4,2%
2	Mahasiswa	30	62,5%
3	Tenaga pendidik	2	4,2%
4	Lainnya	16	33,3%
<b>Jumlah</b>		<b>48</b>	<b>100%</b>

Dari table di atas dapat diketahui bahwa klasifikasi responden terbanyak terdapat pada responden yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa yaitu sebanyak 30 orang atau 62,5%. Responden terbanyak kedua, responden yang memiliki pekerjaan selain pelajar, mahasiswa dan tenaga pendidik, dimana berjumlah 16 orang atau sebanyak 33,3%. Responden terkecil terdapat pada pemilik pekerjaan pelajar dan tenaga pendidik, dengan jumlah responden sama-sama 2 atau 4,2%.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti dengan para konsumen melalui kuesioner, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang menjadi gambaran perilaku konsumen terhadap praktek jual beli pakaian bekas secara online di instagram pada akun *shophouse.thrift*. Untuk lebih jelas mengenai data dalam transaksi jual beli di akun instagram *shophouse.thrift*, maka akan di jelaskan satu persatu sebagai berikut:

**Table 4**  
**Tanggapan responden terhadap ketidak jelasan atas pakaian bekas yang di jual di akun *shophouse.thrift* itu sudah menjadi resiko pembeli saat melakukan jual beli secara online**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (100%)</b>
Ya	38	79,2%
Tidak	10	20,8%
Mungkin	0	0
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Dari tabel diatas dapat dinyatakan bahwa konsumen mengetahui resiko yang akan ditanggungnya ketika melakukan pembelian secara online, karena ketidak jelasan barang karena ada 38 orang atau 79,2% yang menjawab pertanyaan dengan Ya.

**Table 5**  
**Tanggapan responden terhadap pembelian pakaian bekas bermerk di akun *shophouse.thrift* hanya untuk mengikuti tren**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Ya	9	18,3%
Tidak	39	81,8%
Mungkin	0	0
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa konsumen tidak selalu membeli pakaian bekas untuk mengikuti *trend*, dapat dilihat dari hasil data bahwa suara terbanyak, 39 pembeli atau 81,8% menjawab tidak, sedangkan 9 orang atau 18,3% menjawab Ya.

**Table 6**  
**Tanggapan responden terhadap penjual/pemilik akun *shophouse.thrift* selalu jujur atas barang yang dijualnya**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Ya	7	14,6%
Tidak	5	10,4%
Mungkin	36	75%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa responden terlihat memiliki keraguan terhadap kejujuran dari penjual pakaian bekas di akun instagram *shophouse.thrift* dengan total 36 responden atau 75%, 7 orang atau 14,6% menjawab Ya dan 5 orang atau 10,4% menjawab Tidak.

**Table 7**  
**Tanggapan responden terhadap respon penjual ketika pembeli mengirim pesan (bertanya barang dan sebagainya)**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (100%)</b>
Ya	41	85,4%
Tidak	7	14,6%
Mungkin	0	0
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa 41 responden atau 85,4% menjawab Ya, 7 atau 14,6% menjawab Tidak. Jadi dari pernyataan di atas dapat dinyatakan bahwa penjual merespon dengan baik ketika pembeli mengirim pesan menanyai perihal barang dagangnya. Namun masih ada 7 orang atau 14,6% pembeli menjawab Tidak, dengan alasan sangat lambat dalam merespon pesan yang dikirim pembeli.

**Table 8**  
**Tanggapan responden terhadap rentannya resiko penipuan akibat ketidakjujuran penjual ketika melakukan jual beli online**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (100%)</b>
Ya	36	75%
Tidak	12	25%
Mungkin	0	0
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa 36 pembeli atau 75% menjawab Ya dan 12 orang atau 25% menjawab tidak. Maka Sebagian besar pembeli meyakini bahwa membeli pakaian bekas secara online rentan terhadap resiko penipuan karena penjual yang tidak jujur dalam menjual dagangannya.

**Table 9**  
**Tanggapan responden terhadap alasan pembelian pakaian bekas di akun *shophouse.thrift* karena harganya murah**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Ya	37	77,1%
Tidak	11	22,9%
Mungkin	0	0
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa 37 pembeli atau 77,1% menjawab Ya dan 11 orang atau 22,9% menjawab tidak. Jadi dapat dinyatakan bahwa banyak pembeli yang membeli pakaian bekas karena harganya murah, namun masih ada beberapa yang menjawab tidak, berarti 11 orang tidak membeli pakaian bekas karena harganya murah.

**Table 10**

**Tanggapan responden terhadap penjual menjelaskan keadaan barang dengan jujur**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Ya	32	66,7%
Tidak	16	33,3%
Mungkin	0	0
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa 32 atau 66,7% pembeli menjawab Ya dan 16 atau 33,3% pembeli menjawab Tidak. Dari pernyataan di atas dapat dinyatakan bahwa penjual atau pemilik menjelaskan keadaan barangnya kepada 32 responden, namun penjual juga tidak menjelaskan keadaan barangnya dengan jujur kepada pembeli, karena masih ada 16 pembeli yang menjawab Tidak.

**Table 11**

**Tanggapan responden terhadap alasan pembelian pakaian bekas di akun *shophouse.thrift* karena *merknya***

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Ya	27	56,3%
Tidak	21	43,8%
Mungkin	0	0
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa 27 pembeli atau 56,3% menjawab Ya, dan 21 atau 43,8% pembeli menjawab Tidak. Dari pernyataan di atas dapat dinyatakan bahwa kebanyakan responden tertarik membeli pakaian karena *merknya*. Namun 21 responden membeli pakaian bekas tidak dikarenakan *merknya*.

**Table 12**

**Tanggapan responden terhadap kepuasan dalam berbelanja pakaian bekas secara online**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Ya	28	58,3%
Tidak	20	41,7%
Mungkin	0	0
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan data di atas dapat dilihat ada 28 orang atau 58,3% menjawab Ya dan 20 orang atau 41,7% menjawab Tidak. Maka dari pernyataan di atas dapat dinyatakan bahwa Sebagian besar pembeli merasa puas dengan berbelanja online, namun Sebagian lagi tidak merasa puas dengan berbelanja online.

Berdasarkan hasil observasi yang penulis dapat selama penelitian pada akun instagram *shophouse,thrift* bahwa rata-rata konsumen pakaian bekas

online itu dari kalangan mahasiswa. Dilihat dari Sebagian konsumen yang menjawab pertanyaan yang penulis berikan, di mana penerapan akad salam pada jual beli pakaian bekas pada akun instagram *shophouse.thrift* sudah diterapkan dengan baik dan sesuai syariat Islam,

### **Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktek Jual Beli Pakaian Bekas Di Media Sosial Instagram Pada Akun *Shophouse.Thrift***

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak akan terlepas dari proses transaksi jual beli, Namun sejatinya, baik pertukaran dengan cara barter atau dengan cara menggunakan uang, keduanya adalah termasuk ke dalam akad jual beli (S Purnamasari, 2022), sebagai akibat dari pemenuhan kebutuhan yang tidak mungkin terpenuhi dengan sendirinya tanpa adanya proses jual beli. Jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.<sup>11</sup>

Penerapan prinsip dasar jual beli bersifat fleksibel (tidak mempersempit) sehingga segala bentuk jual beli dapat dinyatakan sah selama jual beli tersebut telah memenuhi rukun dan syarat jual beli tersebut. Rukun jual beli yang harus terpenuhi yaitu:

Rukun jual beli yang harus terpenuhi yaitu:

- a. Ada orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli).
- b. Ada *shighat* (lafal *ijab* dan *qabul*).
- c. Ada barang yang dibeli.
- d. Ada nilai tukar pengganti barang.<sup>12</sup>

Salah satu jual beli yang sedang berkembang saat ini adalah jual beli online. Dan salah satu contohnya adalah praktik jual beli pakaian bekas dalam akun instagram *shophouse.thrift* yang menggunakan media online sebagai sistem transaksi jual beli.

Pada dasarnya, mekanisme jual beli online atau sama dengan mekanisme jual beli biasa. Dalam jual beli online secara fisik penjual dan pembeli tidak bertemu di suatu tempat sebagai majelis akad, namun mereka bertemu dalam satu majelis yang dimaksud sebagai majelis maya. Akad dalam jual beli dapat dilakukan dengan berbagai cara dan melalui berbagai media. Yang terpenting adalah substansi akad tersebut dapat dipahami maksudnya oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi sebagai suatu kerelaan untuk melakukan transaksi.

Sebagaimana dalam al-Quran Surat an-Nisa': 4 ayat 29 yang tertuang melalui kata "suka sama suka" sebagai representasi dari asas kerelaan. Surat an-Nisa:(4) ayat 29:

---

<sup>11</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 68-69.

<sup>12</sup> Nasrun Harun, *Op.Cit*, h. 115.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ  
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Jual beli salam atau yang di sebut juga jual beli pesanan, merupakan suatu akad jual beli yang mana menyediakan barang dengan ciri-ciri tertentu yang diserahkan pada waktu tertentu dengan pembayaran harga dimuka atau pada saat akad.

Kebolehan jual beli salam ini telah dijelaskan firman Allah Swt. QS. Al-Baqarah (2):282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ... ٢٨٢

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah dan tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kalian menuliskannya...”

Dari ayat di atas dijelaskan bahwa transaksi secara tidak tunai itu di perbolehkan, dengan ketentuan waktu harus jelas.

Ibnu Abbas, sahabat Rasulullah saw menyatakan bahwa ayat ini mengandung hukum jual beli pesanan yang ketentuan waktunya harus jelas. Alasan lainnya adalah sabda Rasulullah saw yang berbunyi:

حَدِيثُ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ : قَدِمَ أَنبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسَلِّفُونَ بِالنَّمْرِ السَّنَتَيْنِ وَالثَّلَاثَ، فَقَالَ : مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مَعْلُومٍ

“Diriwayatkan dari Ibnu ‘Abbas r.a., ia berkata: “Nabi saw datang ke Madinah. Dan mereka (penduduk Madinah) biasa mengutang kurma selama dua tahun tiga bulan. Lalu Nabi saw berkata: “Siapa saja yang mau mengutang sesuatu, maka harus dengan takaran yang jelas, timbangan yang jelas dan jangka waktu yang jelas.”(Riwayat al-Bukhari dan Muslim).<sup>13</sup>

Jika dilihat dari pengertian salam terdapat unsur-unsur yang terdapat pada jual beli online dalam kaitannya dengan jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *shophouse.thrift* yaitu uang harga barang dibayarkan secara tunai di awal akad, sedangkan barang yang dibeli diberikan setelah pembayaran diselesaikan, spesifikasi barang yang dibeli pun telah disebutkan pada waktu perjanjian dibuat.

Pemilik akun membuat akad pemesanan dari pembeli kepadanya, dengan syarat uang dikirim tunai seluruhnya pada saat itu juga oleh pemesan, lalu pemilik akun mengemasnya untuk segera dikirim kepada pembeli.

<sup>13</sup> Al-Bukhari: *Shahih al-Bukhari*, juz III, h. 111, dan Muslim: *Shahih Muslim*, juz III, h. 1227.

Dari segi rukun dan syarat juga terdapat kesamaan mekanisme jual beli salam dengan jual beli online pada praktik jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *sophouse.thrift*:

1. Segi rukun
  - a. Şighat, yaitu ijab dan qabul  
yaitu adanya proses pemesanan boneka fitur bicara melalui akun Instagram *shophouse.thrift* dan media jejaring sosial yang lain seperti aplikasi whatsapp.
  - b. Dua orang yang melakukan transaksi, yaitu pembeli pakian bekas pada akun Instagram *shophouse.thrift* selaku pemesan dan pemilik akun Instagram *shophosue.thrift* selaku penerima pesanan, yang mana transaksi dilakukan melalui media jejaring sosial instagram dan whatsapp yang memungkinkan pemesan dan penjual untuk melakukan percakapan dalam rangka pemesanan produk yang akan dipesan tersebut, percakapan tidak akan berjalan jika kedua belah pihak tidak saling membalas pesan yang dikirim oleh salah satu pihak di antara mereka.
  - c. Objek transaksi, yaitu harga pakaian bekas dan barang yang dipesan berupa pakaian bekas
2. Segi syarat
  - a. Pembayaran harus dilakukan seluruhnya ketika akad telah disepakati. Begitu pula pada praktik jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *shophouse.thrift*, yang melakukan system pembayaran di awal.
  - b. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan utang. Begitu pula dengan praktek jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *shophouse.thrift* pembayaran harus dilakukan sebelum barang diterima oleh pembeli.
  - c. Barangnya menjadi tanggungan bagi penjual. Begitu pula yang diterapkan dalam praktek jual beli pakaian bekas pada akun Instagram *shophouse.thrift*, barang yang telah dipesan menjadi tanggungan bagi penjual yaitu pemilik akun Instagram *shophouse.thrift*, kemudian setelah pembayaran diselesaikan barang akan diserahkan kepada pemesan sesuai dengan kesepakatan di awal akad.
  - d. Barangnya dapat diberikan sesuai waktu yang dijanjikan. Dalam praktek jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *shophouse.thrift* waktu penyerahan barang dihitung sejak dilunasinya pembayaran dan barang dikirimkan, kemudian barang akan sampai pada pemesan tiga atau tujuh hari tergantung pada jasa pengiriman barang.
  - e. Barang tersebut hendaklah jelas ukurannya, takarannya, ataupun bilangannya, menurut kebiasaan cara menjual barang semacam itu. Sebelum melakukan pemesanan, pihak penjual yaitu pemilik akun instagram *shophouse.thrift* telah memaparkan spesifikasi mengenai pakaian bekas yang dijualnya di instagram.

- f. Diketahui dan disebutkan sifat-sifat dan macam barangnya dengan jelas. Penjelasan mengenai sifat dan macam barang telah dijelaskan oleh pemilik akun Instagram *shophouse.thrift* dalam akun intagram tersebut.
- g. Disebutkan tempat menerimanya. Pemesan pada akun Instagram *shophouse.thrift* telah menyebutkan tempat penerima pesanan pada saat mengisi formulir pembelian atau pemesanan barang.

Semua unsur dalam jual beli salam terdapat pada praktek jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *shophouse.thrift*. Namun, akad jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *shophouse.thrift* dapat dilarang apabila tidak terpenuhi rukun atau syarat jual beli secara umum maupun dalam jual beli salam.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, praktek jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *shophouse.thrift* diperbolehkan menurut Islam, sebab tidak terdapat cacat, yaitu spesifikasi barang yang diperjualbelikan itu telah diketahui, baik jenis, kualitas maupun kuantitasnya, dan harga yang telah tertera pada akun instagram tersebut, serta tidak mengandung unsur paksaan, unsur tipuan maupun kemudharatan.

## **KESIMPULAN**

Praktik jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *shophouse.thrift* di mana transaksi dilakukan melalui jejaring sosial seperti instagram dan whatsapp. Dengan cara pembeli memesan terlebih dahulu produk yang diinginkan, setelah itu pembeli dapat mengirimkan biaya pembayaran melalui transfer uang di bank kepada penjual. Setelah melakukan pembayaran, penjual akan mengirimkan barang ke alamat yang telah disepakati dengan menggunakan jasa pengiriman barang atau secara langsung.

Berdasarkan pada pemaparan mengenai praktek jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *shophouse.thrift*, maka Praktik jual beli pakaian bekas dalam akun Instagram *shophouse.thrift* menggunakan akad salam atau jual beli pesanan. Yang menurut hukum Islam jual beli salam harus memenuhi rukun dan syarat yaitu *ṣighat* akad, dua orang yang berakad, serta objek akad. Dalam praktiknya bahwa jual beli pakaian bekas pada akun *shophouse.thrift* sudah memenuhi syarat dan rukun jual beli pesanan atau akad salam.



## REFERENSI

- Abdul Munib, *Hukum Islam Dan Muamalah (Asas-asas hukum Islam dalam bidang muamalah)*, Jurnal Penelitian dan Keagamaan Vol.5.No.1, Februari 2018
- Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011)
- Abu Ishaq Muslim al-Atsari, *Kejujuran Dalam Jual Beli*, Asy Syariah, Edisi 025, Oktober 2020
- Al-Bukhari: *Shahih al-Bukhari*, juz III, h. 111, dan Muslim: *Shahih Muslim*, juz III.
- Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010)
- Gunawan Saleh. Ribka Pitriani, *Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya "Alone Together"*, Jurnal Komunikasi, Vol. 10, No. 2, Desember 2018
- Gunawan Widjaja dan Kartini Muljadi, *Jual Beli*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003)
- Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011)
- HR. *Ibnu Majah*, no. 2246, dinilai sahih oleh Syaikh al-Albani dalam *Shahih Ibnu Majah dan Irwaul Ghalil*
- Ibal Hasan, *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002)
- Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006)
- Muhammad Shodiq & Imam Muttaqien, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013)
- Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta Kencana, 2006)
- Sohari Sahrani dan Rufah Abdullah, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)
- Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), Cet. Ke-4
- Zaki Mirshad, *Larangan Medapatkan Harta Secara Bathil (Perbandingan Penafsiran Al-Baghawi Dan Ibnu Asyur Terhadap Surat An-Nisa' Ayat 29)*, (Skripsi: IAIN Sunan Ampel, 2012)