



## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM TRANSAKSI JUAL BELI BARANG *OUTFIT* PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS AL ASYARIAH MANDAR)

Muhammad Irwan<sup>1</sup>, Marwah S<sup>2\*</sup>, Muh. Adam<sup>3</sup>, Iwan<sup>4</sup>

<sup>1</sup>STIEB Insan Madani Mandar  
<sup>2,3,4</sup>Universitas Al Asyariah Mandar

\*E-mail: msamunding@gmail.com

Received: 26-05-2025

Revised: 28-05-2025

Accepted: 29-05-2025

### Abstract

The purpose of this research is to find out how Al Asyariah Mandar University students use social media for the purpose of buying and selling outfits, and how Islamic law views this practice. This type of research is descriptive, collecting data and describing a phenomenon in accordance with observations made in the field. Making descriptions, pictures, or paintings methodically, factually, and accurately is the purpose of descriptive research. The research findings show that, based on the practice of using social media in buying and selling clothing goods carried out by students at Al Asyariah Mandar University, the author can take the results of several students interviewed, both sellers and buyers in using social media, namely in the buying and selling practices carried out. Specifically in the use of social media for buying and selling, it is true that the business it runs gets a big advantage from its use, but sometimes there is a negative value associated with this practice, namely when ordering the desired goods sometimes does not match the expectations of the buyer. the perspective of Islamic law related to buying and selling carried out by students of Al Asyariah Mandar University is very much in accordance with what is prescribed by Islamic law, both from the pillars and conditions of buying and selling carried out by students of Al Asyariah Mandar University.

**Keywords:** *Buying and Selling, Islamic Law, Outfit Goods, Social Media*

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar menggunakan media sosial untuk tujuan jual beli barang *outfit*, serta bagaimana hukum Islam memandang praktik tersebut. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif, mengumpulkan data dan mendeskripsikan suatu fenomena sesuai dengan pengamatan yang dilakukan di lapangan, Membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara metedis, faktual, dan akurat adalah tujuan dari penelitian deskriptif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa, berdasarkan praktik penggunaan media sosial dalam jual beli barang pakaian yang dilakukan oleh mahasiswa di Universitas Al Asyariah Mandar, penulis dapat mengambil hasil dari beberapa mahasiswa yang diwawancarai, baik penjual maupun pembeli dalam menggunakan media sosial, yaitu dalam praktik jual beli yang dilakukan. Secara spesifik dalam penggunaan media sosial untuk jual beli, memang benar bahwa bisnis yang dijalankannya mendapatkan keuntungan yang besar



dari penggunaannya, akan tetapi terkadang ada nilai negatif yang terkait dengan praktik tersebut, yaitu ketika pemesanan barang yang diinginkan terkadang tidak sesuai dengan harapan pembeli. Dalam perspektif hukum Islam, jual beli yang dilaksanakan mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar sudah sangat sesuai dengan apa yang disyariatkan oleh hukum Islam, baik dari rukun maupun syarat jual beli yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar.

**Kata kunci:** *Barang Outfit, Hukum Islam, Jual Beli, Media Sosial*

## Pendahuluan

Hukum dan pedoman syariah mengatur transaksi ekonomi dalam Islam. Allah telah memerintahkan para pengikutnya untuk beribadah kepada-Nya dengan segenap kemampuan mereka saat berada di bumi dan menggunakan segala cara untuk bertahan hidup. Untuk memastikan bahwa upaya mereka menghasilkan hasil yang halal dan beruntung, bebas dari hawa nafsu dan egoisme semata, Allah telah memberikan batasan dan pedoman etika dalam hal ini.

Dalam bahasa Arab, jual beli dikenal dengan istilah *al-mubadalah*, atau saling menukar. Sedangkan syara' mendefinisikan jual beli sebagai pertukaran harta dengan harta, antara benda dengan benda lain atas dasar saling merelakan, atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibenarkan syara'. Secara umum, Islam tidak melarang perdagangan atau perniagaan kecuali jika melibatkan aspek ketidakadilan, penipuan (*gharar*), eksploitasi, atau penjualan produk yang dilarang. Dalam Islam, perdagangan dilakukan dengan tujuan untuk menguntungkan kedua belah pihak. Oleh karena itu, riba dilarang (haram) dalam Islam karena melibatkan pihak yang dirugikan dan pihak yang diuntungkan. (Elvyo Salsabella, 2020).

Media sosial telah muncul sebagai tren dalam komunikasi pemasaran di era digital. Media sosial mengacu pada *Platform online* seperti blog, jejaring sosial, forum, dan dunia virtual di mana orang dapat dengan mudah terlibat, berbagi, dan menghasilkan informasi. *Platform* media sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia adalah blog dan jejaring sosial (Achmad, 2020). Media sosial juga memiliki tujuh potensi penggunaan dalam bisnis: identifikasi pelanggan, komunikasi timbal balik, berbagi informasi untuk mengetahui produk apa yang disukai pelanggan, keberadaan pelanggan, hubungan antar pelanggan berdasarkan lokasi dan pola interaksi, persepsi pelanggan terhadap perusahaan, dan pembentukan kelompok pelanggan. Distribusi dengan bantuan teknologi juga dapat memperluas jumlah barang yang dapat dikirim ke pelanggan.

Para pelajar sangat antusias menggunakan media sosial untuk membeli dan menjual. Selain fakta bahwa media sosial dapat membantu pelajar dalam kehidupan sehari-hari, salah satu keuntungan dari penggunaan media sosial bagi pelajar adalah kemudahan dalam memesan barang yang mereka minati secara *online*. Contoh barang-barang tersebut antara lain buku, kaos, dan barang-barang lainnya. Meskipun media sosial menawarkan banyak keuntungan untuk jual beli pelajar, terdapat juga kekurangan. Salah satu masalah yang paling sering terjadi saat melakukan pemesanan di media sosial adalah ketika produk yang diterima tidak sesuai dengan harapan.

Ketika menggunakan media sosial untuk berbelanja dan menjual secara *online*, pelanggan sering mengalami masalah yang sama seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Salah satu masalah tersebut adalah ketika menggunakan internet untuk

pembelian dan penjualan, ketika memesan, mereka menemukan bahwa barang yang tercantum dalam deskripsi penjualan sangat bagus, tetapi ketika tiba, barang tersebut berbeda dari apa yang digambarkan pada awalnya, sehingga penulis merasa tertipu oleh penjualan dan pembelian melalui internet.

Melihat latar belakang yang penulis cantumkan di atas, pemanfaatan media sosial sangat membantu mahasiswa dalam melakukan transaksi jual beli, namun ada juga sisi negatif dari pemanfaatan media sosial dalam transaksi jual beli tersebut, contoh masalahnya antara lain maraknya penjual menggunakan media sosial yang tidak sesuai dengan ajaran Hukum Islam dan juga transaksi jual beli menggunakan media sosial, ini terkadang tidak sesuai dengan ekspektasi atau harapan bagi pembeli saat memesan barang menggunakan media sosial tersebut, sehingga peneliti mengambil judul dengan tema: “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Transaksi Jual Beli Barang *Outfit* Menurut Perspektif Hukum Islam” (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar).

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif, mengumpulkan data dan mendeskripsikan suatu fenomena sesuai dengan pengamatan yang dilakukan di lapangan. Membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara metodis, faktual, dan akurat adalah tujuan dari penelitian deskriptif. Sumber data penelitian ini menggunakan dua jenis data yang disajikan sebagai sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data utama (sumber data pokok), atau lokasi penelitian yang memberikan informasi langsung pada peneliti, yaitu data hasil wawancara diperoleh dari ruang lingkup mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar. Adapun sumber data sekunder adalah sumber data yang secara tidak langsung mendukung pengumpulan data. Sumber data sekunder yang akan dilakukan penulis adalah bersumber dari Jurnal yang berkaitan dengan judul penulis atau peneliti dan buku yang membahas tentang jual beli dalam perspektif hukum Islam. (Ahara Yusra, 2021).

Metode pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. (Eko Murdiyanto, 2020). Teknik pengolahan data dan analisis data melalui tiga cara yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. (riska, 2022). Instrumen penelitian yaitu manusia, atau peneliti itu sendiri dengan cara mengamati, bertanya, meminta, dan mengambil data penelitian. Peneliti diharapkan mendapatkan data yang valid sehingga tidak sembarang narasumber yang diwawancarai (Riska, 2022). Teknik yang digunakan dalam menguji keabsahan data yaitu menggunakan triangulasi (Eko Murdiyanto, 2020).

## Pembahasan

Salah satu hal yang dilakukan setiap manusia untuk memenuhi kebutuhannya, baik kebutuhan primer maupun sekunder, adalah jual beli. Pada dasarnya, jual beli adalah menukar satu barang dengan barang lain, seperti uang dengan produk. Mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar melakukan praktik ini untuk memenuhi kebutuhan ekonomi mereka. Selanjutnya, penulis menyelidiki sistem mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar dalam melakukan jual beli pakaian di media sosial. Peneliti mewawancarai sejumlah responden terkait praktik penggunaan media sosial untuk jual beli pakaian.

### A. Praktik Pemanfaatan Media Sosial Dalam Transaksi Jual Beli Barang *Outfit* Menurut Perspektif Hukum Islam.

Peneliti melakukan observasi terhadap pihak-pihak yang akan diwawancarai terkait penggunaan media sosial dalam transaksi jual beli, yaitu mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar yang terbagi dalam beberapa fakultas, sesuai dengan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian.

Pada proses wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti, peneliti mewawancarai mahasiswa pengguna media sosial *Shopee* dan *Tiktok* dalam proses transaksi jual beli barang *outfit* untuk digunakan atau dipakai dalam perkuliahan. Dari hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa media sosial lebih praktis dan lebih mudah digunakan dibandingkan pergi ke pasar untuk membeli barang yang kita inginkan. Namun, seperti yang penulis amati dalam wawancara, media sosial juga memiliki kekurangan. Dalam hal ini, barang yang dipesan di *Platform* media sosial seperti *Shopee* dan *Tiktok* terkadang tidak sesuai dengan yang dipesan. (M. Agym, komunikasi pribadi, 2024)

Selanjutnya, pada wawancara yang lain, peneliti dapat menganalisis bahwa media sosial sangat berperan aktif dalam proses jual beli menggunakan media sosial di kalangan mahasiswa, karena dengan menggunakan media sosial akan memudahkan pelanggan dalam mendapatkan barang yang diinginkan, dan harganya sudah tertera langsung di deskripsi penjualan sehingga tidak berpotensi mengakibatkan riba atau *gharar* (M. Naufal, komunikasi pribadi, 2024). Selain sangat mudah dan praktis untuk digunakan, *Platform* media sosial seperti *Shopee* dan *Tiktok* sangat bisa diandalkan dalam proses jual beli. Selain itu, *Tiktok* tidak hanya menjadi tempat untuk membeli barang, namun juga membuka peluang penggunaannya menjadi penjual. (Prayoga). Media sosial pada akhirnya mampu menunjang usaha penjualan sebab penjualan lewat media sosial ini tidaklah sulit (Nadia, komunikasi pribadi, 2024)

Penulis dapat menarik kesimpulan dari pengalaman para bahwa meskipun penggunaan media sosial untuk jual beli tidak diragukan lagi sangat bermanfaat bagi bisnis yang mereka jalankan, namun terkadang terdapat kekurangan dari praktik ini.

Hal ini misalnya dilihat dari tidaksesuaian barang yang diinginkan dengan harapan pembeli.

### **B. Perspektif Hukum Islam Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Dalam Transaksi Jual Beli Barang *Outfit* Pada Mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar**

Sebagaimana yang telah diketahui bersama bahwa jual beli pada dasarnya hukumnya halal atau dibolehkan sebagaimana yang dijelaskan dalam potongan ayat QS. Al-Baqarah/2:275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“...Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”

Bisnis *online* diperbolehkan dalam Islam selama tidak ada unsur riba, penipuan, monopoli, atau penipuan. Nabi mencontohkan, jual beli itu halal asalkan dapat diterima oleh kedua belah pihak (*antaradin*) Pelaksanaan transaksi seperti jual beli atau jual beli melalui model periklanan di e-commerce dinilai praktis, cepat dan mudah sehingga berdampak positif.

Persyaratan dasar untuk jual beli *online* adalah:

1. Tidak melanggar ketentuan hukum agama seperti: perdagangan terlarang, penipuan, dan monopoli.
2. Jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan pada saat akad (*alim dha'*) atau pembatalan (*fasakh*) maka terjadilah kesepakatan antara pihak (penjual dan pembeli).
3. Terdapat kontrol, sanksi, dan peraturan hukum yang ketat dan jelas oleh pemerintah (instansi terkait) untuk memastikan perdagangan *online* dapat diterima oleh masyarakat.
4. Terdapat kontrol, sanksi, dan peraturan hukum yang ketat dan jelas oleh pemerintah (instansi terkait) untuk memastikan perdagangan *online* dapat diterima oleh masyarakat.

Menurut salah satu pengurus pesantren mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar, Ali Mutohar, yang diwawancarai oleh peneliti bahwa hukum jual beli terhadap pemanfaatan media sosial dalam transaksi jual beli barang *Outfit* itu boleh, kecuali terdapat dalil yang mengharamkan transaksi jual beli dalam pemanfaatan media sosial, seperti kaidah ushul fikih yang menyatakan. Dalam undang-undang, aslinya syarat Muammara adalah halal dan diperbolehkan, kecuali ada dalil yang melarangnya. Hal yang dilarang adalah jual beli ikan di laut dan tidak diketahui kepemilikannya, dan hukum Islam selalu mengikuti perkembangan zaman, bukan zaman yang mengikuti sumber hukum Islam, sehingga hukum Islam selalu dapat menyelesaikan masalah yang terjadi di kemudian hari seperti jual beli *online* yang tidak terdapat dimasa rasulullah, tapi jika kita melihat perkembangan zaman sekarang sudah banyak orang menggunakan media sosial sebagai bahan atau alat

dalam memasarkan barang dagangan dari setiap pengusaha sehingga jika kita melihat kaidah yang saya sampaikan sebelumnya maka media sosial ini boleh kita gunakan dalam jual beli kecuali media sosial yang sifatnya tidak jelas mengandung unsur garar maka hukum jual beli menggunakan media sosial tersebut menjadi haram dilaksanakan karna mengakibatkan terjadinya penipuan. Maka berdasarkan keterangan tersebut, jual beli pada dasarnya halal atau diperbolehkan kecuali terdapat dalil yang melarangnya. (A. Mutohar, komunikasi pribadi, 2024)

Hukum mengenai jual beli melalui media sosial boleh atau boleh sepanjang sesuai dengan rukun jual beli dan syarat-syarat jual beli, Salah satunya adalah adanya saling kepuasan antara penjual dan pembeli dan tidak ada pihak yang dirugikan antara penjual dan pembeli. sebagaimana Firman Allah Dalam QS. An-Nisa/4:29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkonsumsi harta tetanggamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali dalam bentuk transaksi yang disepakati bersama di antara kamu." (An-Nisa'/4:29)*

Dalam wawancara lanjut peneliti dengan tim pesantren mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar, Muh. Lutfi, menjelaskan bahwa dasar hukum jual beli menggunakan media sosial hukum asalnya halal atau boleh, namun jika dilihat dari segi barang *Outfit* yang ingin dibeli, bisa saja hal itu menjadi haram tergantung bagaimana orang memesan barang tersebut. Kalau jual beli pakaian ketat atau pakaian yang hanya sebagian menutup aurat maka media sosial apapun yang dipakai dan akad apapun yang digunakan bisa menjadi haram karna cara penggunaannya digunakan untuk kemaksiatan. Tetapi jika barang *Outfit* yang dipesan sesuai dengan hukum Islam maka jual beli yang digunakan menjadi halal atau boleh.

Bagaimana cara menyikapi jual beli yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang diinginkan sebelumnya, maka di sini diperlukan adanya *khiyar* dalam jual beli, artinya menentukan pilihan antara meneruskan perjanjian jual beli atau membatalkan jual beli tersebut,. Tidak boleh mengeklaim secara terburu-buru hukumnya haram namun perlu diketahui bersama bahwa dalam media sosial biasanya terdapat pengembalian barang jika tidak sesuai dengan barang yang diinginkan dan bisa diklaim atau dikomplain terhadap pengguna media sosial dalam jual beli tersebut. Diperbolehkan pula mengembalikan barang yang tidak sesuai dengan barang yang diinginkan. Jika ternyata di dalamnya tidak ada mekanisme pengembalian barang, maka jual beli yang digunakan oleh penjual *online* tersebut terdapat unsur penipuan. Hal ini karena penjual tidak mau mempertanggungjawabkan barang pesannya sesuai yang diinginkan konsumen. Kasus ini pun menjadi haram hukumnya karena

menyalahi aturan hukum Islam mengenai jual beli yaitu adanya unsur penipuan. (M. Lutfi, komunikasi pribadi, 2024)

Dari keterangan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pemanfaatan media sosial dalam transaksi jual beli barang *outfit* itu hukumnya halal atau boleh kecuali jika barang *outfit* itu merupakan barang atau pakaian yang hanya menutupi sebagian aurat. Maka media sosial dan akad apapun yang digunakan akan menjadi haram karena digunakan atau difungsikan dalam kemaksiatan.

Berdasarkan uraian tentang perspektif Islam dalam pemanfaatan media sosial dalam transaksi jual beli barang *outfit* pada mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar, pada dasarnya jual beli tersebut halal atau mubah kecuali terdapat dalil nash yang melarangnya, melihat praktik jual beli barang *outfit* menggunakan media sosial yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar, sudah sangat sesuai dengan apa yang disyariatkan oleh hukum Islam itu sendiri baik dari rukun maupun syarat jual beli yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar.

## Penutup

Berdasarkan praktik pemanfaatan media sosial dalam transaksi jual beli barang *outfit* yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar, penulis dapat mengambil hasil dari beberapa mahasiswa yang diwawancarai, baik itu penjual maupun pembeli dalam menggunakan media sosial yaitu pada praktik dalam jual beli yang dilaksanakan yaitu dalam penggunaan media sosial dalam jual beli memang sangat membantu dalam usaha jual beli yang dilaksanakannya, namun dalam penggunaan media sosial terhadap jual beli barang *outfit* terkadang terdapat juga nilai-nilai negatif yaitu pada saat memesan barang yang diinginkan kadang tidak sesuai dengan harapan para pembeli. Berdasarkan hasil dari wawancara antara peneliti dengan responden, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa media sosial pada dasarnya tidak merugikan orang lain namun oknum-oknum yang menggunakan media sosial tersebut yang menyebabkan terjadinya masalah dalam penggunaan media sosial terhadap jual beli barang *outfit*

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan tim pesantren mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut tentang proses wawancara yang telah dijelaskan oleh penulis di atas: penggunaan media sosial untuk pembelian dan penjualan barang pakaian adalah halal, atau diizinkan, kecuali barang tersebut adalah barang yang menutupi sebagian aurat dalam hal ini setiap penggunaan media sosial atau kontrak akan dianggap haram karena penggunaannya yang tidak bermoral. Setiap media sosial atau kontrak yang digunakan bersama dengan pakaian yang menutupi sebagian aurat akan dilarang oleh hukum Islam karena penggunaan atau pengoperasiannya dalam dosa. Mempertimbangkan penjelasan dari kitab suci Islam.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyelesaian penelitian ini. Terima kasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Bisnis Insan Madani Mandar (STIEB) yang telah memberikan dukungan moril, material serta menyediakan fasilitas dan sumber daya yang sangat membantu dalam pelaksanaan penelitian ini.

Terima kasih pula kepada semua responden yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat berharga serta dukungan bimbingan, arahan, dan motivasi sepanjang proses penelitian untuk kelancaran penelitian ini. Ucapan terima kasih yang tulus juga kami sampaikan kepada mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar yang telah berkenan menjadi sumber informasi yang sangat dibutuhkan dalam menyelesaikan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat

## Daftar Pustaka

- Ali Mutohar, Komunikasi Pribadi, 2024.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya, Departemen Agama R.I, Edisi Penyempurna, 2019.
- Achmad Zurohman, Eka Rahayu, "Jual Beli *Online* Dalam Perspektif Islam", *Iqtishodiyah*, vol. 5 no. 1 Januari 2019.
- Ahara Yusra, Rufran Zulkarnain, dan Sofino, "Pengelolaan Lkp Pada Masa Pendmik Covid-19", *Of Lifelong Learning*, vol. 4 no 1 (juni 20121).
- M. Agym, Komunikasi Pribadi, 2024.
- M. Lutfi, Komunikasi Pribadi, 2024.
- M. Naufal, Komunikasi Pribadi, 2024.
- Murdiyanto Eko, "Metode Penelitian Kualitatif", Edisi pertama, (yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" . 2020).
- Nadia, Komunikasi Pribadi, 2024.
- Riska, "peran relawan peduli dan berbagi (religi) dalam Pemberdayaan ekonomi masyarakat perspektif hukum Ekonomi syariah", *skripsi*. polewali: Fakultas Agama Islam UNASMAN 2022.
- Salsabella Elvyo, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Shopeepaylater." *Skripsi*. Ponorogo: Fakultas Syariah IAIN Ponorogo, 2020.