

## Implementasi Jasa Gesek Tunai Di Media Sosial Perspektif Fikih Mu'amalah (Studi Pada Komunitas Gestun All Limit Facebook)

Intan Purnamasari<sup>1</sup>, Nafi'ah<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia; intanpurnama651@gmail.com

<sup>2</sup> Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia; nafiah490@gmail.com

Received: 20/07/2024

Revised: 31/07/2024

Accepted: 07/08/2024

### Abstract

*The development of easy and open technology does not rule out the possibility that various types of transactions can cause consumers to shop impulsively or wastefully. Many factors encourage people to use social media, such as Facebook, which producers and users use as a promotional medium to offer services. In e-commerce, users can easily make transactions even if they do not have funds. This convenience gives rise to new transactions, namely gestures or cash swipes. This research method uses qualitative research with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Based on the results of this study, it can be concluded that the Gestun practice on the Gestun All Limit Facebook group is carried out using the checkout method and scanning the QRIS code provided by the Gestun service provider with the paylater payment method with a payment settlement period according to the application provided. The gesture service provider sets a fee in addition to the costs incurred using the paylater payment method. In the practice of gestun, there are activities that are not permitted by sharia, namely fraudulent activities in buying and selling transactions between users (buyers) and gestun service providers (sellers).*

### Keywords

*Gestun; e-commerce; paylater*

### Corresponding Author

Intan Purnamasari

Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia; intanpurnama651@gmail.com

## 1. PENDAHULUAN

Adanya kemudahan dan keterbukaan teknologi ini tidak menutup kemungkinan berbagai macam kegiatan atau transaksi yang berujung pada kebiasaan konsumen yang melakukan pembelian secara *impulsive buying* atau lebih pada ke sikap boros. Hal ini tidak menutup kemungkinan karena pada transaksi jual beli tersebut banyak faktor yang menimbulkan mereka untuk melakukan ketertarikan pada pembelian suatu barang baik yang mereka butuhkan atau hanya mereka inginkan semata, seperti adanya diskon, *special price*, atau bahkan adanya *paylater* yang disediakan pada situs perdagangan tersebut, saat ini dengan adanya kemudahan tersebut konsumen terkadang sulit untuk membedakan antara kebutuhan (*hajati*) dengan keinginan (*raghbabh*) (Fitria & Prastiwi, 2020, p. 3).

Sifat *impulsive buying* serta adanya kemudahan *paylater* (bayar kemudian) oleh *e-commerce*, sangat mendukung terjadinya jual beli pada *e-commerce* meskipun masyarakat masih belum memiliki dana.



Dengan kemudahan *paylater* maka pembeli memiliki kesempatan kredit atau pinjaman dengan jumlah maksimum pada nilai uang yang dapat digunakan atau dibelanjakan pada akun pembeli. Pada sistem ini pembeli tidak harus memiliki kartu kredit yakni dengan membuat pengajuan limit pinjaman melalui *e-commerce*. (L. & Orú, 2018)

OJK (Otoritas Jasa Keuangan) memaparkan bahwa limit pinjaman merupakan besaran maksimum pinjaman yang dapat diberikan atau yang disiapkan oleh bank atau perusahaan pembiayaan tertentu kepada pembeli baik untuk tujuan pemenuhan perjanjian kredit ataupun besaran maksimum dalam penggunaan kredit. (Hesti, 2018). Maraknya sistem pinjaman pada pembelian di situs *e-commerce* ini maka banyak juga muncul transaksi yang diminati juga oleh masyarakat agar mereka dapat menikmati maksimal pinjaman yang disediakan oleh *e-commerce* untuk kebutuhan mereka yang iklanya juga tidak disediakan pada *e-commerce* tersebut, yakni *Gestun* atau Gesek Tunai. Gesek tunai adalah penarikan uang secara tunai dari batas limit pinjaman dengan cara melakukan suatu rekayasa jual beli. (Saputra, 2020, p. 6)

Praktik *gestun* dimasyarakat sangat diminati karena tidak hanya belanja di *marketplace* saja yang dapat dilakukan oleh masyarakat, tetapi juga dapat mencairkan dana pinjaman yang disediakan oleh *e-commerce* tersebut (MrX, personal communication, March 1, 2024) (MrX, personal communication, March 1, 2024). Sedangkan praktik ini tidak hanya terjadi pada *platform e-commerce*, akan tetapi juga pada media sosial atau biasa yang disebut dengan *social commerce* yakni *platform* media sosial yang menyediakan fitur untuk melakukan transaksi jual beli, seperti pada *facebook marketplace* dan *instagram shop*. Berikut adalah pengguna sosial media yang lebih sering digunakan untuk transaksi perdagangan, antara lain :

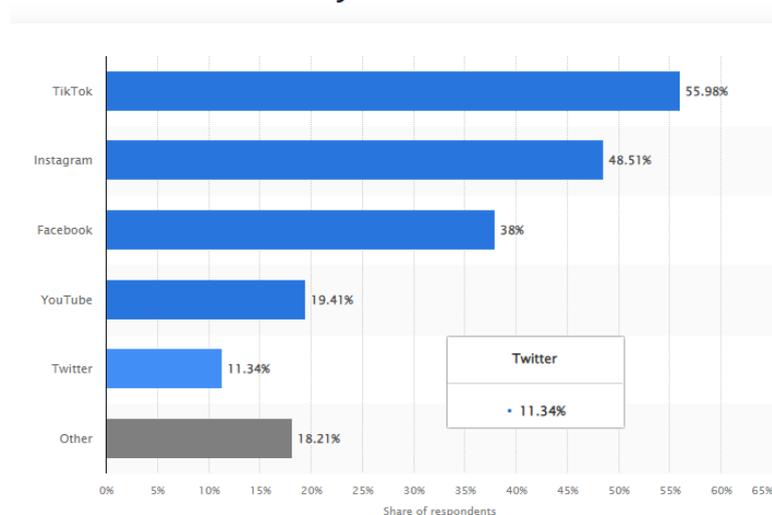


figure 1: media sosial yang dilakukan untuk transaksi penjualan

Meskipun media social tidak disarankan untuk melakukan transaksi perdagangan akan tetapi masyarakat masih menggunakannya sebagai media promosi atas barang ataupun jasanya. Hal ini diperkuat atas pernyataan dari direktur *Ekonomi Digital* dari Lembaga riset center of economic and law studies (CELIOS), Nailul Huda yang menyatakan bahwa meskipun *tiktok shop* atau sejenis dengan *social commerce* ditutup, akan tetapi penjual masih bisa memasarkannya meskipun proses transaksinya melalui instrument lainnya, seperti *whatsapp*. (Media, 2023)

Banyaknya kegiatan masyarakat menggunakan media sosial yang banyak bukan tidak menutup kemungkinan adanya praktik gesek tunai didalamnya, oleh karena itu peneliti akan melakukan pembahasan tentang kajian empiris perilaku masyarakat dari praktik gesek tunai ditinjau dari fikih muamalah yang akan digabungkan oleh keberpihakan masyarakat untuk melangsungkan praktik gesek tunai di grup *gestun Facebook*, yang didukung pada penelitian Evi pada ketertarikan konsumen eksis menggunakan media sosial. (Waworuntu et al., 2022)

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah melakukan survei lapangan atau yang biasa disebut dengan *field research* yang mana survei ini digunakan untuk mendapatkan informasi ataupun data yang dibutuhkan oleh peneliti dari tempat penelitian (Abdussamad, 2021) dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi terstruktur, observasi dan dokumentasi. (Eko, 2020)

Analisis data pada penelitian ini menggunakan intepretasi dari konsep keseluruhan data yang ada dengan menggunakan strategi analitik dengan tujuan untuk mengubah atau menerjemahkan data mentah kedalam bentuk uraian atau deskripsi dan ekplanasi dari fenomena yang sedang diteliti atau dipelajari. (Sugiaono, 2016)

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Munculnya situs jejaring sosial telah memberikan jalan baru untuk komunikasi interpersonal. *Facebook* hadir sebagai situs jejaring sosial terbesar yang telah menyediakan akses ke jejaring social interpersonal, telah ditemukan sebagai sumber dukungan sosial. Dukungan sosial berbasis *Facebook* telah ditemukan bermanfaat di sejumlah aktifitas(Gilmour et al., 2020). Pada hasil penelitian yang telah dilakukan oleh salah satu peneliti pasar, yakni Moorpace menyebutkan bahwa Benua Asia merupakan pengguna *facebook* terbesar di dunia dengan menghabiskan 36,9% waktu per minggu dalam menggunakan *facebook*.

Rata-rata pengguna *facebook* dengan rentang umur 18-45 tahun menghabiskan waktunya 8,5 jam per minggu sedangkan paa rentang umur 55 tahun keatas menghabiskan waktu 4.6 per minggu(Hidayat, 2021). Saat ini selain dianggap efektif sebagai media untuk mempromosikan produk atau beriklan *Facebook* juga memiliki beberapa tantangan ataupun kekurangan dalam menjalankan

periklanannya, antara lain:1) Persaingan yang tinggi, meskipun dikatakan sebagai salah satu media untuk memanfaatkan dunia usaha di jejaring sosial yaitu penggunaan *Facebook*, juga ternyata tidak seratus persen mampu memenangkan persaingan, sehingga para pelaku usaha harus menyediakan konten dan penawaran yang menarik agar tidak terabaikan oleh *user* (pengguna *Facebook*), 2). Tingkat periklanan tidak tercapai, atau sepi peminat yaitu iklan yang dimuat mungkin hanya akan diklik orang, namun mereka tidak melakukan pembelian dan penawaran dan hanya sekedar lewat di pengguna laman akun *Facebook* mereka hal seperti itu umum terjadi pada masyarakat sekitar. (Gilmour et al., 2020; Purnama Ramadani Silalahi, 2023)

Selain itu, adanya *e-commerce* menjadi suatu *platform* jual beli digital yang sangat diminati oleh kalangan masyarakat, seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, *Blibli*, dan banyak lagi lainnya. Sekarang ini *platform e-commerce* tidak hanya sebagai wadah perdagangan saja, namun mereka juga menawarkan banyak fasilitas yang dapat diakses seperti *paylater* fasilitas ini bagi pengguna yang tidak memiliki uang untuk melakukan transaksi pembelian. (Purnamasari, 2024) *Paylater* yang disiapkan oleh *e-commerce* ini merupakan layanan yang dapat dinikmati oleh pengguna, yang mana *e-commerce* telah bekerja sama dengan perusahaan pembiayaan yang bersistem *P2P Lending* (*peer to peer lending*). (Havrylchyk & Verdier, 2018)

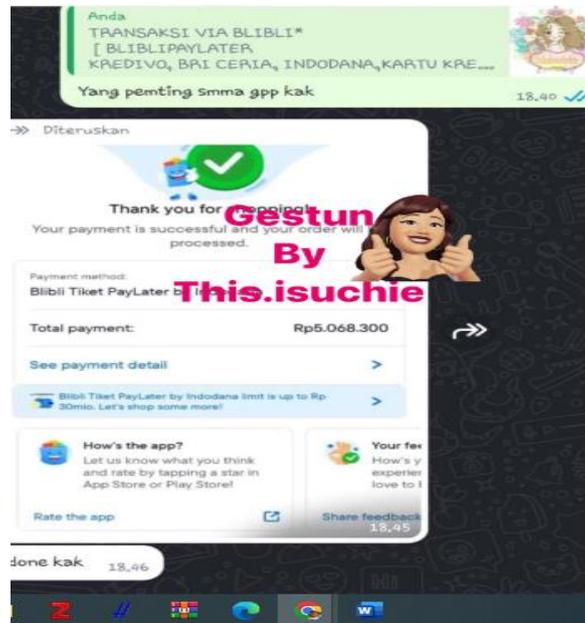
Adapun pengawasan pengguna *paylater* yang pertama adalah proses verifikasi identitas pengguna tidak semua pengguna bisa merasakan layanan ini, karena berkaitan dengan rekam finansial atau dengan istilah *BI Checking*. Aktifitas dari *paylater* ini langsung dilakukan oleh OJK (otoritas Jasa Keuangan). Sampai bulan April 2020, total akumulasi pinjaman yang telah disalurkan sebesar Rp 88,3 miliar ditunjukkan oleh penggemar fitur *Shopee PayLater*, menurut data statistik Lentera Dana Nusantara. Pinjamannya mencapai 102.971 orang, dengan 81.423 peminjam aktif.

### **3.1. Aplikatif Grup *Gestun All Limit Facebook* Sebagai Media Informasi *Gestun***

Media promosi kelompok Gesek Tunai (*Gestun*) di media *facebook* masih eksis dijalankan bagi konsumen. Konsumen ini adalah mereka yang membutuhkan dana secara cepat, mudah, dengan biaya yang murah. Konsumen ini juga merupakan orang yang mempraktikkan *gestun*. Selain konsumen ada penyedia layanan *gestun*, yakni mereka yang memberikan jasanya kepada konsumen untuk membantu melakukan transaksi gesek tunai dari berbagai macam perusahaan pembiayaan (*Shopee paylater*, *Bukalapak*, *Tokopedia*, *Akulaku*, *Kredivo*, *Blibli*, *QRIS*, dan masih banyak lainnya), biasanya mereka menawarkan jasa *gestun* melalui akun media sosialnya seperti *facebook* yang didalamnya ada banyak pengikutnya (bisa menggunakan grup atau personal). Seperti halnya penyedia jasa *gestun* pada *All Limit Facebook* memasarkan jasa mereka dengan tampilan design yang menarik dengan tambahan testimoni dari konsumen, yang ternyata hal ini menjadi strategi ampuh untuk menarik minat calon konsumen.

Ternyata, testimoni juga menjadi bagian dari bentuk promosi yang digunakan para penyedia jasa dalam menyebarluaskan bisnisnya dan sebagai bukti bahwa jasa yang ditawarkan bukan penipuan.

Gambar 1: Testimoni Gestun



Sumber: Screenshot dari Grup Facebook Gestun (Intan, 2024)

Penyedia jasa *gestun*, seperti halnya pada bisnis *online* lainnya, selain memiliki kemampuan untuk berkembang dan memiliki *reseller* untuk membantu memperluas layanan mereka. Namun, orang yang ingin bergabung dengan perusahaan jasa *gestun* harus mengeluarkan biaya pendaftaran dan administrasi yang relatif besar. *Reseller* akan mendapatkan keuntungan dari beberapa persen dari setiap pembeli yang melakukan gesek tunai. Pemilik sudah menyiapkan akun *Shopee* untuk proses pencairan, jadi mereka tidak perlu memilikinya. Selain itu, *reseller* dengan akun bisnis yang kuat dan banyak testimoni pasti akan lebih mudah mendapatkan pelanggan. (A. cara pencairan *gestun* Mrs., personal communication, 2024)

Nama dari *gestun All Limit Facebook* pada dasarnya bukan hanya dari nama salah satu dari grup *Gestun*, akan tetapi ini merupakan maksud dari tujuan dilakukan kegiatan *gestun* ini sendiri, yakni mencairkan dana hingga pada batas limit saldo yang dimiliki calon dari konsumen. Jadi praktik dari *gestun* ini sendiri merupakan membuka peluang bagi konsumen yang membutuhkan dana dalam bentuk kredit pada perusahaan pembiayaan yang memberikan fasilitas secara online. (Intan, 2024) Penyedia *gestun* pada dasarnya seperti bisnis *online* lainnya, memiliki kemampuan untuk berkembang dan memiliki *reseller* untuk membantu memperluas layanan mereka. *Reseller* akan mendapatkan keuntungan dari beberapa persen dari setiap transaksi yang melakukan gesek tunai melalui *e-commerce*.

Penyedia jasa *gestun* sudah menyiapkan akun pada *e commerce* untuk proses membuat model pelayanannya, yang pembayarannya dapat dilakukan melalui *QR Code* atau *QRIS (Quick Response Code Indonesian Stpenggunard)* yang sumber dana berasal dari perusahaan pembiayaan yang disediakan oleh *e commerce*. Selain itu, *reseller* dengan akun bisnis yang kuat dan banyak testimoni pasti akan lebih mudah mendapatkan pelanggan adapun informasi layanan para penyedia jasa gesek tunai mereka lakukan lewat media sosial *facebook* dengan grup yang bernama “Gesek Tunai All Limit”, Grup ini biasanya di tiap-tiap daerah ada. (Intan, 2024)

Banyaknya grup dari penyedia jasa *gestun* mempermudah pengguna dan *reseller* untuk melakukan praktik ini pada *e commerce*. Banyak dari *reseller* yang melakukan kegiatan ini menjadi sampingan mereka, motivasi mereka membuka jasa ini untuk menambah penghasilan. praktik gesek tunai sangat eksis di kalangan masyarakat khususnya bagi mereka yang berusia produktif, bahkan Ny. MS mengaku rata-rata selama 2 tahun ia sudah lebih melakukan 1.900 kali transaksi gesek tunai, yang tiap pekannya ia melayani lebih dari 20 orang. (MS, personal communication, March 3, 2024)

### 3.2. Pelaksanaan Gesek Tunai

Adanya pengajuan yang mudah dan tanpa syarat, hal ini menjadikan jasa gesek tunai menjadi pilihan bagi pengguna *e commerce* untuk mendapatkan dana dengan cepat. Mencari penyedia jasa gesek tunai sangat mudah, dan banyak iklan di media social banyak digunakan seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp* melalui media tersebut membuat mereka mudah untuk berinteraksi langsung dengan orang lain yang tertarik dalam menghasilkan uang dengan mudah. Jika di bank ketika kita ingin meminjam sejumlah dana dibutuhkan beberapa syarat dan ketentuan yang berbelit seperti pengisian *form*, penyertaan slip gaji, adanya agunan, serta adanya survei lapangan untuk melihat kualitas dan kemampuan nasabah sebagai uji kelayakan pengajuan pembiayaan, sehingga membutuhkan waktu dan tenaga yang ekstra, padahal terkadang seseorang membutuhkan dana yang cepat untuk memenuhi kebutuhannya yang mendesak dan penting. (Havrylchyk & Verdier, 2018)

Akan tetapi, saat ini hadirnya jasa gesek tunai mudah dan cepat, pelanggan hanya perlu mengisi formulir yang diberikan oleh penyedia jasa. Tidak ada jaminan yang diperlukan, dan proses pencairan dananya cukup cepat tidak lebih dari 24 jam atau bahkan lebih cepat hingga 8 jam tetapi kecepatan tergantung pada *e-commerce* yang digunakan. Bagan alur penjelasan proses transaksi gesek tunai *e-commerce* ditunjukkan di sini (L. & Orú, 2018). Adapun pelaku kegiatan *gestun* ini antara lain ; 1) Pengguna adalah konsumen yang membutuhkan dana dari *gestun* yang memiliki akun di *e commerce*, 2) Penyedia jasa *gestun* adalah penyedia layanan bagi pengguna untuk mencairkan dana, 3). *Paylater* adalah penyedia dana yang telah bekerja sama dengan *e commerce* sebagai salah satu fasilitas yang dimiliki dari *e commerce* untuk membantu pengguna melakukan pembiayaan dengan system berhutang,

dan 4) *E-commerce* merupakan wadah dari aktifitas jual beli secara digital dan digunakan sebagai wadah komunikasi dan transaksi jual beli antara pengguna, penyedia jasa, dan penyedia dana (*paylater*).

Pengguna akan diminta untuk membayar tagihan *PayLater* sesuai periode cicilan yang pengguna pilih saat ini terdiri dari 1 kali, 3 kali, 6 kali, dan 12 kali, setelah pengguna menyelesaikan transaksi pembelian dengan *PayLater*. (Purnamasari, 2024)

Berikut adalah skema gesek tunai pada *e-commerce* yang dilakukan melalui grup *Gestun all Limit facebook*.

Gambar 2 : Skema praktik gesek Tunai pada Gesek Tunai All limit Facebook



Sumber: Hasil olah data peneliti

Skema diatas menjelaskan tentang praktik *gestun* yang terjadi di grup *gestun All limit Facebook*, yang mana *facebook* hanya sebagai media atau wadah komunikasi atau bertemunya para pengguna *gestun*. Praktik *gestun* mereka lakukan di laman *e commerce* yang mereka miliki karena didalam *e commerce* ada fasilitas pembayaran yang disebut *paylater*, jenis pembayaran ini dimanfaatkan bagi pengguna dan penyedia jasa *gestun* untuk dapat mencairkan dana. Adapun jenis-jenis metode yang dilakukan pada praktik *gestun paylater* sebagai berikut:

- a. Melalui *checkout*, pada model *gestun* ini penjual atau penyedia jasa *gestun* mengirimkan *link* kepada pengguna untuk di lakukan *checkout*, yang mana transaksi *checkout* tersebut langsung dibuka melalui *link* yang di bagi dan dilakukan *checkout* sesuai dengan jumlah dana yang akan di cairkan, serta mengubah alamat tujuan dari paket sesuai arahan penyedia jasa *gestun*. Pengguna jasa yang akan mencairkan dana melakukan pilihan tempo atau jangka waktu pembayaran. tenor waktu yang disediakan antara 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 9 bulan dan 12 bulan. (Egifa, n.d.) Tahap selanjutnya adalah menunggu konfiimasi dari *merchant* atau penyedia *gestun* atau biasanya dalam bentuk keterangan “dikemas” dan dilakukan pengiriman barang. Langkah selanjutnya adalah

*merchant* meminta pengguna atau pembeli untuk melakukan konfirmasi diterima hal ini jika barang sudah sampai di alamat yang tertera. Setelah pengiriman sampai di alamat yang dituju maka selanjutnya *merchant* akan mengirimkan dana limit *paylater* ke perusahaan pembiayaan dan berhasil di cairkan.

- b. Melalui *QRIS*, pada sistem *gestun* ini sama seperti metode *checkout* hanya saja pada metode ini dilakukan langsung pembayaran kepada *merchant* atau penyedia jasa sehingga pengguna tidak dapat memilih tenor waktu yang ditentukan untuk membayar pinjamannya ke perusahaan pembiayaan pada *paylater*. Setelah memberikan kode *QRIS* pengguna diarahkan untuk melakukan scan melalui aplikasi *akulaku* pada bagian fitur *paylater*, kemudian klik scan, kemudian pengguna di minta untuk mengisi nominal yang akan di cairkan, namun pada transaksi menggunakan *QRIS* ini limit yang digunakan maksimal hanya sebesar Rp.500.000 dalam sekali transaksi, jika pengguna ingin mencairkan lebih bisa melakukannya secara berulang menggunakan sistem ini lebih cepat dana diterima oleh pengguna.

### 3.3. Penetapan *Fee* Pada Gesek Tunai Facebook

Pada penetapan *fee* atau keuntungan atau upah yang didapat oleh penyedia jasa *gestun* biasanya ditentukan dengan prosentase diluar bunga *paylater* dan biaya pengannan pada *e commerce*(MrX, personal communication, March 1, 2024) Biasanya penyedia jasa *gestun* meminta upah sebesar 5%-10 % tiap kali transaksi pencairan. Mr.X sendiri biasanya meminta upahnya sebesar 8% dari tiap transaksi yang mana upah tersebut langsung mereka ambil saat akan melakukan transfer ke pengguna *gestun*, sehingga dana yang dikirimkan kepada pengguna adalah dana bersih setelah di potong upah penyedia jasa *gestun*. Tiap penyedia jasa *gestun* menerapkan besaran *fee* yang berbeda-beda. Tetapi bisa dilakukan negosiasi dalam menentukan *fee*. (A. cara pencairan *gestun* Mrs., personal communication, 2024)

Pada dasarnya penetapan *fee* untuk jasa gesek tunai berbeda-beda pula pada setiap *e commerce*, contohnya jika dilakukan gesek tunai pada aplikasi *e commerce* shopee maka *fee* bekisar 8-10 %, sedangkan untuk *e commece* yang menggunakan perusahaan pembiayaan *AkuLaku* maka ditetapkan *fee* sebesar 15%. Berikut adalah contoh dari penarikan dana melalui sistem *QRIS*. Awal mula yakni melakukan *scan QRIS* di *e commerce* dan melakukan pembayaran sesuai dana yang di dibutuhkan yang kemudian dana masuk di rekening penyedia jasa sebagai *merchant* atau penjual yang selanjutnya dana di transfer ke rekening pengguna di potong *fee*. Pada transaksi ini *fee* yang di bebaskan hampir 17%. (MrX, personal communication, March 1, 2024)

### 3.4. Pelaksanaan Akad *Qard* pada aplikasi Tunai pada *Gestun All limit Facebook*

Gesek tunai adalah aktivitas menarik sejumlah dana yang disediakan oleh perusahaan pembiayaan pada beberapa akun *e-commerce* yang berpura-pura membeli barang, namun bukan barang

yang dipesan melainkan melakukan penarikan secara tunai yang bekerja sama dengan *merchant* dan akan mendapatkan uang tunai dari *merchant*. (Egifa, n.d.) praktik yang tidak tepat karena akad pada transaksi *paylater* untuk membeli suatu barang di *e commerce*, sebagaimana dalam Islam pada transaksi *paylater* adalah bagian dari transaksi *Qard* atau pinjaman. (Qardhawi, n.d.)

Pembeli melakukan pembelian suatu barang di *e commerce* dengan meminjam sejumlah dana dari perusahaan pembiayaan atau pengguna melakukan pembayaran dengan metode *paylater* yang sudah disediakan oleh *e commerce*. Pada akad *qard* yang dilakukan pada praktik ini termasuk bathil karena shigat (ijab qabul) dari transaksi jual beli ini tidak dilakukan sebagaimana mestinya. (Zuhaili, 1985) Meskipun secara rukun dan syaratnya sudah terpenuhi tetapi penyedia jasa *gestun* sebagai *merchant* di *e commerce* melakukan penjualan fiktif, secara tidak langsung transaksi jual beli antara penjual dan pembeli tidak ada. Kegiatan jual beli ini hanya bertujuan untuk mengelabui *platform e-commerce* dan perusahaan pembiayaan. Adapun salah satu ciri khas dari akad *qard* adalah dana yang dipinjamkan ketika dikembalikan oleh peminjam tanpa adanya tambahan.

Praktik pada jual beli yang menggunakan layanan *paylater*, pembeli membayar lebih ketika pembayarannya. Pada hasil observasi di atas pembeli membeli sejumlah barang dengan harga setelah diskon sebesar Rp. 1.862.277 dan memilih tempo lama cicilan 3 bulan, cicilan sebesar Rp.702.767/bulan sehingga total dari pengembalian sebesar Rp. 2.108.302. (Intan, 2024) begitu pula praktiknya pada *gestun*, para pengguna sama-sama membayar tambahan pada pelunasan, hal ini tidak diperkenankan dalam Islam karena bagian dari riba, sebagaimana dalam QS. Al Baqarah ayat 275 yang berbunyi :

Artinya: "Mereka yang mengkonsumsi bunga akan berdiri pada Hari Penghakiman, seperti mereka yang didorong ke kegilaan oleh sentuhan Setan. Itu karena mereka berkata, "Perdagangan tidak berbeda dengan bunga." Tetapi Allah telah mengizinkan perdagangan dan bunga terlarang. Siapa pun yang menahan diri setelah menerima peringatan dari Tuhan mereka dapat mempertahankan keuntungan mereka sebelumnya, dan kasus mereka diserahkan kepada Allah. Adapun mereka yang bertahan, merekalah yang akan menjadi penghuni Api mereka akan berada di sana selamanya.

### 3.5. Pelaksanaan Akad Kafalah pada aplikasi Tunai pada Gestun All limit Facebook

Perusahaan pembiayaan adalah pihak yang menjamin (*kafil*) sedangkan penjual adalah orang yang kepentingannya dijamin (*makhful*), sedangkan pembeli adalah orang yang memiliki hutang (*Makhful' alaih*). (Jannah, 2022) Secara tidak langsung yang dirasakan oleh pengguna *paylater* ada tahapan *kafalah* yang terjadi didalamnya, yakni Pertama, adanya transaksi jual beli antara pembeli dan *merchant* yang ada di *e commerce* dengan metode pembayaran melalui *paylater* yakni di jaminkan oleh perusahaan pembiayaan. Kedua, pembeli mengajukan pembayaran non tunai melalui perusahaan sebagai lembaga penjamin pembayaran dengan mengisi besaran cicilan dan waktu penyelesaian pembayaran. Ketiga, perusahaan membayarkan sejumlah dari besaran tagihan. Keempat, pembeli memiliki hutang atas

transaksi jual beli di *e-commerce* dan diharuskan untuk melunasi tagihan. Pada *gestun* juga sama praktiknya dengan tahapan ini hanya saja uang pembayaran yang seharusnya diterima oleh *merchant* atau penjual di kirimkan kepada pembeli dalam bentuk tunai. Pada dasarnya konsep *kafalah* pada *gestun* masih sama posisinya pada pembelian di *e-commerce* yakni perusahaan menjamin semua pembayaran pembeli pada *merchant*, hanya saja adanya transaksi fiktif yang disediakan menjadikan bentuk pencairan secara tunai yang diberikan kepada pembeli dengan sejumlah upah yang diberikan.

Sedangkan penyedia jasa gesek tunai yang berkedok *merchant* sebenarnya telah melakukan transaksi jual beli namun dalam praktiknya masih adanya ke-fasid-an yakni adanya manipulasi pembelian yang dilakukan dalam bentuk *checkout* ataupun scan *QRIS code* yang pembayarannya melalui penjaminan perusahaan pembiayaan atau melalui *paylater*. Pada kegiatan penyedia jasa *gestun* di grup *gestun all limit facebook* yang menyediakan jasa pencairan dana limit dari *paylater* merupakan bagian dari kegiatan *ijarah* yakni memberikan jasa untuk pencairan limit *paylater* yang disediakan di akun pengguna atau pembeli.

### 3.6. Pelaksanaan Akad Ijarah pada aplikasi Tunai pada Gestun All limit Facebook

Pada skema *gestun* ada pada tahap pemberian imbalan dari jasa yang telah melakukan *gestun* dengan cara uang yang di transfer ke pengguna dengan memotong sebesar perjanjian. (MS, personal communication, March 3, 2024). Dalam hal ini obyek dari akad tersebut adalah jasa gesek tunai tetapi didalamnya juga mencakup dari proses atau aktifitas yang tidak diperkenankan dalam Islam, yakni adanya kebohongan dalam transaksi. Pada dasarnya semua transaksi dalam muamalah diperbolehkan, kecuali adanya dalil yang melarangnya, seperti dalam Qs. Al Maidah ayat 2. Transaksi jasa *gestun* merupakan kerjasama komersial yang menghasilkan keuntungan.

Keuntungan ini adalah *fee* yang disetujui oleh kedua belah pihak. Hanya saja praktik *gestun* ini tidak mencerminkan nilai-nilai Islam, karena didalamnya ada unsur penipuan. Penipuan dalam rekayasa pembelian yang dilakukan melalui *checkout* dengan mengubah alamat pembeli ke alamat yang ditentukan penjual ataupun melalui *barcode QRIS* yang pada dasarnya tidak ada barang yang disediakan oleh penjual. Maka dari itu bentuk dari pekerjaan *gestun* tidak diperbolehkan dalam Islam karena ada unsur-unsur yang tidak sesuai dengan ketentuan *syara'*.

## 4. KESIMPULAN

Praktik *gestun* di grup *gestun all limit facebook* dilakukan dengan metode *checkout* dan *scan code QRIS* yang disediakan oleh penyedia jasa *gestun* dengan metode pembayaran *paylater* dengan tenor waktu pelunasan pembayaran kepada perusahaan pembiayaan sesuai pada aplikasi yang disediakan (1,3,6, hingga 9 bulan) serta penyedia jasa *gestun* mematok *fee* diluar biaya yang dikeluarkan pada metode pembayaran *paylater*. Kemudian dana yang telah dibayarkan oleh *paylater* masuk ke rekening penjual

atau penyedia jasa *gestun* maka selanjutnya penyedia jasa *gestun* mentransfer sejumlah dana kepada pengguna dikurangi dengan *fee* untuk penyedia jasa *gestun*. Islam memperbolehkan semua transaksi muamalah yang baik, jika ada transaksi yang batil dan dilarang dalil syara' maka tidak sah transaksi tersebut. Pada praktik *gestun* ada unsur-unsur kegiatan yang tidak dibenarkan oleh *syara'*, yakni adanya aktifitas kebohongan pada transaksi jual beli antara pengguna (pembeli) dan penyedia jasa *gestun* (penjual).

## REFERENSI

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna, Ed.; 1st Ed.). Syakir Media Press.
- Egifa, C. M. (N.D.). *REKAYASA PENARIKAN UANG TUNAI MELALUI SHOPEE PAYLATER DALAM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN FIKIH MUAMALAH*. [UIN Syarif Hidayatullah Jakarta:]. Retrieved April 4, 2024, From <https://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Handle/123456789/71086>
- Eko, M. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal*. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Press.
- Fitria, T. N., & Prastiwi, I. E. (2020). Budaya Hedonisme Dan Konsumtif Dalam Berbelanja Online Ditinjau Dari Perpektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 1–6.
- Gilmour, J., Machin, T., Brownlow, C., & Jeffries, C. (2020). Facebook-Based Social Support And Health: A Systematic Review. *Psychology Of Popular Media*, 9(3), 328–346. <https://doi.org/10.1037/ppm0000246>.
- Havrylchyk, O., & Verdier, M. (2018). The Financial Intermediation Role Of The P2P Lending Platforms. *Comparative Economic Studies*, 60(2), 115–130. <https://doi.org/10.1057/S41294-017-0045-1>
- Hesti, Y. (2018). Analisis Yuridis Tujuan Dan Kewenangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Dalam Lembaga Perbankan Di Indonesia. *Pranata Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 13(2), 168–180. <https://doi.org/10.36448/Pranatahukum.V13i2.170>.
- Hidayat, F. P. (2021). Penggunaan Facebook Sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus Pada Dapur Luthfiah. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora* 1, 1, 45–50. <https://doi.org/10.53695/Sintesa.V1i1.202>.
- Intan. (2024). *Observasi Gesek Tunal All Limit Facebook*.
- Jannah, R. (2022). ANALISIS KAFALAH DALAM AL-QUR'AN DAN HADITS, SERTA IMPLEMENTASINYA PADA LEMBAGA KEUANGAN. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 2(2), 304–311. <https://doi.org/10.53566/Jer.V2i2.122>.
- L., & Orú, A. (2018). Impulse Buying Behaviour: An Online-Offline Comparative And The Impact Of Social Media. *Spanish Journal Of Marketing -ESIC*, 22(1), 42–62. <https://doi.org/10.1108/SJME-03-2018-007>.

- Media, K. C. (2023). Tiktok Shop Ditutup, Ini Alternatifnya Menurut Pakar. *KOMPAS.Com*.  
<https://www.kompas.com/tren/read/2023/10/07/083000465/tiktok-shop-ditutup-ini-alternatifnya-menurut-pakar>.
- Mrs., A. Cara Pencairan Gestun. (2024). [Personal Communication].
- Mrx. (2024, March 1). *Praktik Gesek Tunai All Limit Facebook* [Personal Communication].
- MS. (2024, March 3). *Praktik Gesek Tunai* [Personal Communication].
- Purnama Ramadani Silalahi. (2023). Efektivitas Penggunaan Facebook Advertising Sebagai Media Peningkatan Penjualan Pada Minuman Haus Durian. *PESHUM: Jurnal Pendidikan , Sosial Dan Humanioran*, 2(3).
- Purnamasari, I. (2024, April). *Observasi Pay Later E-Commerce*.
- Qardhawi, Y. (N.D.). *Al-Halal Wa Al Haram Fil Islam, Maktabah Wahbah*.
- Saputra, R. R. (2020). Analisis Empiris Akun Jasa Gesek Tunai Pada Instagram. *ETTISAL : Journal Of Communication*, 5(1). <https://doi.org/10.21111/ejoc.v5i1.3692>.
- Soraya, A. (2023). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Gesek Tunai Melalui Shopeepay Later (Studi Kasus Akun @Gestun By Tebearl. *UIN Sultan Maulana Hasanuddin*.  
<http://repository.uinbanten.ac.id/13047/>.
- Sugiaono. (2016). *Metode Penelitian*.
- Tajwid, A. Q. (N.D.). *Jakarta Timur: Maghfirah Pustaka*.
- Waworuntu, E. C., Mandagi, D. W., & Pangemanan, A. S. (2022). 'I See It, I Want It, I Buy It': The Role Of Social Media Marketing In Shaping Brand Image And Gen Z's Intention To Purchase Local Product. *Society*, 10(2), 253–271.