

**MENGGUNAKAN MEDIA *ONLINE INSTAGRAM*
DALAM MEMPROMOSIKAN BISNIS HIJAB SYAR'I SOFI
DALAM TINJAUAN AGAMA ISLAM**

Oleh: Warjo¹

ABSTRAK

Penelitian mendiskripsikan sejauhmana media online instagram dalam mempromosikan bisnis hijab syar'i sofi dalam tinjauan agama Islam.

Bisnis usaha *hijab syar'i sofi* yang dikelola @hijabsoficenter menggunakan media *online* instragram sudah sesuai dengan prinsip – prinsip penting secara keseluruhan menurut ajaran Agama Islam atau sebaliknya ada unsur –unsur bertentangan yang memerlukan perbaikan secara syar'i seperti jual beli secara *mulamasah*² dan *munabadzah*³, keduanya merupakan cara praktek bisnis yang dilarang karena mengandung unsur ketidakjelasan, yang dilarang oleh Rosulullah Sollallahu 'alaihi was Salam, berikut selanjutnya dilihat dari sudut produk barangnya.

Setelah di identifikasi usaha bisnis hijab syar'I Sofi, dibenarkan menurut agama Islam, karena adanya kejelasan, sukarela, dan barang yang dibeli dapat dikembalikan atau ditukar jika ada yang tidak sesuai berjanjian.

Kata Kunci: media *online* instragram, bisnis hijab syar'i dan agama Islam

¹ Dosen FISIP UNTAG Cirebon, Administrasi Bisnis, email : kangwarjo@gmail.com

² *Mulamasah* adalah seseorang meraba pakaian orang lain dengan tangan, pada waktu malam atau siang hari tanpa membalik-balikannya atau tanpa memperhatikan pakaianya (cara bisnis yang dilarang Rasulullah SAW).

³ *Munabadzah* adalah seseorang saling melempar pakaianya tanpa meneliti saling merelakannya (dilarang)

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Keberadaan *e-commers* tidak dapat diabaikan lagi dalam bisnis di dunia maya, sebagai bagian dari *e-Business* yang tidak terpisahkan dalam kehidupan berbisnis yang telah menjadi trend mewarnai kegiatan bisnis di banyak negara-negara maju termasuk negara berkembang yaitu Indonesia. Masyarakat Indonesia terhadap tingkat kepercayaan pada media massa saat ini selain *online* seperti surat kabar, majalah, media televisi dan media konvensional lainnya adanya keraguan kepercayaan terhadap media tersebut atau tergolong masih sangat rendah.

Sebuah *riset* “ ditemukan 28% tidak percaya media konvensional, selanjutnya dapat dilihat pada fenomena Aksi Bela Islam 412, dan 112 beredar video di akun *you tube* pengusiran wartawan metro TV dan kompas TV dengan tingkat terbanyak pada akun- akun *you tube* tersebut lebih dari 15 kali pengusiran dan berdasarkan hasil observasi lapangan metro TV merupakan televisi yang paling banyak tidak diminati dikarenakan mutu siarannya yang kurang sesuai dengan pakta dilapangan, menyudutkan aktifitas aksi dan diberitakan secara negative karena kepentingan tertentu. Penemuan lain hasil survey ketidakpercayaan yang cukup *signifikan* itu diteliti oleh Erma Mustika, Viska seorang mahasiswa Jurusan Psikologi UMS tahun 2018⁴ hasilnya dapat dilihat berikut ini” :

Table 1. Kepercayaan Masyarakat pada Media Massa Masa Kini

Tingkat Kepercayaan	Jumlah Resp	%	Alasan	%
Tidak Percaya	47	28%	-Banyak berita <i>hoak</i>	31%
			-Berita tidak sesuai fakta	30%
Mungkin	115	68%	-Orientasi keberpihakan	15%
			-Berita dipoles	13%
			-Orientasi keuntungan	11%
			- Berita tidak sesuai dengan fakta	32%
Percaya	6	4%	- Masih ada berita yang akurat	29%
			- Masih adanya <i>hoax</i>	16%
			- Orientasi keberpihakan	13%
			- Polesan pada berita	7%
			- Orientasi keuntungan	3%
			-Berita yang lebih <i>update</i>	33%
-Berita sesuai dengan fakta yang ada	33%			
- <i>Hoax</i> yang ada mudah diidentifikasi	17%			
-Media saat ini tetap memaparkan berita dari berbagai sudut pandang	17%			
Jumlah	168	100%		

Sumber : Penelitian 2018

⁴ Erma Mustika, Viska, mahasiswa UMS, Penelitian 2018.

Survey yang juga dilakukan oleh kelompok masyarakat telekomunikasi dengan sebutan MASTEL (2017)⁵ menyatakan “ bahwa 91,80% responden mengatakan bahwa berita seputar sosial politik baik yang terkait dengan pemilihan kepala daerah atau pemerintah adalah jenis berita hoax yang sering mereka terima lewat Media Sosial (92,40%). Sementara aplikasi obrolan daring seperti Line, Whatsapp atau Telegram menjadi saluran penyebaran hoax yang terbanyak menurut 62,80% responden. Sedangkan situs web (34,90%), televisi (8,70%), media cetak (5%), email (3,10%) dan radio (1,20%) menjadi saluran penyebaran hoax lainnya. Sebanyak 96,6% responden juga berpendapat bahwa hoax dapat menghambat pembangunan”.

Dilihat dari sektor pengguna internet daring/online Indonesia adalah Negara yang masih sangat rendah menggunakan media internet untuk kegiatan penjualan secara elektronik seperti hasil survey menyebutkan sebuah media *online* bahwa tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap penjualan *online* (*e-commerce*) masih sangat rendah " Indonesia menduduki peringkat ke-10 dari 10 negara yang disurvei dengan nilai rata-rata 1,8". Dalam laporan tahun 2017, seperti ; Perusahaan Firma, Director Experian Asia Pasific, *Digital Trust Index* (DTI) atau indeks kepercayaan digital, mensurvei 3.200 konsumen dan lebih dari 80 organisasi jasa keuangan, telekomunikasi, dan sektor ritel. Adapun negara yang disurvei lembaga itu ialah Australia, China, Hongkong, India, Indonesia, Jepang, Selandia Baru, Singapura, Thailand, dan Vietnam”⁶.

Namun demikian penulis yakin bahwa prospek pasar dunia maya bagi para pengguna internet akan banyak digunakan, mengingat dua hal penting yaitu pertama masyarakat Indonesia telah kritis dalam memilih platform media *online e-commerce* yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi, kedua adanya ketegasan pemerintah dalam memerangi berita hoax dan pengaturan dengan undang-undang IT secara maksimal. Sebagaimana dirilis transaksi *e-Commerce* Asia Tenggara diproyeksi mencapai Rp 1.469 Triliun pada 2025, Indonesia termasuk pangsa pasar Asia Tenggara yang terbesar dan sangat menjanjikan.

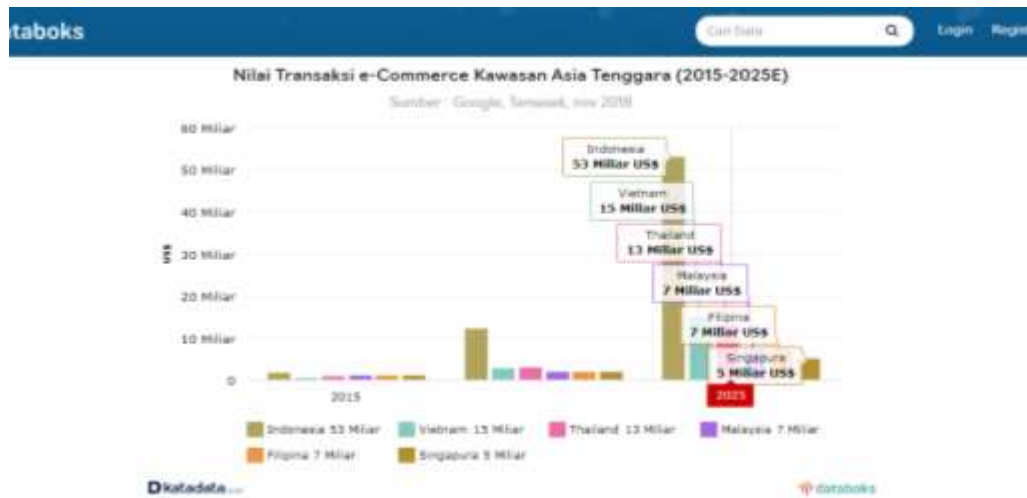
Table 2. Nilai Transaksi e-commerce Asia Tenggara Periode 2015



⁵ <https://mastel.id>

⁶ <https://Kumparan.com>

Tabel 3. Nilai transaksi e-commers Asia Tahun 2025



Sumber :Google,Temasek,Nov 2018⁷

Tingkat kepercayaan media *online* yang masih menjanjikan hari ini dan kedepan dengan biaya yang sangat murah tapi mampu menjelajah dunia tanpa kenal batas wilayah suatu negara, salahsatunya adalah instagram. Penulis meneliti instagram untuk bisnis yang diikuti pengguna milik akun hijab syar’i sofi yang bernama @hijabsoficenter dengan *followers* sebanyak 1700an dalam waktu yang relative singkat serta omzet luar biasa, sebuah bisnis rumahan yang mampu menjangkau tanpa batas teritorial negara. Mempromosikan hijab syar’i tidaklah sulit melalui media tersebut, antusias pelanggan setiap bulan selalu bertambah, namun demikian sebagai seorang wanita muslimah sofi berusaha dalam bisnisnya selalu menjunjung tinggi nilai-nilai ajaran agama Islam.

Benarkah bisnis usaha *hijab syar’i sofi* yang dikelola @hijabsoficenter menggunakan media *online* instagram sudah sesuai dengan prinsip – prinsip penting secara keseluruhan menurut ajaran Agama Islam atau sebaliknya ada unsur –unsur bertentangan yang memerlukan perbaikan secara syar’i seperti jual beli secara *mulamasah*⁸ dan *munabadzah*⁹, keduanya merupakan cara praktek bisnis yang dilarang karena mengandung unsur ketidakjelasan, yang dilarang oleh Rosulullah Sollallahu ‘alaihi was Salam, berikut selanjutnya dilihat dari sudut produk barangnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas penulis tertarik untuk mengambil judul karya ilmiahnya,” **Menggunakan Media Online Instagram Dalam Mempromosikan Bisnis Hijab Syar’i Sofi Dalam Tinjauan Agama Islam** “.

⁷ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/11/30/>

⁸ *Mulamasah* adalah seseorang meraba pakaian orang lain dengan tangan, pada waktu malam atau siang hari tanpa membalik-balikannya atau tanpa memperhatikan pakaianya (cara bisnis yang dilarang Rasulullah SAW).

⁹ *Munabadzah* adalah seseorang saling melempar pakaiannya tanpa meneliti saling merelakannya (dilarang)

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah Pengertian Media Online Instagram, Promosi dan *Hijab Syar'I Center*?
2. Promosi dan model *Hijab Syar'I Sofi* melalui Media Online Instagram ?
3. Bagaimana tinjauan Islam mengenai media online instagram dalam mempromosikan *Hijab Syar'I Sofi* ?

II. PEMBAHASAN

2.1. Pengertian media online Instagram dan Promosi

1. Media Online Instagram

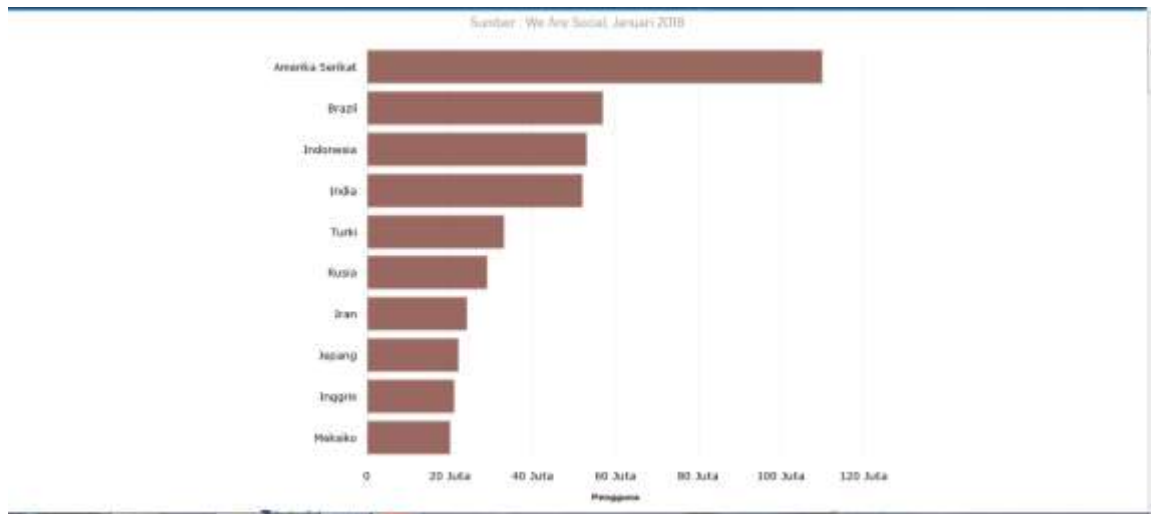
Media elektronik bisnis (*e-business*) tidak hanya dapat membantu perusahaan – perusahaan dari yang kecil sederhana sampai perusahaan besar ternama secara operasional dapat menurunkan biaya pengeluaran sehari-hari perusahaan dan menjadi potensi sumber pendapatan baru. “Media online instagram termasuk yang banyak digemari karena ada 55 juta lebih pada urutan ketiga dunia dan total pengguna media social Instagram di dunia mencapai angka 800 juta sampai 1milyard pada Januari 2018”¹⁰.

Dalam wikipedia¹¹ pengertian instagram (juga disebut **IG** atau **Insta**) adalah “ sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter digital*, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 atau 16:9 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak. Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 7.0 atau yang terbaru, telepon genggam Android apapun dengan sistem operasi versi 2.2 (Froyo) ke atas, dan Windows Phone 8. Aplikasi ini dapat diunduh melalui Apple App Store dan Google Play”.

¹⁰ “<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/> “ *survei WeAreSocial.net dan Hootsuite*”

¹¹“ <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>”

Tabel 4.
10 Negara dengan Jumlah Pengguna Aktif Instagram Terbesar
Yaitu “Amerika Serikat (Jan 2018)



Sumber : We Are Social, Januari 2018

Instagram merupakan anak cabang perusahaan besar *facebook*, yang didirikan oleh Mr. Mark Zuckerberg, sekaligus CEO (*Chief Executive Officer*)¹². Dengan berbagai kemudahan dan menariknya media Instagram serta sangat sederhana, memungkinkan digunakan sebagai media promosi untuk meraih keuntungan dengan biaya media saluran promosi yang sangat murah cukup membeli kuota internet langsung terhubung dengan konsumen. Sofi adalah *owner* yang memproduksi hijab *syar'i* di kelola tanpa menggunakan aktifitas kerja konvensional dan menggunakan media *online* Instagram ini sejak tahun 2018 beralih media tersebut karena fiturnya yang mudah, lebih aman dan nyaman.

2.2. Promosi dan Model Hijab *Syar'i* Sofi

1. Promosi

Promosi adalah suatu usaha yang dikerjakan oleh perseorangan atau perusahaan dengan maksud memberikan berita kepada masyarakat agar mereka tertarik atas konten yang di informasikan, sehingga tertarik untuk membelinya. Menurut William Shoell (1993:424) menyatakan “ *Promotion is marketers’ effort to communicate with target audiences. Communication is the process of influencing others’ behavior by sharing ideas, information of feeling with them* “, “Promosi adalah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi, dengan calon audiens. Komunikasi adalah sebuah proses membagi ide, informasi atau perasaan audiens¹³”.

Adapun elemen-elemen promosi, seperti yang disampaikan oleh Philip Kotler dan Gary Armstrong (1991:423) ¹⁴ “ *The for major promotion tool are defined below* : Pertama : **Advertising**. *Any paid form of non –personel presentation and promotion of*

¹² sebuah jabatan eksekutif tertinggi yang bertanggung jawab penuh atas berjalannya **perusahaan**

¹³ Alma, Buchari, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (2007: 179)

¹⁴ Alam, Bukhori, manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa (2007:181- 182)

ideas, good, or services by an identified sponsor". Terjemahannya : "alat promosi utama didefinisikan di bawah ini: Iklan. Segala bentuk presentasi non-pribadi dan promosi ide, barang, atau layanan berbayar oleh sponsor yang diidentifikasi ". Adapun media advertising (iklan) seperti surat kabar, majalah, TV, radio, bioskop, papan reklame, katalog buku, telepon dan media onlinenya instagram, wathsApp, youtube , surat kabar web *online*, facebook dsb.

Kedua ***Sales Promotion*** : " *short – term incentive to encourage purchase or sales of a product or services.*" Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau layanan." *Sales promotion* yaitu menarik pembeli baru, memberi hadiah (pelanggan lama) menghindari konsumen lari ke merek lain, mempopulerkan merk/ meningkatkan loyalitas. Cara yang dilakukan oleh sales promotion ini biasanya memberi kupon gratis, diskon, demonstrasi produk, display (memajang barang), dan lain-lain.

Ketiga ***Public Relation*** : membangun hubungan baik dengan relasi perusahaan agar nama baik perusahaan selalu terpelihara dan melawan isu-isu negative yang disebarkan oleh pihak lain. Dan yang keempat ***Personal Selling*** : suatu cara penjualan secara langsung (*face to face*) dengan memperkenalkan produknya pada calon pelanggan sampai tertarik dan membelinya.

2. Model Hijab Syar'i Sofi

Model hijab syar'i sofi yang diproduksi banyak corak dan ragamnya, setidaknya ada lima model yang ditawarkan pada akun instragram milik akun hijab sofi yaitu @hijabsoficenter. Hijab syar'I terdiri dari dua kata yaitu hijab dan syar'I, adapun Hijab adalah pakaian wanita muslimah yang memenuhi kriteria perintah Allah dan Rasulullah SAW., dengan model menutup kepala sampai dibawah dada wanita muslimah dan tidak terlihat lekuk leher sampai dada terasa longgar, tidak sempit (tidak ketat), dalam bahasa Arab hijab berarti " penghalang", sedangkan pada tradisi keilmuan Islam dikenal dengan pakaian yang menutup aurat wanita.

Istilah kata syar'I untuk hijab yang ditawarkan oleh *ownernya* yaitu memberikan pengertian hijab syar'I di Indonesia dimaknai hampir sama dengan jilbab pada umumnya hanya saja, hijab syar'I lebih longgar dan lebar ukurannya, kadang ditambah dengan cadar, niqob. Jadi hijab syar'I itu adalah kerudung wanita muslimah yang paling baik (pantas) dan sesuai ajaran Islam. Hal ini sebagai mana Firman Allah SWT dalam AlQur'an Surat An-Nur (24: 31);

Waqulilmu'minaati yaghdudna min absoorihinna wa yakhfadhna furuujahunna wala yubdiina ziinahunna illa maa dloharo minha, wal yadhribna bikhumurihinna 'ala juyubihinna, wala yubdiina ziinahunna illa libu'uulatihinna au aa baaihinna au aabaa'uulatihinna au amnaaihinna au abnaa-I buuulatihinna au ikhwaanihinna auu baniii ikhwanihinna auu banii akhowaatihinna auu nisaa-ihinna auu maa malakat aimaanuhunna awit taabi'iina ghoiri uulil irbati minar rijaali awith thiflil ladziina lam yadharuu 'alaa 'aurootin nisaa-I, wala ydhribiina bi-arjaluhinna liyu'lama maa yukhfiina min ziinatihinna, wa tuubuu ila allahi jamii'an ayyahal mu'minuuna l'allakum tuflihuun.
(Q.S. 24: 31)

Artinya :

31. Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka Menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. **dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung kedadanya**, dan janganlah Menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-

putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita Islam, atau budak- budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. dan janganlah mereka memukulkan kakinyua agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, Hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung. (Q.S. 24: 31).

Model Hijab Syar’I Alternatif



Sumber : <https://muslimah.or.id>

Model hijab Sofi dengan akun instagram *@hijabsoficener* dapat dilihat dibawah ini :



Hijab Nadhira ,Rp.45.000



Hijab Safa, Rp. 65.000



Hijab Marwah,Rp.60.000



Hijab Ayesa, Rp.75.000



Hijab fatimah, Rp.50.000



Hijab huriyah,Rp.75.000

Sumber : Sifa ,Survey 2020

@**hijabsoficenter** adalah nama *akun Instagram* produk hijab syar'i Sofi Vathanah, pendiri dan sekaligus *owner*. Dia seorang mahasiswa putri semester 7 (tujuh) administrasi bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon (UNTAG Cirebon) yang terdaftar sebagai mahasiswa sejak tahun 2016/2017.

2.3. Media *online* instagram dalam mempromosikan bisnis hijab syar'i Sofi dalam tinjauan Agama Islam.

1. Prinsip Ajaran Islam Tentang Jual beli (bisnis)

Allah Ta'ala telah mensyari'atkan atau dengan kata lain mengundang-undang dengan tujuan dilaksanakan oleh seluruh makhluk dijagat raya ini baik makhluk nyata maupun makhluk ghaib, mereka mempunyai kewajiban ta'at melaksanakan syari'at itu agar selamat duniawi dan ukhrowi. Allah Ta'ala mensyari'atkan dengan mengundang amanatnya kepada langit, gunung – gunung tetapi mereka tidak mampu melaksanakan syari'at itu, dan akhirnya makhluknya Allah yang ditunjuk menjadi *kholifatul fil ard* adalah manusia yang bersedia (Pertama Nabi Adam As).

Firman Allah Q.S.Al-Akhzab (33) : 72

Artinya :

72. Sesungguhnya Kami telah mengemukakan amanat¹⁵[1233] kepada langit, bumi dan gunung-gunung, Maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu Amat zalim dan Amat bodoh¹⁶.

Allah Ta'ala mengingatkan kepada manusia karena sedikit sekali manusia yang menjalankan ajarannya, mengutus seorang Rasul untuk memberi peringatan kabar gembira, dilanjutkan para “ulama atau para ustadz menyampaikan AlQur'an dan As SunnahNya agar terbebas dari kebodohan terhadap ajaran agama Islam yang *rahmatan lil 'alamiin*.

Adapun prinsip-prinsip Agama Islam ada 5 (lima) yang menjadi penetapan hukum Islam yaitu¹⁷ :

a. Meniadakan kesempitan (نَفْيُ الْحَرَجِ)

Maksudnya agama itu mudah, tidak mempersulit pelakunya dalam menjalankan syari'at agama Islam.

Firman Allah Ta'ala Q.S. 22 : 78

...*wamaa ja'ala 'alikum fid diini haraj*...

..... Dia telah memilih kamu dan Dia sekali-kali tidak menjadikan untuk kamu dalam agama suatu kesempitan.(Q.S. 22:78)

Firman Allah Ta'ala Q.S. 2: 185

... *Yuriidullahu bikumul yusro wala yuriidukumul 'usro*....

¹⁵ [1233]Yang dimaksud dengan amanat adalah syariat tugas keagamaan (syari'at Islam)

¹⁶ Zalim dan bodoh maksudnya sering melanggar perintah Allah/Syari'at Allah

¹⁷ Syakir Jamaludin (2013: 11-16)

185. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu.(Q.S. 2: 185).

Rasulullah bersabda :

"Innad dinna yusron" إِنَّ الدِّينَ يُسْرًا

Artinya : “ Sesungguhnya agama itu mudah “ (HR.Al-Bukhari dan An-Nasa’i)

"Yassiro walaa tu'assiro" يَسِّرَا وَلَا تُعَسِّرَا

Artinya : “ Mudahkanlah dan jangan mempersulit” (HR.Muttaqun ‘alaih).

b. Menyedikitkan beban (تَفْخِيلُ التَّكْلِيفِ)

Q.S. 5: 101

101. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menanyakan (kepada Nabimu) hal-hal yang jika diterangkan kepadamu **akan menyusahkan kamu** dan jika kamu menanyakan di waktu Al Quran itu diturunkan, niscaya akan diterangkan kepadamu, Allah memaafkan (kamu) tentang hal-hal itu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun.

c. Berangsur-angsur (التَّدرُّجُ فِي التَّشْرِيحِ)

Contoh ; Larangan Minuman keras (Khmar) secara bertahap :

- **Pertama** ; Q.S. 16: 67 (tidak secara tegas bahwa minuman keras itu haram, alqur’an menjelaskan bahwa minuman keras dapat memabokan dan membuat akal yang sehat tidak berfungsi.

Artinya :

67. dan dari buah korma dan anggur, kamu buat minuman yang memabukkan dan rezki yang baik. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang memikirkan.

- **Kedua** : (Q.S. 2: 219) (Minuman keras itu mengandung mudhorot lebih besar daripada manfaatnya), Anjuran agar meninggalkan minuman keras.

(Q.S. 4 : 43)

43. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu shalat, sedang kamu dalam Keadaan mabuk, sehingga kamu mengerti apa yang kamu ucapkan.... (Q.S. 4:43)

Dalam riwayat menjelaskan bahwa umar pernah sholat dalam keadaan mabuk, sehingga tidak mengerti bacaan sholat yang dimaksudkan, dan keliru membacanya. Imam Abu Dawud telah menceritakan kepada kami Musaddad : *Telah menceritakan kepada kami Yahyaa,, dari ‘Aliy bin Abi Thaalib : Bahwasannya ada seorang laki-laki dari kalangan Anshaar memanggilnya (‘Aliy) dan ‘Abdurrahmaan bin ‘Auf, lalu memberi mereka minum khamr sebelum diharamkannya. Lalu ‘Aliy*

mengimami mereka shalat Maghrib dan membaca Qul yaa ayyuhal-kaafiruun, lalu ia pun salah dalam membacanya. Maka, turunlah ayat : (QS. An-Nisaa'(4) : 43)" [As-Sunan no. 3671].

Ketiga : (Q.S. 5 :90 -91) ; Haram Total, dan orang yang minuman keras dan perjudian dihukum cambuk 40 x menurut syariat islam.

- d. Sejalan kemaslahatan umum (صَالِحُ الْعِبَادِ), “ Hukum Islam disyari’atkan sebesar-besarnya untuk kemaslahatan manusia di dunia dan akhirat.
- e. Mewujudkan keadilan (تَحْقِيقُ الْعَدَالَةِ), maksudnya hokum diberlakukan tanpa pandang bulu. “ Dalam suatu riwayat Nabi SAW bersabda “ Demi Allah, sekiranya Fatimah binti Muhammad yang mencuri, maka aku sendiri yang memotong tangannya,” (HR. Jama’ah dari Usamah).

Sementara dalam fiqih Islam menurut Prof.Dr. KH. Sulaiman Rasyid¹⁸, jual beli hendaklah memiliki **rukun dan syarat jual beli** yang terpenuhi yaitu :

- a. Penjual dan Pembeli, syaratnya ; bukan orang gila.
 - Suka sama suka (kerelaan/keridloan keduanya)
 - Tidak mubadzir (boros)
 - Baligh; Adapun anak yang belum baligh boleh jual beli yang kecil-kecilan.
- b. Uang dan benda yang dibeli
 - Suci (bukan benda najis)
 - Ada manfa’at
 - Dapat diserahterimakan
 - barang yang di jual, kepunyaan yang diwakilinya atau menguasai.
 - barang itu jelas (dapat dilihat, ukuran, jumlahnya, sifatnya, dazatnya , bentuknya dsb.) dan bukan penipuan.
- c. Ijab dan Qobul. (Ijab perkataan penjual dan qobul : ucapan penerima).

2. Tinjauan Islam mengenai media *online* instagram dalam mempromosikan hijab syar’I sofi akun @hijabsoficenter.

Ajaran Islam memberikan arahan, bimbingan kepada setiap pribadi muslim dalam melakukan *muamalah*, suatu hubungan kehidupan bermasyarakat dalam hal ini terkait berbisnis. Secara umum syari’ah Islam membolehkan beraktifitas bisnis, kecuali adanya dalil yang jelas melarangnya dari Alqur’an maupun AsSunnah.

Aktifitas bisnis yang dilakukan oleh hijab syar’I sofi atau lengkap namanya “ Agustin Sofivathonah¹⁹ “dengan akun instagramnya @sofihijabcenter, telah berjualan kerudung atau hijab syar’inya melalui media *online* instagram dan di followers 1700an. Usahanya telah berjalan 1 tahun lebih, tepatnya sejak mulai tahun 2018 sofi merintis usahanya dengan menawarkan produknya kedunia maya,

¹⁸ Fiqih Islam, 1987-263-268

¹⁹ Sofi adalah mahasiswa/I UNTAG Cirebon program studi administrasi bisnis semester 7, masuk tahun akademik 2016/2017.

dan akhir tahun 2019 telah mencapai berbagai daerah di Indonesia, seperti ciayumajakuning, jawa timur, jawa tengah, klimantan, nusa tenggara timur, serang banten, Maluku bahkan sampai kenegara lain yaitu Negara Singapura dan Malaysia.

Pemasaran hijab syar'I sofi sebagian besar usianya remaja dan ibu-ibu muda (mama muda) yang sering menggunakan instagram yang menjadi bagian hidup atau gaya hidup masa kini, tiap bulannya barang yang terjual kira-kira 43 pack, mereka menyukai hijab syar'I sofi karena beberapa kelebihan modelnya modern, mengikuti trend, bahannya yang digunakan berkualitas baik, jahitannya rapih, usaha bisnis secara rumahan tapi bukan kegiatan secara konveksi, sehingga hasilnya dapat terjaga kualitasnya.

Ditinjau menurut ajaran Islam bisnis online melalui media instagram yang dilakukan oleh hijab sofi dapat di identifikasi sebagai berikut :

- a. Kegiatan bisnis *online* media instagram ada penjual yaitu hijab syar'I sofi adanya pembeli (pelanggan) yang telah berteman melalui instagram. Umumnya mereka pembelinya anak-anak remaja dan ibu-ibu muda, pertemanan dalam instagram memberikan sinyal kuat kepercayaan kepada penjual walaupun tidak dilakukan secara langsung, barang yang dibeli juga tidak bisa di pegang, diraba, hanya dapat dilihat di pajang di instagram, dengan keterangan yang sesuai, seperti ukuran, harga, merek, bahan, model dan saling percaya, prinsip saling mengerti (suka sama suka), jika ada ukuran yang tidak pas atau tidak sesuai pesanan dapat dikembalikan, uang bisa dikembalikan atau memilih yang sesuai permintaan.
- b. Barang yang ditawarkan adalah barang yang tidak najis, artinya barang tersebut tergolong barang yang halal, yaitu sejenis kain. Manfaatnya ada, dan barang tersebut yang di jual milik sendiri dan ada ijab qobolnya.
- c. Dilihat dari kegiatannya bahwa barang yang dijualbelikan secara *online* itu **tidak mirip** seperti *mulamasah*, suatu bisnis yang dilarang oleh Rasulullah SAW.

Rasulullah SAW bersabda :

Imam al-Bukhari dan Muslim رحمه الله meriwayatkan dari Abu Mas'ud Radhiyallahu anhu, ia berkata:

نَهَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ الْمُلَامَسَةِ وَالْمُنَابَذَةِ فِي الْبَيْعِ

“Nahan nabiyyu sollallahu ‘alaihi wasallam ‘anil mulamasati wal munabadzati fil ba’I”.

Artinya :

Nabi Shallallahu ‘alaihi wa sallam melarang *mulamasah* dan *munaba-dzah* dalam jual beli.”

Imam Muslim meriwayatkan dalam Shahiih-nya dari Abu Hurairah, Radhiyallahu anhu, ia berkata, “(Jual beli **mulamasah**), yaitu masing-masing

dari dua orang menyentuh pakaian milik temannya tanpa ia perhatikan dengan seksama.”

Jual beli Mulamasah adalah seseorang meraba pakaian orang lain dengan tangannya pada waktu malam atau siang tetapi tanpa membalik-balikannya...(tanpa saling merelakan). (H.R. Bukhori dan Muslim).

Pertama : secara prinsip hukum islam, rukun dan syarat jual beli hijab syar’I sofi telah terpenuhi, walaupun dilakukan secara tidak langsung (*online*).

Kedua : Secara kegiatannya bisnisnya : tidak ada unsur penipuan dan adanya kejelasan, serta kerelaan masing-masing keduanya, jika ada yang complain dapat dilakukan oleh pihak yang dirugikan.

Ketiga : memberikan ketetapan bahwa bisnis yang dilakukan hijab syar’ai sofi secara *online* dengan media instagram sepanjang memenuhi rukun, syarat dan kegiatannya sukarela dan jelas; **maka syah hukumnya menurut ajaran agama Islam.**

III. KESIMPULAN DAN SARAN

3.1. Kesimpulan

Kegiatan bisnis hijab syar’I sofi yang mempromosikannya secara online dengan media instagram @hijabsoficenter, tidak melanggar ketentuan ajaran islam, sepanjang dilakukan dengan adanya kejelasan, tidak ada unsur penipuan dan diberikan kesempatan complain (kesepakatan keduanya) dan atau saling merelakan.

3.2. Saran

Sebaiknya ada produk hijab syar’I alternative, yang panjang hijabnya dibawah dada seperti pada gambar hijab syar’I alternative di atas.

Penjualan secara *online* dapat dilakulakan dengan memperhatikan unsur-unsur tujuan **prinsip hukum islam**, sehingga bisnis kita aman dan telah melaksanakan tuntunan ajaran islam, kelak di akhirat orang yang berbisnis dengan benar akan mendapatkan balasan pahala syurga dari Allah SWT.

DATAR PUSTAKA

- Alma, Bukhori, 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. ALFABETA, Bandung.
- Badawi Al-Khakafi, Abdul Adzim bin, 2007. *Al-Wajiz, Ensikopedi Islam dalam Al-Qur’an dan As-Sunnah As-Shohihah, Edisi Lengkap*, Penerbit Pustaka AsSunnah, Jakarta.
- Erma Mustika, Viska, , *Penelitian* 2018. mahasiswa UMS.
- Jamaludin, Syakir, 2013. *Kuliah Fiqih Ibadah*, Surya Sarana Grafika. Jogyakarta.
- Rasjid, H.Sulaiman, 1987. *Fiqh Islam*, Penerbit Sinar Baru, Bandung.
- RI, Kemetrian Agama, 2010. *AlQur’an dan Tafsirnya*, Penerbit PT.Lentera Abadi, Jakarta.

Web Internet :

[https://mastel.id/survey //masyarakat telekomunikasi/10/01/2020](https://mastel.id/survey//masyarakat%20telekomunikasi/10/01/2020), Jam. 19.30

[https:// Kumparan.com//](https://kumparan.com/)

[https://muslimah.or.id// hijab syar'i/10/01/2020](https://muslimah.or.id/hijab-syar'i/10/01/2020), Jam 1940

[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/“survei-eAreSocial.net.dan.Hootsuite”](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/survei-eAreSocial.net.dan.Hootsuite)

[https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram//](https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram/)