

**ANALISIS *MAŞLAHAH MURSALAH* PADA BISNIS JASA TITIP BELI (JASTIP)
SEBAGAI ALTERNATIF PENGHASILAN GENERASI MILENIAL DI SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh :

Dezella Ikhtiary Mulia

NIM : G94216098



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

SURABAYA

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dezella Ikhtiary Mulia
NIM : G94216098
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Analisis *Mas}lah}ah Mursalah* pada Bisnis Jasa Titip Beli (JASTIP) sebagai Alternatif Penghasilan Generasi Milenial di Sidoarjo.**

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah karya dan hasil penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 27 Juni 2020

Saya yang menyatakan,



Dezella Ikhtiary Mulia

NIM. G94216098

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Proposal skripsi yang ditulis oleh Dezella Ikhtiary Mulia (NIM : G94216098), telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 27 Juni 2020

Dosen Pembimbing,



Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag

NIP. 1965061519910210

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Dezella Ikhtiar Mulia NIM G94216098 ini telah dipertahankan di depan Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Jumat, 10 Juli 2020 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqosah Skripsi

Penguji I



Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag

NIP. 1965061519910210

Penguji III



Dr. H. M. Lathoif Ghozali, Lc., MA

NIP. 197511032005011005

Penguji III



Fatikul Himami, M.EI

NIP.198009232009121002

Penguji IV



Helmina Ardyanfitri, M.M

NIP. 199407282019032025

Surabaya, 10 Juli 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,



Dr. Saiful Al Arifin, M.M.

NIP. 196212141993031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dezella Ikhtiary Mulia
NIM : G94216098
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : dezellamulia@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain
(.....)

yang berjudul :

ANALISIS MAŞLAĤAH MURSALAH PADA BISNIS JASA TITIP BELI (JASTIP)

SEBAGAI ALTERNATIF PENGHASILAN GENERASI MILENIAL DI SIDOARJO

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Oktober 2020

Penulis,

(Dezella Ikhtiary Mulia)

- a. Data mengenai praktik bisnis Jasa Titip Beli (JASTIP).
- b. Data terkait penggunaan bisnis Jasa Titip Beli (JASTIP) sebagai alternatif penghasilan oleh generasi milenial di Sidoarjo.
- c. Data mengenai teori *masalah mursalah* yang akan digunakan untuk menganalisis dan meninjau bisnis Jasa Titip Beli.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data pokok yang dibutuhkan penulis dalam memecahkan permasalahan sesuai pembahasan pada penelitian ini. Sumber data primer dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi terkait bisnis Jasa Titip Beli (JASTIP) sebagai alternatif penghasilan generasi milenial di Sidoarjo menurut analisis *masalah mursalah*.

Sumber data primer dalam penelitian ini ialah pemilik akun (owner) online shop JASTIP dan pemilik akun personal yang menyediakan Jasa Titip Beli (JASTIP) di Sidoarjo sebanyak 15 orang yang lahir pada kisaran tahun 1980-2000. Kemudian informan akan diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Bisnis Murni : Pelaku bisnis JASTIP yang kegiatan sehari-harinya ialah berbisnis (seorang pebisnis).
2. Mahasiswa : Pelaku bisnis JASTIP yang masih berstatus mahasiswa.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dibutuhkan pada penelitian ini supaya dapat lebih mudah dipahami oleh pembaca. Maka, sistematika pembahasan pada penelitian ini terbagi dalam lima bab.

Bab Pertama berisi tentang penjelasan peneliti dalam menyusun penelitian ini. Bab pertama memuat latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan dilakukannya penelitian ini, kegunaan dari penelitian ini, definisi operasional terkait variabel-variabel pada penelitian ini, metode yang digunakan dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, memuat kerangka teori yakni teori-teori yang dibutuhkan guna menganalisis permasalahan sebagaimana yang telah dirumuskan pada bab pertama. Bab kedua dalam penelitian ini berisi tentang uraian mengenai *masalah-masalah* yang akan dikaitkan dengan bisnis Jasa Titip Beli (JASTIP)

Bab ketiga, memuat hasil dari penelitian lapangan berupa data yang diperoleh peneliti terkait mekanisme praktik bisnis Jasa Titip Beli (JASTIP) yang dilakukan oleh generasi milenial di Sidoarjo. Pada bab ini juga membahas mengenai dampak adanya bisnis JASTIP yang dilakukan generasi milenial di Sidoarjo sebagai alternatif penghasilan.

Bab keempat, berisi analisis peneliti terkait *masalah-masalah* pada bisnis Jasa Titip Beli (JASTIP) sebagai alternatif penghasilan generasi milenial di Sidoarjo sesuai dengan data lapangan dan analisis teori-teori yang telah dilakukan sebelumnya.

Surabaya, begitu juga dengan makanan, minuman dan barang baru akan lebih dulu ada di Surabaya dibandingkan dengan kota atau kabupaten lain di Jawa Timur. Hal tersebut tentu mempengaruhi cara berpikir dan gaya hidup bagi generasi milenial di Sidoarjo. Salah satu diantaranya ialah hasrat untuk memiliki barang dengan brand tertentu yang hanya ada di kota Surabaya. Begitupun dengan hal baru seperti event tertentu, makanan/minuman dan barang yang lebih dulu buka atau ada, bahkan hanya ada di Surabaya. Dari sinilah marak adanya bisnis JASTIP oleh generasi milenial di Sidoarjo yang awal mula bisnis ini ada ialah bisnis jasa dengan tujuan mempermudah orang lain memenuhi kebutuhan dan keinginannya untuk memperoleh sesuatu dimana hal tersebut hanya ada di Surabaya.

Bisnis JASTIP merupakan bisnis berbasis online yang memanfaatkan teknologi digital dan juga internet untuk mengakses media sosial, seperti yang kita ketahui bahwa generasi milenial telah akrab dengan teknologi informasi masa kini apalagi sosial media. Mengingat jumlah penduduk kabupaten Sidoarjo yang didominasi usia produktif (15-64 tahun) dimana usia generasi milenial termasuk di dalamnya, maka penulis ingin mengetahui praktik bisnis JASTIP yang pelakunya ialah generasi milenial di Sidoarjo. Penulis memilih 15 orang dengan tahun kelahiran antara 1980 hingga 2000 atau yang disebut sebagai generasi milenial yang berdomisili di Sidoarjo dan menggeluti bisnis JASTIP untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Penulis mengambil informan sebanyak 15 orang karena penulis menganggap telah mewakili generasi milenial yang berbisnis JASTIP di Sidoarjo, juga 15 orang ini telah penulis pilih dari beberapa narasumber yang kiranya mengerti akan bisnis

Gambar 3.1 :
Contoh Barang yang Dipesan Customer kepada astiper Luar Negeri



Bukan hanya dalam sistem yang membedakan jastiper satu dengan yang lain, namun perbedaan juga ada pada pemilihan produk yang mereka tawarkan untuk diJASTIPkan. Syarif, Zyafera dan Inggit memilih membuka jasa JASTIP untuk produk berupa barang dan makanan/minuman. Menurut mereka, apapun yang mereka tawarkan haruslah sesuai dengan selera pasar tidak peduli itu berupa barang ataupun makanan/minuman. Anisa, Erlisa dan Farhana memilih untuk fokus di kuliner dalam menawarkan jasa dalam bisnis JASTIPnya, Anisa berpendapat bahwa kini banyak produk makanan dan minuman baru dan booming dikalangan generasi milenial, maka dari itu, Anisa tertarik untuk membuka JASTIP makanan dan minuman yang sedang booming sehingga *customer* tidak perlu lagi mengantri. Erlisa dan Farhana merupakan jastiper luar kota, mereka memilih untuk fokus pada produk

3. Fee JASTIP

Seperti yang telah diketahui bahwa fee dapat diartikan sebagai upah atau imbalan. Maka, fee JASTIP merupakan upah atau imbalan bagi jastiper atas jasa yang telah ia berikan.

Pada bab sebelumnya, penulis telah mendapatkan banyak informasi terkait bisnis JASTIP yang dilakukan oleh generasi milenial di Sidoarjo. Generasi milenial di Sidoarjo nyatanya memiliki ketertarikan terhadap bisnis ini, hal ini dapat dilihat dari antusias generasi milenial dalam menggeluti bisnis ini bukan hanya di dalam kota namun juga luar kota bahkan sampai ke luar negeri. Ketertarikan generasi milenial ini diakibatkan oleh kelebihan bisnis ini berupa keuntungan dan kemudahan, dimana keuntungan dan kemudahan tersebut tidak dimiliki bisnis online yang lain. Beberapa keuntungan dan kemudahan dari bisnis JASTIP dibandingkan dengan bisnis online yang lain ialah keuntungan yang lebih besar, minim atau bahkan tanpa modal dalam memulai bisnis JASTIP, tidak perlu menyetok barang dan juga tidak sulit dalam menawarkan barang atau menjelaskan terkait spesifikasi barang karena rata-rata barang yang ditawarkan dalam bisnis JASTIP merupakan barang yang telah banyak dikenal masyarakat atau bahkan sebelumnya telah diincar customer untuk dibeli. Meskipun bisnis ini juga memiliki beberapa kekurangan seperti tidak dapat memastikan ketersediaan barang tersebut, tidak dapat dilakukan sewaktu-waktu juga membutuhkan tenaga karena harus bepergian dalam menjalankan bisnis ini, dan sulitnya berkomunikasi dengan customer karena hanya mengandalkan chat dari media sosial, namun kekurangan tersebut nyatanya dapat diantisipasi dengan inisiatif

menjaga kepercayaan customer yang telah menggunakan jasa dari jastiper, selain itu mengingat masyarakat Indonesia yang menganggap orang yang bepergian ke luar negeri adalah hal yang istimewa, maka hal tersebut tentu menguntungkan dan berdampak positif dalam meningkatkan personal branding jastiper luar negeri. Artinya bahwa, keuntungan yang diberikan bisnis JASTIP sebagai alternatif penghasilan memberikan dampak positif bagi jastiper khususnya generasi milenial di Sidoarjo.

Dari data yang diperoleh penulis terkait pendapat para jastiper yang merupakan generasi milenial di Sidoarjo terkait efektivitas bisnis JASTIP sebagai alternatif penghasilan sebagaimana yang dijabarkan pada tabel 3.1, dari 15 jastiper yang menjadi informan, sebanyak 10 jastiper berpendapat bahwa bisnis ini efektif apabila dijadikan alternatif penghasilan, sedangkan 5 lainnya berpendapat bahwa bisnis ini tidak efektif. Dari data tersebut, sebanyak 33,3% menjawab tidak efektif dan sebanyak 66,67% menjawab efektif, maka jawaban efektiflah yang mendominasi, sehingga dapat disimpulkan jika bisnis JASTIP dinilai efektif menjadi alternatif penghasilan generasi milenial di Sidoarjo.

Berbagai data yang telah dikumpulkan melalui wawancara kepada 15 informan, dapat dianalisis bahwa sistem JASTIP belum benar-benar matang dalam arti masih banyak jastiper yang menjalankan bisnisnya secara asal-asalan. Hal ini menjadi salah satu penyebab 33,3% informan menganggap bahwa bisnis JASTIP tidak efektif sebagai alternatif penghasilan. Dalam praktiknya, bisnis JASTIP membutuhkan sistem yang terstruktur untuk dapat menjadi alternatif penghasilan. Sistem asal-asalan yang sering dilakukan para

jastiper terletak pada jadwal open JASTIP. Jastiper sering tidak menjadwalkan secara pasti kapan mereka akan open JASTIP, hal ini berdampak pada keuntungan yang mereka dapat juga tidak pasti perbulan atau perjangka waktu yang seharusnya ditentukan. Sistem lain yang masih perlu diperbaiki ialah sistem dalam menentukan besar *fee* yang nantinya akan dibebankan pada *customer*. Jastiper dalam menentukan besar *fee* seringkali hanya mempertimbangkan jenis barang dan tinggi rendahnya harga barang tersebut, hal ini menyebabkan sering kali jastiper merasa bahwa keuntungan dari bisnis ini tidak sebanding dengan jasa yang diberikan termasuk biaya yang harus dikeluarkan oleh jastiper, seperti biaya transportasi dan lain-lain.

Jika jastiper ingin menekuni bisnis JASTIP dan menjadikan bisnis ini sebagai alternatif penghasilan, maka diperlukan sistem yang tertata. Harus ada jadwal untuk melakukan open JASTIP, sehingga keuntungan yang didapat oleh jastiper dapat diketahui besarnya secara pasti, bukan hanya berupa perkiraan. Sistem yang harus diperbaiki lagi ialah sistem dalam menetapkan *fee*. Dalam menetapkan *fee*, jastiper haruslah mempertimbangkan kesulitan dalam memperoleh barang tersebut juga dengan mempertimbangkan biaya yang harus dikeluarkan seperti biaya transportasi untuk mendapatkan barang tersebut dan lainnya, sehingga pihak jastiper tidak akan merugi. Hal ini penting diperhatikan karena sejatinya bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh keuntungan. Oleh sebab itu, jastiper harus mengetahui besar keuntungan yang didapat dari bisnis JASTIP yang telah dilakukan dengan pasti, jangan sampai bisnis yang dilakukan malah merugikan pihak pebisnis.

dilakukan oleh generasi milenial di Sidoarjo, masih ada beberapa jastiper yang besar *fee* atau *ujrahnya* tidak disebutkan secara langsung melainkan sudah menjadi satu dengan harga akhir (harga barang dianikkan). Hal ini seharusnya dihindari dan sebaiknya pihak jastiper tetap menyebutkan besar *fee* secara transparan sehingga pihak *customer* mengetahui kemudian terjaid kesepakatan diantara kedu belah pihak yang bersangkutan. Selain menyebutkan besar *ujrah* atau *fee*, jastiper juga harus menyampaikan secara tranparan terkait sistem apabila barang yang disepakati sebelumnya (dipesan) tidak ada atau habis. Hal ini menghindari rasa kecewa *customer* apabila masih dikenakan biaya saat barang yang diinginkan tidak ada, sementara tidak ada kesepakatan sebelumnya.

3. Produk Halal

Islam mewajibkan manusia untuk mengkonsumsi dan mengenakan produk yang halal. Oleh karenanya, bisnis JASTIP akan sesuai dengan ketentuan Islam apabila produk yang ditawarkan ialah produk halal. Banyak cara untuk jastiper mengetahui produk yang akan ditawarkan tersebut halal, yakni dengan cara memilih produk makanan/minuman yang jelas bahan pembuatannya halal sesuai dengan syariat Islam. Cara lain supaya jastiper bisa menawarkan produk yang halal ialah dengan memilih produk yang telah bersertifikat halal baik sertifikasi dari MUI maupun sertifikasi terpercaya lainnya.

B. Analisis Masalah Mursalah Pada Bisnis Jasa Titip Beli (JASTIP) Sebagai Alternatif Penghasilan Generasi Milenial Di Sidoarjo

Munculnya bisnis JASTIP yang menjadi inovasi dalam melakukan bisnis secara online nyatanya mendapat respon yang baik dari masyarakat. Respon baik tersebut ternyata muncul akibat kemudahan yang didapatkan dari adanya bisnis ini, bukan hanya kemudahan bagi penyedia jasa atau pebisnis JASTIP (*jastiper*), namun kemudahan juga dirasakan bagi pengguna jasa (*customer*) dan penyedia produk (toko/perusahaan yang memproduksi barang). Kemudahan-kemudahan yang diberikan bisnis JASTIP tersebut antara lain :

1. Bagi Penyedia Jasa (*jastiper*)

Bagi penyedia jasa atau pebisnis JASTIP (*jastiper*), bisnis ini memberikan kemudahan dalam mencari inovasi bisnis di era pesatnya perkembangan teknologi saat ini. Bisnis JASTIP memanfaatkan media sosial sebagai alat dalam melakukan promosi, maka sangat memberikan kemudahan bagi *jastiper* dalam melakukan promosi karena pada saat ini, media sosial telah menjadi makanan sehari-hari khususnya bagi generasi milenial yang mayoritas telah memiliki minimal satu akun media sosial. *Jastiper* dimudahkan dalam memperoleh inovasi bisnis juga keuntungan dari adanya bisnis JASTIP dengan hanya menawarkan jasa untuk membelikan barang sesuai dengan permintaan.

2. Bagi Pengguna Jasa (*customer*)

Tujuan dari munculnya bisnis JASTIP ialah untuk memberikan jasa berupa bantuan bagi orang-orang yang ingin membeli suatu barang namun tidak memiliki waktu maupun keterbatasan jarak dan hal lainnya yang

membuat orang tersebut tidak dapat memenuhi kebutuhan atau keinginannya terhadap barang tersebut. Maka dapat dipahami bahwa tujuan dari bisnis ini ialah untuk memberikan kemudahan bagi pengguna jasa titip (JASTIP) ini. Kemudahan yang diberikan tentu berupa kemudahan dalam mendapatkan barang yang tidak bisa dibeli sendiri oleh *customer* yang disebabkan oleh berbagai hal. Pengguna jasa atau *customer* bisnis JASTIP akan dimudahkan dalam mendapatkan barang yang dibutuhkan atau diinginkan tanpa harus menghabiskan waktu untuk pergi membeli barang tersebut karena pihak penyedia jasa (jastiper) akan membelikan barang sesuai yang diinginkan *customer*.

3. Bagi Penyedia Barang (toko/perusahaan penyedia barang)

Bisnis JASTIP ialah bisnis yang hanya menyediakan jasa bukan barang. Maka yang ditawarkan oleh jastiper kepada *customer* tentulah merupakan barang yang dijual orang/perusahaan lain dimana barang tersebut sudah ada di pasaran. Dari adanya bisnis JASTIP ini maka memberikan kemudahan bagi penyedia barang dalam melakukan promosi, Karena dengan adanya bisnis JASTIP, pihak penyedia barang secara tidak langsung telah dibantu oleh pihak penyedia JASTIP (jastiper) dalam memasarkan produk-produknya.

Kemudahan-kemudahan yang diberikan bisnis JASTIP kepada banyak pihak dapat dipahami sebagai suatu *mas}lah}ah*, karena seperti yang telah dibahas sebelumnya mengenai arti dari *mas}lah}ah* yakni kebaikan atau manfaat yang menghindarkan dari keburukan atau kerusakan. Salah satu tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis tinjauan *mas}lah}ah*

Maraknya bisnis online saat ini tentu berdampak baik juga ada dampak buruknya. Dampak buruk dari bisnis online ialah banyaknya penipuan akibat dari produk yang tidak sesuai dengan gambar saat pengiklanan, juga banyaknya produk-produk berbahaya yang dijual secara online. Adanya bisnis JASTIP mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, hal ini karena bisnis JASTIP menjual barang yang telah dipasarkan secara luas maka masyarakat telah mengenal terlebih dahulu mengenai barang tersebut. Dengan mengenal terlebih dahulu barang-barang tersebut maka akan minim terjadinya kasus penipuan juga permainan harga, hal ini karena masyarakat telah mengetahui spesifikasi barang tersebut beserta harganya. Maka dapat disimpulkan bahwa bisnis JASTIP memberikan manfaat berupa ladang bisnis baru di era serba digital juga menjauhkan hal buruk yang marak terjadi pada bisnis online lainnya yakni penipuan dalam segi produk dan harga.

3. Kemaslahatan tersebut haruslah menyangkut kepentingan bersama, bukan kepentingan personal atau pribadi.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya terkait kemudahan yang diberikan bisnis JASTIP yakni kemudahan yang bukan hanya dirasakan oleh satu pihak saja, melainkan banyak pihak. Pihak-pihak yang diuntungkan antara lain ialah pihak penyedia jasa (jastiper), pihak pengguna jasa (*customer*) dan pihak penyedia barang baik personal, toko maupun lembaga atau perusahaan.

Dari penelitian yang dilakukan, penulis telah mengetahui bahwa pihak penyedia jasa (jastiper) telah dimudahkan dengan adanya bisnis

JASTIP. Dalam praktinya, bisnis JASTIP tidak memakan banyak biaya sebagai modal atau bahkan dapat dijalankan tanpa modal yakni melalui sistem *fullpayment*, dari sini jastiper telah dimudahkan dalam memulai suatu usaha dengan modal yang minim jika dibandingkan dengan bisnis yang lain. Keuntungan yang didapatkan dari bisnis ini juga memiliki dampak yang positif bagi kehidupan jastiper seperti dapat dijadikan tambahan uang saku, ongkos untuk kembali ke Indonesia (untuk jastiper luar negeri), bahkan dapat menjadi modal untuk bisnis yang lain. Bukan hanya itu, dampak penting bagi kehidupan jastiper khususnya dalam sisi bisnis atau karir yakni meningkatkan personal branding juga menjadi dampak positif dari bisnis JASTIP.

Kesimpulan dari penjelasan diatas ialah bahwa bisnis JASTIP memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis ini dengan memudahkan dalam memulai suatu usaha tanpa modal besar dan keuntungan yang bermanfaat bagi kehidupan jastiper khususnya dalam segi karir dan bisnis. Munculnya bisnis ini lalu juga memudahkan pihak pengguna jasa untuk memenuhi keinginan atau kebutuhannya dalam memiliki suatu barang tanpa menghabiskan waktu dan tenaga. Tidak hanya itu, munculnya bisnis ini juga secara tidak langsung memudahkan pihak penyedia jasa dalam melakukan pemasaran. Maka, bisnis JASTIP merupakan bisnis yang memberikan manfaat untuk kepentingan banyak orang, bukan hanya untuk kepentingan pribadi.

Dari data yang diperoleh dari informan terkait efektivitas bisnis JASTIP sebagai alternatif penghasilan, dapat dianalisis bahwa bisnis

- c. Setelah *customer* tertarik dan mengetahui terkait harga barang dan *fee*, maka *customer* akan melakukan pemesanan dan melakukan pembayaran.
- d. Sistem pembayaran dapat berbeda yakni sistem *fullpayment*, sistem *DownPayment* (DP) dan sistem talangan.
- e. Setelah transaksi pembayaran selesai, maka *jastiper* akan membelikan barang sesuai dengan keinginan *customer*.

Praktik bisnis JASTIP yang dilakukan generasi milenial di Sidoarjo telah sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis dalam Islam yakni *customer oriented*, persaingan sehat, transparansi dan keadilan.

2. Kegiatan praktik bisnis JASTIP yang dilakukan generasi milenial di Sidoarjo telah sesuai dengan tinjauan *mas}lah}ah mursalah*. Hal tersebut berdasarkan syarat yang dikemukakan ulama kalangan Malikiyyah dan Hambaliah antara lain, bahwa bisnis JASTIP sejalan dengan syara' terbukti dari terpenuhinya prinsip bisnis dalam Islam dalam praktik bisnis JASTIP. Dalam praktiknya. Bisnis JASTIP juga mendapatkan kemaslahatan bagi banyak pihak yakni pihak penyedia jasa (*jastiper*), pengguna jasa (*customer*) dan penyedia barang, bukan hanya menjadi kepentingan umum saja. Bisnis JASTIP dalam praktiknya juga menghindarkan dari berbagai kerusakan akibat dari bisnis online lainnya seperti barang yang tidak sesuai dengan gambar atau spesifikasi yang dijelaskan oleh pemilik barang juga permainan harga.
3. Bisnis JASTIP memberikan dampak yang positif sebagai alternative penghasilan generasi milenial di Sidoarjo. Dampak yang diberikan dari

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, Sri. *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesi*. Jakarta: PT. Gramedia, 2019.
- Adinugraha, Hendri Hermawan dan Mashudi, “Al-Maslahah Al-Mursalah dalam Penentuan Hukum Islam”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 4, No. 1 (2018).
- Ahmadi, Rulam. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: R-Ruzz Media, 2017.
- Ajuna, Luqmanul Hakiem. “Maslahah Mursalah Implementasinya pada Transaksi , Ekonomi”. *Jurnal Ilmu Syari’ah dan Perbankan Islam*. Vol. 4, No. 2 (2019).
- Asriaty, “Penerapan Mashlahah Mursalah dalam Isu-isu Kontemporer”, *Madania*. Vol. 19, No. 1 (2015).
- Bintoro, Alfian Condro, et al. “Pendapatan Usaha Alternatif Nelayan di Sukolilo Baru, Kenjeran, Surabaya”, *Seminar Nasional Kelautan XIV*, (Juli, 2019).
- CNBC Indonesia. 2019. “Yuk Intip Potensi Bisnis JASTIP di Indonesia”, dalam <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20191010193013-35106068/yuk-intip-potensi-bisnis-jastip-di-indonesia> diakses pada tanggal 27 Februari 2020.
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur, “Data UMKM”, dalam <http://diskopukm.jatimprov.go.id/info/data-ukm>, diakses pada 23 Juni 2020.
- Emantika, Devi. “Analisis Fatwa DSN-MUI No. 113/DSNMUI/IX/2017 Tentang Akad Wakalah Bi Al-Ujrah terhadap Bisnis Personal Shopper/Jastip Di Wilayah Ponorogo”. Ponorogo: Skripsi Institut Aagama Islam Negeri Ponorogo, 2019.

- Sebagai Variabel Intervening (Studi Pemilihan Jasa Titip Online Shopping Di Kota Surabaya)”. *Jurnal Eksekutif*, Vol. 15 No. 2 (2018).
- Mariana, Hotria. 2019. “Mengintip Peluang Bisnis Dibalik Hobi Shopping”. dalam <https://moneykompas.com/read/2019/11/04/150800826/mengintip-peluang-bisnis-di-balik-hobi-shopping?page=all> diakses pada 20 November 2019.
- Mufti, Bella Anisa Rizqika dan Trisha Gilang Saraswati. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Penyedia Jasa Titip Beli @Goodsakha”. *e-Proceeding of Management*. Vol.6, No.1 (2019).
- Muslehuddin, Muhammad. *Filsafat Hukum Islam dan Pemikiran Orientalis*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya, 1991.
- Muslich,Ahmad Wardi. *Fiqih Muamalah*. Jakarta : Amzah, 2013.
- Muslich, Siti dan Irwansyah. “Instagram dan Fenomena Jastip di Indonesia”, *Journal Communication Spectrum*, Vol. 9 No. 1, Juli 2019.
- Muksana Pasaribu, “Maslahat dan Perkembangannya sebagai Dasar Penetapan Hukum Islam”. *Jurnal Justitia*. Vol. 1, No. 4 (2014).
- Norvadewi, “Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Al-Tijary*. Vol. 01, No. 01 (2015).
- Prasetyo, Ari. “Dampak Penggunaan Smartphone terhadap Prilaku Sosial Remaja di Perumahan PT. Great Giant Food Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah”. Lampung : Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.
- Putri, Amalia Risky. “Pola Komunikasi antara Penyedia Jasa Titip Beli (JASTIP) dengan Konsumen dalam Berbelanja Melalui Instagram”. Palembang : Skripsi—Universitas Sriwijaya, 2019.

- Qorib, Ahmad dan Isnaini Harahab, “Penerapan Masalah Mursalah dalam Ekonomi Islam”,. *Analytica Islamica*. Vol. 5, No. 1 (2016).
- Rachman, Fadhly Fauzi. 2019. “Serba-serbi Bisnis Jastip yang Lagi Ngetren”, dalam [https://finance .detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4451410/serba-serbi-bisnis-jastip-yang-lagi-ngetren/2](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4451410/serba-serbi-bisnis-jastip-yang-lagi-ngetren/2) diakses pada tanggal 22 Februari 2020.
- Risma Camellia Rizqi, “Implementasi Supply Chain Management pada CV. Halt Manufaktur Susu Kambing Etawa di Desa Kedungbungkus Tarub Tegal dalam Perspektif *Mas}lah}ah Mursalah*” Surabaya : Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Sayogyo, Patris. “Expose Data Sosial dan Ekonomi Kabupaten Sidoarjo 2018”, dalam <http://dataku.sidoarjokab.go.id/UpDown/pdfFile/201866.pdf>, diakses pada 23 Juni 2020.
- Taufiqur Rohman, “Kontroversi Pemikiran antara Imam Malik dengan Imam Syafi’i tentang Masalah Mursalah Sebagai Sumber Hukum”. *International Journal Ihya’ ‘Ulum Al-Din*. Vol. 19, No. 1 (2017).
- Rusfi, Mohammad. “Validitas Maslahat Al-Mursalah sebagai Sumber Hukum”. *Al-‘Adalah*. Vol. 12, No. 1 (2014).
- Sari, Zurifah Diana. “Analisis Fiqih Muamalah terhadap Praktik Jasa Titip Beli Online dalam Akun Instagram @storemurmursby”. Surabaya: Skripsi. Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. ALFABETA, 2012.
- Suwarso. “Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pengantar Bisnis terhadap Motivasi dan Minat Wirausaha (Study Kasus Mahasiswa Akademi Akuntansi Pgri Jember)”. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. Vol. 4, No. 2 (2018).

