

CASHBACK, DISCOUNT, DAN VOUCHER
PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE
DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH
DAN HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN
KALIJAGA YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN
SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU HUKUM EKONOMI SYARIAH**

OLEH:

FITRANASIA TRI PALUPI

16380031

PEMBIMBING

DR. ABDUL MUGHITS, S.AG., M.AG.

**PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2021

ABSTRAK

Persoalan jual beli di masyarakat kian beragam, selain jual beli *offline*, kini jual beli daring sudah menjadi pilihan kebanyakan masyarakat. Banyaknya peminat jual beli *online* tersebut dikarenakan maraknya promosi yang ditawarkan, seperti *cashback*, *discount*, dan *voucher* khususnya pada *e-commerce* Shopee. Kajian ini berusaha untuk menjawab pertanyaan pokok: Apa pertimbangan yang mendasari konsumen Shopee dalam memilih *e-commerce* ini? Bagaimana praktik *cashback*, *discount*, dan *voucher* pada *e-commerce* Shopee dalam perspektif hukum Islam?

Metode penelitian yang digunakan pada skripsi ini yaitu penelitian pustaka (*library research*) sebagai jenis pendekatan penelitian dan sifat penelitian skripsi ini bersifat deskriptif analitis. Pada teknik pengumpulan data penulis menggunakan studi literatur dan wawancara. Analisis data pada skripsi ini menggunakan metode penelitian analisis kualitatif guna memperoleh inti dari pokok permasalahan dan kemudian dikaji dengan kaidah hukum yang berlaku.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa jual beli dengan mendapatkan keuntungan seperti *cashback*, *discount* dan *voucher* dalam perspektif Islam sendiri khususnya pada pengguna *e-commerce* Shopee: *cashback* yang dilakukan oleh *e-commerce* telah memenuhi akad-akad *ju'ālah* dalam Islam, *discount* yang didapatkan oleh pengguna atau pembeli pada *e-commerce* ini juga telah memenuhi akad-akad *wadī'ah*, dan tidak terdapat penyelewengan seperti tertahannya uang nasabah apabila akan digunakan (akad *qard*) di sini telah terpenuhi, dan untuk akad *tabarru'* pada jual beli mendapatkan *voucher* ini, hukumnya diperbolehkan karena merupakan jual beli dengan tujuan saling tolong-menolong.

Keyword: jual beli, *ju'ālah*, *wadī'ah*, *qard*, *tabarru'*.



HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudari Fitranasia Tri Palupi

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Fitranasia Tri Palupi
NIM : 16380031
Judul : *Cashback, Discount, dan Voucher* pada Pengguna *E-Commerce* Shopee dalam Perspektif Hukum Islam

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar strata satu dalam Ilmu Hukum Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi atau tugas akhir tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 05 April 2021

Pembimbing,

Dr. Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19760920 200501 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-372/Un.02/DS/PP.00.9/05/2021

Tugas Akhir dengan judul : CASHBACK, DICCOUNT, DAN VOUCHER PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPPE DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FITRANASIA TRI PALUPI
Nomor Induk Mahasiswa : 16380031
Telah diujikan pada : Kamis, 08 April 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 607d68bb2e0a4

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag.
SIGNED



Valid ID: 60b4df5a28250

Penguji II

Drs. Kholid Zulfa, M.Si.
SIGNED



Valid ID: 60b05e11b484f

Penguji III

Ratnasari Fajariya Abidin, S.H., M.H.
SIGNED



Valid ID: 60b83fe4f0252

Yogyakarta, 08 April 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum.
SIGNED



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitranasia Tri Palupi
NIM : 16380031
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul "*Cashback, Discount, dan Voucher pada Pengguna E-Commerce Shopee dalam Perspektif Hukum Islam*" adalah asli, hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Yogyakarta, 05 April 2021

Yang menyatakan,



Fitranasia Tri Palupi

NIM. 16380031

HALAMAN MOTTO

“Dalam hidup baik buruk adalah perspektif, cepat lambat adalah bagaimana tentang kita kembangkan keputusan, terus tumbuh dan belajar adalah tugas kita setiap hari sebagai manusia.”

Kita ada karena bumi juga membumi dan mengayomi.



HALAMAN PERSEMBAHAN



Puji syukur kehadiran Allah Swt. dan shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw. Ridhai dan rahmati segala usaha hamba mu ini.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Teruntuk kedua orang tua yang saya cintai Alm. Bapak Eko Raharjo dan Ibu Siti Muktiaeni, terimakasih atas segala doa dan pengorbanan serta dukungan yang tidak pernah putus dan tak henti-hentinya mengalir. Juga, teruntuk kakak dan adikku tersayang, Ratri Putri Cahyaning Tyas dan Azzahro Diniar Adhani, terimakasih atas segala dukungan, perhatian, dan segala kebaikan.

Keluarga besar Kartubi dan Sutino.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Untuk almamaterku UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - LATIN

Transliterasi adalah kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini yang mana berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor 543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	Be
ت	Tā'	t	Te
ث	Ṡā'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	Je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	Kadan ha
د	Dāl	d	De
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Ṣin	s	Es
ش	Syin	sy	Es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	... ‘ ...	koma terbaik di atas
غ	Gain	g	Ge
ف	Fā'	f	Ef
ق	Qāf	q	Qi
ك	Kāf	k	Ka

ل	Lām	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nūn	n	En
و	Waw	w	W
هـ	Hā'	h	Ha
ء	Hamzah	... ' ...	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta'marūtah* di Akhir Kata

a. Bila dimatikan ditulis h:

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah diserap salam Bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya kecuali bila dikehendaki *lafẓī* aslinya)

b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah maka ditulis 'h'

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>
----------------	---------	---------------------------

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

ـَـ	Fathah	Ditulis	A
ـِـ	Kasrah	Ditulis	I
ـُـ	Dammah	Ditulis	u

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	جاهلية	Ditulis	Ā : <i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	تنسى	Ditulis	Ā : <i>Tansā</i>
Kasrah + ya' mati	كري	Ditulis	Ī : <i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	فروض	Ditulis	Ū : <i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah ya' mati	بينكم	Ditulis	Ai : “Bainakum”
Fathah wawu mati	قول	Ditulis	Au : “Qaul”

G. Vokal Pendek Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

- b. Bila diikuti oleh huruf *Syamsiyah* ditulis dengan huruf pertama *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf 1 (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>As-samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penyusunan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisnya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Żawī al-Furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- a. Kosa kata arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: Al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafz.
- b. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *Al-Hijāb*.
- c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
- d. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya toko Hidayah, Mizan.
- e. Transliterasi pengarang Kitab berbahasa Arab hanya berlaku di dalam footnote, misalnya Ibnu Mandzur.
- f. Istilah-istilah dalam sejarah Islam, misalnya Bani Nadhir dan Perjanjian Hudaibiyah.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين ، وبه نستعين على أمر الدنيا والدين ، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين ، وعلى آله وصحبه أجمعين، أما بعد.

Segala pujian yang tulus dan penuh rasa syukur penulis haturkan kepada Allah Swt. Tuhan semesta alam, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw. beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga pada hari akhir nanti.

Dalam proses penelitian dan penyelesaian skripsi yang berjudul: “*CASHBACK, DISCOUNT, DAN VOUCHER PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM*”, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan yang baik ini penulis ingin mengucapkan terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S. Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M. Hum. Selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Gusnam Haris, S.Ag., M.Ag. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, kepada beliau penulis menghaturkan terimakasih yang

- sebanyak-banyaknya atas segala bimbingan, baik daya dan upaya, serta waktu dan tenaganya yang telah diluangkan untuk penulis.
5. Seluruh Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman kepada penyusun selama masa perkuliahan.
 6. Seluruh pegawai dan staf Tata Usaha Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah banyak membantu selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi selesai.
 7. Terimakasih kepada kedua orang tua saya, khususnya ibu saya Siti Muktiaeni yang selalu memberikan dukungan dan doanya dalam proses penyelesaian skripsi ini. Terimakasih kepada kakak saya Ratri Putri Cahyaningtyas yang telah sabar membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini dan adik saya Azzahro Diniar Adhani yang selalu memberikan saya semangat setiap kali saya merasa tidak bersemangat dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih untuk Ayah saya, Alm. Eko Raharjo yang sudah ada pada sepanjang 21 tahun saya hidup di dunia ini, terimakasih atas segala kebaikan ayah, semoga ayah bisa tenang di alam sana dan ditempatkan di tempat terbaik di sisi-Nya.
 8. Terimakasih kepada keluarga besar saya, yang telah mendukung saya untuk melewati masa-masa sulit ini. Terimakasih kepada Umi Eli yang sudah berbaik hati memberikan saya saran akan skripsi yang sedang saya jalani, terimakasih untuk sepupu saya Farah, terimakasih ra karena sudah menjadi *partner* saya apabila saya membutuhkan teman untuk bercerita. Terimakasih kepada abah Udin yang selalu memberikan tawanya dan dapat menjadi panutan

untuk saya. Terimakasih untuk Riris karena sudah menjadi sepupu yang supportif.

9. Terimakasih kepada teman-teman saya, khususnya sahabat-sahabat saya Mia, Azmi, Mak Nunik, Bang Hafidz, Bintang, Sania, Fithriyya, Putri dan Fina yang telah memberikan semangat, serta saran dan dukungannya selama penulis menyelesaikan proses skripsi ini.
10. Terimakasih kepada teman-teman seangkatan saya jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah) tahun 2016 yang telah menjadi teman yang baik dan dapat dijadikan tempat untuk bersandar kapan pun dibutuhkan. Terimakasih sudah menjadi kisah, dan tempat untuk saling bertukar cerita selama empat tahun perkuliahan ini. Terimakasih untuk semuanya.
11. Terimakasih kepada teman-teman M-Qolam yang sudah menjadi seperti saudara saya sendiri. Kalian adalah tempat di mana saya menyadur dan berkembang menjadi pribadi yang lebih baik lagi, saya tumbuh bersama kalian dan tulisan-tulisan yang selamanya akan kekal abadi dan menjadi bermakna.
12. Terimakasih kepada teman-teman KKN Kelompok 33 angkatan 99 yang sudah banyak memberikan tawa, perasaan kekerabatan yang erat dan segala keluh kesah serta pengalaman hidup yang tak ternilai. Terimakasih karena sudah selalu ada selama masa dua bulan kita bersama.
13. Terimakasih untuk Park Jaehyung dan Park Sungjin yang sudah bertahan menghadapi *mental health* yang dideritanya, dari kalian saya belajar.

14. Terimakasih untuk Yizi, karena sudah selalu ada dalam suka dan duka selama proses penyelesaian skripsi ini, terimakasih sudah menjadi teman terbaik saya selama setengah tahun ini *and the relationship will keep going.*
15. Terimakasih untuk Nis, Kak Mingi, Fal, Farah, Cal, Caca, Lala dan semuanya yang sudah banyak menghibur saya di saat saya menghadapi masa-masa sulit skripsi ini, tanpa dukungan kalian saya tidak akan bisa melewati ini seorang diri. Terimakasih untuk *partner* saya *for always being there in thick and thin.*

Penulis menyadari bahwa penulisan ini sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis menerima saran dan dukungan yang dapat bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 05 April 2021

Penulis,



Fitranasia Tri Palupi

NIM. 16380031

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

ABSTRAKi

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI ii

PENGESAHAN TUGAS AKHIR iii

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....iv

HALAMAN MOTTOv

HALAMAN PERSEMBAHANvi

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - LATIN..... vii

KATA PENGANTAR xii

DAFTAR ISIxvi

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah6

C. Tujuan dan Kegunaan.....7

D. Telaah Pustaka.....8

E. Kerangka Teoritik.....11

F. Metode Penelitian.....17

G. Sistematika Pembahasan.....18

BAB II LANDASAN TEORI.....20

A. Dasar Hukum Islam.....	20
B. Akad <i>Wadī'ah</i> , <i>Qard</i> , <i>Ju'ālah</i> , dan <i>Tabarru'</i>	27
C. Sifat-sifat <i>Wadī'ah</i> , <i>Qard</i> , <i>Ju'ālah</i> , dan <i>Tabarru'</i>	48
D. Perbedaan Antara <i>Wadī'ah</i> , <i>Qard</i> , <i>Ju'ālah</i> , dan <i>Tabarru'</i>	54

**BAB III PRAKTIK CASHBACK, DISCOUNT, DAN VOUCHER
PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE.....60**

A. Uang Elektronik.....	60
B. <i>Cashback</i> , <i>Discount</i> , dan <i>Voucher</i>	62
C. Asal Mula Fenomena <i>Cashback</i> , <i>Discount</i> , dan <i>Voucher</i>	67
D. Mekanisme <i>Cashback</i> , <i>Discount</i> , dan <i>Voucher</i>	70
E. Sistem <i>Cashback</i> , <i>Discount</i> , dan <i>Voucher</i> pada <i>E-Commerce</i> Shopee.....	74
F. Penetapan Harga dalam Islam	82
G. Batas Wajar dalam Pemberian Potongan.....	90
H. <i>Cashback</i> , <i>Discount</i> , dan <i>Voucher</i> Jika Ditinjau dari Etika Bisnis Islam.....	92
I. <i>Cashback</i> , <i>Discoount</i> , dan <i>Voucher</i> Pada Pengguna <i>E-Commerce</i> Shopee	97

BAB IV ANALISIS TERHADAP PERTIMBANGAN	
KONSUMEN DALAM MEMILIH <i>E-COMMERCE</i>	
SHOPEE UNTUK MENDAPAT <i>CASHBACK</i>	
<i>DISCOUNT</i>, DAN <i>VOUCHER</i> PADA <i>E-COMMERCE</i>	
SHOPEE DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM	108
A. Analisis Faktor Pengaruh Pertimbangan Pengguna dalam	
memilih <i>E-commerce</i> Shopee	108
B. Praktik <i>Cashback</i> , <i>Discount</i> , dan <i>Voucher</i> pada Pengguna <i>E-</i>	
<i>Commerce</i> Shopee dalam Perspektif Hukum Islam	112
BAB V PENUTUP	116
A. Kesimpulan	116
B. Saran..	118
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN-LAMPIRAN	I

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Selama satu dekade terakhir, penyebaran informasi mudah sekali didapatkan di era digital ini. Pada awal dekade dua puluh ini, hampir semua tatanan dijalankan dengan sistem elektronik. Manusia dihadapkan dengan situasi di mana pekerjaan bisa dikerjakan hanya dalam satu jentikan jari dan dapat pula dikerjakan dari jarak jauh, namun masih bisa dilakukan secara *real-time*. Informasi adalah hasil pengolahan *data* yang memberikan manfaat.¹ Menurut Gordon B Davis informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya serta dapat dirasakan dan keberadaannya bermanfaat dalam mengambil keputusan saat ini atau saat yang akan datang.²

Dengan semakin pesatnya teknologi, tak ayal perusahaan-perusahaan *startup* berlomba-lomba untuk bisa bisa mulai mengembangkan lebih lanjut mengenai marketplace yang kini kian banyak digunakan oleh masyarakat umum. Pengertian marketplace sendiri menurut Apriadi yaitu sebuah wadah pemasara produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk

¹ Azhar Susanto, *Sistem Informasi Akuntansi* (Bandung: Lingga Jaya, 2017), hlm. 44.

² Rini Asmara dkk., "Pengolahan Data Rehabilitasi Penyalahgunaan Narkoba Pada Klinik Aqilah Payakumbuh", *Jurnal STMIK Jayanusa Padang*, Vol. 4, No. 1, Juli 2017.

saling bertransaksi.³ Ada banyak sekali marketplace yang telah dikembangkan oleh perusahaan-perusahaan *startup* khususnya yang digerakkan di Indonesia, seperti yang sudah di ketahui, di antaranya adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Sorella, JD.ID, Blibli, dan lain sebagainya. Menurut data dari databoks sendiri *startup* per-Kuartal ke IV (2020) marketplace yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah Shopee, dengan rata-rata pengunjung bulanan hingga dicatat sampai akhir tahun mencapai sebesar 129,3 juta. Selanjutnya, Tokopedia adalah marketplace kedua yang paling banyak dikunjungi, yaitu sebesar 114,67 juta untuk total per-Kuartal IV. Bukalapak ada pada urutan ketiga dengan rata-rata kunjungan bulanan sebesar 38,58 juta pengunjung. Lazada menempati urutan keempat sebanyak 36,26 juta pengunjung tiap bulannya mengunjungi situs ini dan Blibli meraup 22,41 juta pengunjung pada tiap rata-rata bulannya.⁴

Shopee merupakan perusahaan *e-commerce* yang berasal dari Singapura di bawah SEA Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena) dengan suntikan dana paling banyak berasal dari Tencent Holdings Ltd., yang merupakan perusahaan teknologi multinasional terbesar di China. Perusahaan *startup* Shopee sendiri didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li. Forrest Li sendiri merupakan pria kelahiran Xiandong, China, di mana ia menyelesaikan pendidikannya di Shanghai Jiao Tong

³ Nuraida Wahyuni, dkk., "Pengenalan dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon," *Jurnal* Fakultas Teknik Universitas Sultan Agung Tirtayasa (2018), hlm. 2.

⁴ Dimas Jarot Bayu, "10 *E-commerce* dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020," <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020>. (diakses pada tanggal 12 April 2021 pukul 17:27 WIB).\

University dan gelar masternya ia dapatkan saat bersekolah di Stanford University, Amerika Serikat, spesialis Master of Business Administration⁵ yang kini telah menjadi warga Negara Singapura.

Shopee dinobatkan sebagai perusahaan marketplace yang telah menjadi *e-commerce* yang paling banyak diunduh dan digunakan se-Asia Tenggara dengan pendapatan diperkirakan mencapai Rp 64,5 triliun hingga Rp 67,3 triliun pada tahun 2021 yang mayoritas pengguna merupakan berasal dari Indonesia. Perusahaan *startup* ini proyeksikan tumbuh sebanyak 112,3% secara tahunan (*year on year*).⁶ Marketplace yang berasal dari Singapura ini memiliki banyak kelebihan dibanding dengan marketplace yang lainnya, di antaranya: (1) *user friendly* dibandingkan dengan *interface* marketplace yang lainnya, karena mudah serta fiturnya lengkap dalam satu halaman. (2) Produk yang ditawarkan lebih banyak dan beragam, hal ini sejalan pada banyaknya *review* pembeli yang berpengaruh pada mudahnya pembeli berikutnya untuk melihat *review* barang di marketplace ini. (3) *voucher* yang melimpah merupakan salah satu kelebihan yang ditawarkan *e-*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

⁵ Wink, "Biografi Forrest Li, Kisah Sukses Pendiri Shopee dan Sea Ltd," <https://www.biografiku.com/biografi-forrest-li/> (diakses pada tanggal 14 April 2021 pukul 13:20 WIB).

⁶ Fahmi Ahmad Burhan, "Pendapatan Shopee Diprediksi Rp 67 Triliun, mayoritas dari Indonesia," <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6041bdb52448e/pendapatan-shopee-diprediksi-rp-67-triliun-mayoritas-dari-indonesia> (diakses pada tanggal 14 April 2021 pukul 13:30 WIB).

commerce ini. (4) Status pesanan yang jelas, hal ini berguna untuk *mentracking* barang yang kita beli.⁷

Setelah melihat fakta di atas, bahwa Shopee memiliki keunggulan dan presentase dengan pengguna tertinggi dari seluruh *e-commerce* yang dijalankan di Asia Tenggara khususnya di Indonesia, dengan banyaknya promosi menarik yang ditawarkan dari *e-commerce* ini membuat banyak pelanggan yang tertarik untuk menggunakannya. Promosi yang ditawarkan oleh marketplace ini di antaranya adalah promosi *cashback*, *discount*, dan *voucher* gratis ongkir yang membuat banyak pengunjung tertarik untuk menggunakan marketplace tersebut. Promosi yang ditawarkan oleh marketplace lain juga tidak jauh berbeda dengan *e-commerce* Shopee, namun alasan utama mengapa pengunjung paling banyak menggunakan *e-commerce* ini dikarenakan promosi gratis ongkos kirimnya yang sangat menggiurkan bagi pengunjung, yang mana hal tersebut membuat pengunjung berbondong-bondong menggunakan marketplace tersebut. Serta, tampilan *interface*-nya yang memudahkan pengunjung dalam menggunakan *e-commerce* ini.

Selain memiliki fitur untuk berbelanja, *e-commerce* nomor satu di Asia Tenggara tersebut juga memiliki fitur dompet elektronik atau yang kita kenal dengan uang elektronik (tempat untuk menyimpan uang secara *virtual*) Shopee menamainya dengan nama ShopeePay. Dengan fitur tersebut, para penggunanya dapat dengan bebas mengisi ShopeePay tersebut yang kemudian dapat digunakan untuk pembayaran transaksi yang dilakukan.

⁷ Sutrisno, "4 Kelebihan Shopee daripada Marketplace Lainnya yang Perlu Kamu Ketahui," <https://hipoin.com/artikel/kekurangan-dan-kelebihan-shopee> (diakses pada tanggal 19 April 2021 pukul 11:21 WIB).

Berdasarkan pada fakta di atas, Islam sendiri telah mengatur tentang berbagai macam kaidah fikih mu‘amalah yang berlaku. Sebagai umat Islam sendiri, hendaklah kita merujuk pada Al-Quran dan Sunnah untuk menjadikannya sebagai pedoman hidup khususnya dalam persoalan terkait yang menyangkut dengan tema ini. Dikarenakan hal ini merupakan sesuatu yang baru di kalangan masyarakat dan juga dalam kacamata Islam sendiri, maka, Dewan Fatwa MUI mengeluarkan sebuah fatwa yang mengatur tentang urusan yang menyangkut masalah uang elektronik jika dipandang dari sudut pandang Syariah. Menurut Fatwa DSN MUI No. 116/DSN-MUI/XI/2017 Uang Elektronik Syariah yaitu:

- (a) Akad yang digunakan dalam kasus ini adalah akad *wadī‘ah* ialah akad penitipan uang dari pemegang uang elektronik kepada penerbit dengan ketentuan pemegang uang elektronik dapat mengambil/menarik/menggunakan kapan saja sesuai kesepakatan.
- (b) Akad *qard* adalah akad pinjaman dari pemegang uang elektronik kepada penerbit dengan ketentuan bahwa penerbit wajib mengembalikan uang yang diterimanya kepada pemegang kapan saja sesuai dengan kesepakatan.⁸
- (c) *Ju‘alah* menurut Wahbah al Zuhaili adalah apa saja yang dijadikan (imbalan) bagi seseorang atas suatu pekerjaan atau apa saja yang diberikan seseorang untuk melaksanakan suatu pekerjaan tertentu. Dalam istilah perundang-undangan, hal tersebut dinamakan dengan

⁸ Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 116/DSN-MUI/IX/2017 *Tentang Uang Elektronik Syariah* dalam sub ketentuan umum no. 12-13, hlm. 8.

perjanjian yang berimbalan hadiah.⁹ Secara bahasa *ju'alah* adalah upah atau imbalan atas suatu perjanjian dalam sebuah mu'amalah.¹⁰ Dalam hal ini berarti uang elektronik sudah mendapatkan izin sesuai syariah dari pihak berwenang, maka dapat dijadikan rujukan. Namun jika belum ada kejelasan hukum dari pihak berwenang yang mengatur tentang fenomena ini, masing-masing dapat dilihat dan dipertimbangkan dari kondisi di lapangan.

Merujuk pada uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang bagaimana fenomena perilaku pembeli akan *cashback*, *discount*, dan *voucher* yang ditawarkan oleh *e-commerce* Shopee tersebut dan bagaimana jika dipandang dari sudut pandang Islam sendiri. Yang kemudian penelitian ini akan berjudul: “*Cashback, Discount dan Voucher pada Pengguna E-commerce Shopee dalam Perspektif Hukum Islam.*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang di atas, penulis mendapati beberapa permasalahan, yaitu:

1. Apa pertimbangan yang mendasari konsumen Shopee dalam memilih *e-commerce* ini?
2. Bagaimana promosi *cashback*, *discount*, dan *voucher* pada *e-commerce* Shopee dalam perspektif hukum Islam?

⁹ Haryono, “Konsep *al-Ju'alah* dan Model Aplikasinya dalam Kehidupan Sehari-hari,” *Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial*, Vol. 5, No. 9, 2017, hlm. 645.

¹⁰ Mustofa Dieb Al Bigha, *Fiqh Islam* (Surabaya: Insan Amanah, 2003), hlm. 271.

C. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan pokok masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui pertimbangan konsumen Shopee memilih *e-commerce* tersebut.
- b. Untuk mengetahui hukum *cashback*, *discount* dan *voucher* dalam perspektif hukum Islam.

2. Kegunaan

- a. Secara teoritis, diharapkan dapat memberikan kontribusi khazanah keilmuan dalam bidang ilmu hukum ekonomi syariah terutama dalam persoalan mu‘amalah, serta mengingat pesatnya perkembangan zaman yang menjadikan perkembangan teknologi ikut melesat diharapkan penelitian ini mampu membangkitkan ketertarikan pembaca tentang *cashback*, *discount*, dan *voucher* dalam perspektif Islam.
- b. Secara kontributif, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan di bidang keilmuan pada umumnya dan khususnya dapat menjadi sumber rujukan dalam disiplin ilmu hukum ekonomi syariah.

D. Telaah Pustaka

Sebelum melakukan penelitian ini, penulis terlebih dahulu melakukan proses observasi atau tinjauan pustaka terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki tema terkait. Guna memperoleh gambaran umum terhadap yang akan diteliti, juga untuk menghindari adanya kesamaan topik dan duplikasi maupun plagiasi yang tidak diharapkan.

Dalam melakukan proses penelitian, peneliti menemukan beberapa peneliti yang memiliki keterkaitan tema antara lain:

Hasil penelitian Sukma Indra dan Zuliana pada tahun 2019 dalam jurnalnya yang berjudul, “Transaksi E-Money Terhadap Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek Perspektif Ekonomi Syariah”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif-deskriptif, yang berkesimpulan bahwa Go-Pay dalam aplikasi Go-Jek boleh digunakan oleh masyarakat yang beragama Islam dengan catatan bahwa Go-Pay harus sesuai dengan prinsip-prinsip syari’ah yang terhindar dari *ribāwī*, *garar*, *maysīr*, *tadlīs*, *rīsyah*, *‘isrāf*, dan terhindar dari transaksi atas objek yang haram atau maksiat. Selain itu, dengan adanya Go-Pay ini termasuk dalam perlindungan terhadap harta (*hifdz al-mâl*).¹¹

Hasil penelitian Annisa Rifka Aryani pada tahun 2019 dalam skripsinya yang berjudul, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Diskon dan Reward Point OVO (Studi pada Aplikasi Grab di Surakarta)”. Berdasarkan pada rumusan masalah dapat disimpulkan bahwa

¹¹ Sukma Indra dan Zuliana Rofiqoh, “Transaksi E-Money Terhadap Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek Perspektif Ekonomi Syariah,” *Jurnal Universitas Tanjungpura Pontianak*, Vol. 15, No. 2, Juni 2019.

perjanjian (registrasi) dalam aplikasi OVO telah memenuhi rukun dan syarat menurut hukum perikatan Islam. Akad yang terjalin antara pengguna aplikasi OVO dengan pihak adalah akad *qard* dan diskon yang tercipta merupakan pemberian manfaat atas pinjaman. Diskon tersebut termasuk riba yang mana haram hukumnya. Praktik *reward point (cash back)* dalam transaksi di Matahari Departemen Store tidak memenuhi akad *Ju'alah* secara sempurna karena imbalan berupa OVO *Point* yang diberikan memiliki masa berlaku yakni 18 bulan. Jika dilihat dari mekanismenya, pemberian *cash back* ini memiliki persamaan dengan diskon, yaitu sama-sama berlaku apabila transaksi dilakukan dengan menggunakan aplikasi OVO (*OVO Cash*). Dapat disimpulkan bahwa *cashback* yang diberikan termasuk dalam manfaat atas suatu pinjaman yang termasuk riba dan dihukumi haram.¹²

Muhammad Izzat Farisi pada tahun 2019 dalam skripsinya yang berjudul, “Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Go-Points pada Pembayaran Go-Jek Melalui Go-Pay”. Menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) yang berkesimpulan bahwa permainan pada *Go-Points* mengandung unsur hadiah undian, yang mana hukum mendapatkan hadiahnya adalah halal dengan syarat harga layanan pada *Go-Jek* tidak dinaikkan terlebih dahulu. Terbukti pihak *Go-Jek* tidak menaikkan harga terlebih dahulu sehingga memenuhi unsur halal. Di dalam *Go-Points* terdapat permainan yang bersifat undian (*qur'ah*) untuk mendapatkan *point*. Terdapat perbedaannya jika

¹² Annisa Rifka Aryani, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Diskon dan Reward Point OVO (Studi pada Aplikasi Grab di Surakarta),” *Skripsi* Program Studi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Surakarta, 2019.

bermain *Go-Points* menggunakan *Go-Pay* maka *point* yang didapatkan akan lebih besar, sedangkan jika menggunakan uang *cash*, *point* yang didapat sedikit, akan tetapi pihak *Go-Jek* menjamin penggunaanya akan mendapatkan *point* meskipun secara acak, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan. Maka dengan itu hukumnya adalah halal.¹³

Hafilah Nindya Pangesti pada tahun 2019 dalam skripsinya yang berjudul “Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapat Cashback di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. Penulis ini berkesimpulan bahwa praktik jual beli rekayasa ini seperti praktik jual beli pada umumnya, hanya bedanya di sini pembeli dan penjual merekayasa jual beli ini, dengan cara penjual berpura-pura mengirimkan barang dagangannya dan pembeli berpura-pura membayar dan saat transaksi telah selesai, *cashback* otomatis didapat oleh pembeli. Praktik jual beli dengan rekayasa untuk mendapatkan *cashback* ini tidak sesuai dengan ketentuan Hukum Ekonomi Syariah karena mereka menjual produk yang sebenarnya tidak ada, dan menggunakan praktik ini hanya untuk memperoleh keuntungan semata. Jadi, akad jual beli tersebut menjadi rusak dan menjadikan transaksi ini tidak sah.¹⁴

Setelah dilihat dari beberapa penelitian di atas, bahwa terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilaksanakan saat ini. Seperti dalam penelitian

¹³ Muhammad Izzat Farisi, “Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Go-Points pada Pembayaran Go-Jek Melalui Go-Pay,” *Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2019.

¹⁴ Hafilah Nindya Pangesti, “Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapat Cashback di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah,” *Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto*, 2019.

dari saudara Muhammad Izzat Farisi yang lebih berfokus pada hukum dari *Go-Points* pada aplikasi Go-Jek melalui Go-Pay sedangkan saya di sini ingin membahas tentang hukum dari *cashback*, *discount*, dan *voucher* pad aplikasi belanja *e-commerce* Shopee dan dompet elektronik dalam perspektif Islam.

E. Kerangka Teoritik

1. *Cashback*, *Discount*, dan *Voucher*

a. Definisi *Cashback*, *Discount* dan *Voucher*

1) *Cashback*

Berasal dari kata *cash* yang berarti tunai dan *back* yang artinya pengembalian. Secara sederhana, *cashback* dapat dipahami sebagai pengembalian tunai. Dalam definisi yang lebih luas *cashback* dapat diartikan sebagai penawaran yang diberikan kepada konsumen dalam bentuk *persentase* pengembalian uang tunai ataupun uang *virtual* atau berupa suatu produk di mana persyaratannya memenuhi minimal pembelian produk yang ditentukan.¹⁵

Cashback merupakan sebuah bentuk dari website penghargaan yang memberikan setiap membernya potongan harga ketika mereka membayar barang melalui tautan afiliasi.¹⁶

¹⁵Fransiska Ardela, S.T., “Definisi *Cashback* adalah,” <https://www.finansialku.com/cashback/>, (diakses pada tanggal 14 Februari 2020 pukul 21.12 WIB.)

¹⁶ Yong-Wu Zhou, dkk., “Pricing and Rebate Strategies for an E-shop with A *Cashback* Website,” *Journal Of European Operational Research*, Vol. 9, No. 10, April 2017.

2) *Discount*

Menurut Sutisna *discount* atau potongan harga adalah pengurangan harga produk penarik minat agar konsumen memiliki kemauan untuk melakukan tindakan, setidaknya, konsumen memiliki perhatian terhadap produk yang ditawarkan.¹⁷ Sedangkan menurut Kotler, *discount* adalah pengurangan langsung dari harga barang pada pembelian selama suatu periode waktu yang diakui.¹⁸

3) *Voucher*

Itulah sebuah kertas yang dicetak yang dapat digunakan untuk membayar sesuatu dibandingkan dengan menggunakan uang atau yang memungkinkan penggunaanya untuk membayar kurang dari harga asli.

*“a printed piece of paper that can be used instead of money to pay for something, or that allows you to pay less than the usual price of something.”*¹⁹

Sedangkan menurut Northstream White Paper, *voucher* adalah serangkaian jenis transaksi dengan nilai moneter tertentu dan hanya dapat dipakai untuk alasan tertentu atau

¹⁷ Ikhsan Banu Saputro, “Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Ritel Minimarket Kota Yogyakarta ,” *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*, Vol. 16, No. 1, Juli 2019, hlm. 36.

¹⁸ Sri Isfantin Puji Lestari, “Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta,” *Jurnal STIE Wijaya Mulya Surakarta*, Vol. 7, No. 2, Juni 2018, hlm. 131.

¹⁹“Voucher,” <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/voucher>, (diakses pada tanggal 14 Februari 2020).

barang tertentu. Contohnya meliputi *voucher* makan, perjalanan dan belanja.²⁰

b. Konsep Sistem *Cashback*, *Discount*, dan *Voucher* pada Aplikasi Jual Beli Daring dan Uang Elektronik

Pada umumnya, konsep dari *cashback*, *discount*, dan *voucher* ini sebenarnya adalah sejenis dan hampir sama penerapannya, seperti pada pengertian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa *cashback* sebetulnya sebuah penghargaan yang didapatkan setelah pembelian atau transaksi berlangsung, sedangkan diskon adalah sebuah promosi yang berupa potongan diawal sebelum terjadinya pembelian, dan *voucher* adalah sebuah penghargaan yang diberikan kepada konsumen yang berupa kupon baik elektronik maupun berupa kertas yang kegunaannya bisa digunakan dalam batas waktu tertentu.

Setiap sistem untuk *cashback*, *discount*, dan *voucher* pada setiap uang elektronik berbeda-beda, berikut penjabarannya:

Di bawah ini adalah proses untuk mendapatkan *cashback* dari masing-masing aplikasi yang hampir sama, di antaranya:

- 1) Membeli terlebih dahulu barang ataupun produk yang diinginkan dari toko *online* maupun toko konvensional ataupun kedai-kedai yang menerima pembayaran menggunakan uang elektronik.
- 2) Setelah menyelesaikan pembayaran, biasanya kita akan langsung memperoleh *cashback* seperti yang dijanjikan

²⁰ “Voucher,” <https://id.wikipedia.org/wiki/Voucher>, dikutip dari Northstream White Paper: Time to Top-Up the Prepaid User Experience, Juni, 2009.

oleh setiap masing-masing perusahaan aplikasi, sesuai dengan promo yang berlangsung saat itu.

- 3) *Cashback* dari hasil pembelian kita, akan masuk pada uang elektronik kita dan bisa digunakan kemudian untuk pembayaran selanjutnya.

Metode atau proses untuk mendapat *discount* pada aplikasi jual beli daring dan/atau uang elektronik:

- 1) Kita bisa memilih terlebih dahulu produk mana yang diinginkan dengan melihat ketentuan untuk mendapatkan diskon.
- 2) Potongan atau diskon didapatkan sebelum dilakukan pembayaran.
- 3) Pada tarif akhir pembelian, akan terlihat seberapa besar potongan yang berhasil didapatkan.

Sedangkan untuk *voucher*, biasanya perusahaan memberikan opsi atau pilihan *voucher* mana yang akan digunakan sebelum melakukan pembelian. *Voucher* bisa berupa gratis ongkir pada aplikasi belanja *online*, *voucher* hotel untuk mendapatkan potongan diskon, maupun kode *voucher* untuk mendapatkan potongan pembelian dengan syarat minimal pembelian tertentu.

2. Hukum Islam

a. Akad *Wadī'ah*

Wadī'ah secara bahasa berasal dari kata *al-īda'* yang mana berarti menunjuk orang lain untuk mengurus atau menjaga

sesuatu secara sukarela.²¹ Secara etimologis, kata *wadī'ah* berasal dari kata *wādā'ā āṣy-syai'ā* yang berarti meninggalkan sesuatu. Sedangkan menurut istilah *al-wadī'ah* adalah sesuatu yang diletakkan di tempat orang lain untuk dijaga.²² Dalam bukunya Abdul Fatah Idris dan Abu Ahmadi mengatakan bahwa *wadī'ah* merupakan sesuatu yang dititipkan (dipercayakan) oleh pemiliknya kepada orang lain.²³ Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa *wadī'ah* adalah sesuatu yang dititipkan kepada orang lain untuk dijaga.

b. Akad *Qard*

Secara bahasa (etimologis) *qard* (utang-piutang) berasal dari kata *قرض - يقرض - قرضا* yang sinonimnya *قطع* artinya memutuskan atau memotong²⁴, *Al-qard* adalah sesuatu yang diberikan oleh pemilik untuk dibayar.²⁵ *Qard* atau utang-piutang secara terminologis adalah memberikan harta

²¹ Saiful Bahri, dkk., "Trust Giving Transactions on Mu'amalah Al-Wadī'ah (Study of Thematic Interpretation Approaches to the Word Al-Wadiah in the Qur'an)," *Jurnal State Islamic Institute (IAI) of Al-Aziziyah Samalanga*, Vol. 2, No. 1, Februari 2019, hlm. 52.

²² Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, alih bahasa Abdul Hayyie al-Kattani, (Jakarta: Gema Insani, 2011), V: 556.

²³ Abdul Fatah Idris, dkk., *Kifayatul Akhyar Terjemahan Ringkas Fiqih Islam Lengkap* (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), hlm. 179.

²⁴ Ahmad Warson Munawir, *Kamus al-Munawir Arab-Indonesia* (Yogyakarta: Pondok Pesantren Al-Munawwir, 1997), hlm. 1108.

²⁵ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta : Kencana Pustaka Spirit, 2012), hlm. 331.

kepada orang yang akan memanfaatkannya dan mengembalikan gantinya dikemudian hari.²⁶

c. Akad *Ju'ālah*

Ju'ālah menurut Sayyid Sābiq dalam Fiqih Sunnah ialah jenis akad atas manfaat sesuatu yang diduga kuat akan diperolehnya.²⁷ Secara istilah, menurut mazhab malikiyyah, *Ju'ālah* adalah akad sewa atau *ijārah* atas sesuatu manfaat yang belum diketahui keberhasilannya (terhadap probabilitas atau kemungkinan atas keberhasilan atau kegagalan dalam menjalankan suatu pekerjaan).²⁸

d. Akad *Tabarru'*

Akad *tabarru'* adalah akad hibah dalam bentuk pemberian dana dari satu peserta kepada dana *tabarru'* untuk tujuan tolong menolong di antara para peserta, yang tidak bersifat dan bukan untuk tujuan komersil.²⁹

²⁶ Abdullah Bin Muhammad Ath-Thayar, et al, *Ensiklopedi Fiqih Muamalah dalam Pandangan Fikih 4 Madzab*, alih bahasa Miftahul Khairi (Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif, 2009), hlm. 153.

²⁷ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, alih bahasa Nur Hasanuddin, cet. ke-4 (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006), hlm. 315.

²⁸ Dimyauddin Juwaini, *Pengantar Fikih Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 165.

²⁹ Desti Budi Nugraheni, "Analisis Yuridis Akad Tabarru' dan Akad Tijarah dalam Produk Unik Link Syariah," *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada*, Vol. 28, No. 2, Juni 2016, hlm. 217.

F. Metode Penelitian

Metode Penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Jenis Pendekatan Penelitian

Peneliti akan menggunakan metode penelitian pustaka (*library research*) yaitu dengan mengumpulkan data-data untuk keperluan penelitian yang bersumber dari buku-buku, jurnal-jurnal, dan berasal dari berbagai macam literatur yang sesuai dengan objek yang diteliti serta menggunakan metode penelitian fenomenologi yang bersumber dari pengalaman partisipan sebagai pengguna dompet elektronik.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis, menggambarkan tentang kejadian-kejadian atau fenomena yang terjadi di masyarakat dan akan dijelaskan dari sudut pandang agama Islam tentang *cashback*, *discount*, dan *voucher* itu sendiri.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Studi Literatur

Sebagai sumber utama penelitian yang digunakan untuk meneliti objek penelitian. Dalam hal ini sumber utamanya, di antaranya yaitu berasal dari buku-buku, jurnal, ensiklopedia maupun literatur lain yang berhubungan dengan pembahasan dari permasalahan.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi antara pewawancara dengan informan, tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh atau

memastikan suatu fakta yang ada di lapangan yang terkait dengan fenomena yang sedang diteliti.³⁰

4. Analisis Data

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif untuk memperoleh inti dari pokok permasalahan dan kemudian dikaji dengan kaidah hukum yang berlaku. Hasil dari penelitian akan dipaparkan untuk kemudian ditarik kesimpulan sebagai hasil dari yang diteliti.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dari penelitian ini akan dijabarkan dengan menggunakan metode deduktif yang berangkat dari pembahasan umum dan kemudian mengerucut kepada pembahasan yang lebih khusus untuk dapat ditarik kesimpulan. Masing-masing sistematika akan dijabarkan menjadi lima bab berikut:

Bab I, berisi pendahuluan di antaranya yaitu latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, kerangka teori yang digunakan dalam penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan. Bab ini nantinya akan memuat permasalahan umum tentang keseluruhan isi skripsi yang akan diteliti yang kemudian akan dijabarkan secara lebih rinci pada bab selanjutnya.

Bab II, berisi uraian tentang teori akad dan dasar hukum dalam Islam yang akan digunakan untuk menganalisis terkait pokok

³⁰ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 194.

pembahasan dalam jual beli dengan *cashback*, *discount*, dan *voucher* pada *e-commerce* Shopee.

Bab III, berisi penjabaran menyangkut pengertian uang elektronik, *cashback*, *discount* dan *voucher*, bagaimana asal mula atau sejarah fenomena *cashback*, *discount*, dan *voucher*, hingga penetapan harga dalam Islam. Serta seberapa batas wajar harga dalam pemberian potongan. Juga, fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat terkait *cashback*, *discount* dan *voucher*.

Bab IV, memuat analisis terkait temuan yang diteliti yang kemudian dipadukan dengan teori yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dimaksudkan agar dapat menjawab rumusan masalah yang dipersoalkan. Yang terkait tentang *cashback*, *discount*, dan *voucher* dalam hukum Islam pada pengguna *e-commerce* khususnya aplikasi Shopee.

Bab V, merupakan penutup dari keseluruhan skripsi, biasanya berisi tentang kesimpulan dari skripsi tersebut dan juga saran-saran yang dapat menunjang kemajuan dari objek yang diteliti serta saran untuk kemajuan para peneliti serta ilmu pengetahuan kedepannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis menjabarkan seluruh penjelasan teori dari permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan skripsi ini di atas, maka kesimpulan yang dapat diambil dan ditarik adalah sebagai berikut:

1. Alasan yang menjadi pertimbangan mengapa konsumen memilih Shopee sebagai tempat mereka berbelanja adalah dikarenakan kemudahan yang didapat dalam mengakses *e-commerce* ini, tampilan *interface*-nya yang *user friendly* memudahkan penggunaanya untuk mengakses *e-commerce* tersebut, kemudian dikarenakan melimpahnya stok dan variasi barang, menjadikan *e-commerce* ini memiliki banyak sekali berbagai macam barang pilihan yang dapat dipilih penggunaanya. Juga, alasan yang paling penting adalah karena banyak sekali penawaran atau promosi yang diadakan oleh pihak Shopee membuat konsumen tertarik dan menjadi pelanggan tetap di *e-commerce* ini. Yang terakhir dikarenakan harga barang yang ditawarkan di sini lebih murah dibandingkan saat membeli *offline* maupun di marketplace lainnya.
2. Jenis akad yang digunakan dalam *cashback*, *discount* dan *voucher* di sini masing-masing menggunakan akad yang berbeda. Akad yang digunakan pada *cashback* adalah akad *Ju'ālah* yaitu pengupahan atas apa yang telah dikerjakannya, seperti dalam kasus sayembara,

siapa pun berhak mendapatkan upah atas hasil kerja kerasnya karena telah melakukan pekerjaan yang dikehendaki atau disayembarakan. Pada *discount* terdapat akad *wadī'ah* dan *qard* yang digunakan di dalamnya, di mana menurut Fatwa DSN Nomor 19/DSN-MUI/IV/2001 *Qard* adalah pinjaman yang diberikan kepada nasabah (*Muqtariḍ*) yang memerlukan. Dalam hal ini, penerbit yang meminjam uang kepada nasabah dan pihak penerbit diwajibkan untuk mengembalikan nominal dengan sejumlah pokok yang dipinjamnya pada waktu yang telah disepakati bersama. Dan, apabila penerbit mengembalikan sejumlah uang yang dipinjamnya kepada nasabah, maka hal ini diperbolehkan. Sedangkan pada pembahasan mengenai *voucher* gratis ongkos kirim, sebagaimana berdasarkan pada dalil ayat di atas yang mengatur tentang tolong menolong dalam hal kebajikan, serta sifat *voucher* gratis ongkir di sini adalah *hibah* atau pemberian, maka hal tersebut diperbolehkan menurut syariatnya dan sesuai dengan hukum yang berlaku sebagaimana yang tercantum dalam Quran surat al-Maidah ayat dua, berbuat baiklah dalam hal kebajikan serta anjuran untuk saling tolong-menolong. Hukum dari masing-masing akad atas promosi yang ditawarkan oleh pihak *e-commerce* Shopee tersebut jika diperjelas adalah sebagai berikut; *cashback* di sini dipebolehkan atau halal menurut sebagian ulama, *discount* pada *e-commerce* Shopee adalah mubah karena hal ini seperti *hibah* atau pemberian sukarela dari pihak yang memiliki kewenangan akan barang yang dihibahkan. Sedangkan pada *voucher* gratis ongkir, hukum dari promosi ini diperbolehkan karena merupakan transaksi dalam bentuk tolong-menolong.

B. Saran

Dari hasil skripsi penulis yang telah peneliti teliti berikut ini, penulis memiliki saran supaya para konsumen bersedia untuk melakukan edukasi diri menyangkut masalah yang sedang terjadi di masyarakat khususnya jual beli di *e-commerce*. Untuk para distributor atau penjual, penulis mengharapkan adanya transparasi dalam jual beli yang berlangsung secara berkelanjutan untuk menghindari adanya praktik kecurangan dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Yang terakhir, untuk masyarakat pada umumnya supaya dapat membelanjakan uangnya dengan bijak dan dapat mengutamakan prinsip hidup hemat guna keberlangsungan hidup dan kestabilan perekonomian dan tidak perlu adanya urgensi untuk membelanjakan uangnya secara tidak terkendali apabila sedang dilaksanakannya promo maupun diskon menarik kelak di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

1. Al-Qur'an

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta Selatan: Pasar Minggu, 2012.

2. Fikih/Usul Fikih

Abdullah Bin Muhammad Ath-Thayar, "*Ensiklopedi Fiqih Mu'amalah Dalam Pandangan Fikih 4 Madzab*", alih bahasa Miftahul Khairi", Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif, 2009.

Abu Amar, Drs. Imron, *Fathul Qarib*, Kudus: Menara Kudus, 1983.

Afriani, dkk., "Implementasi Akad Ju'alah dalam Lembaga Keuangan Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan*, Vol. 2, No. 1, Desember 2018.

A Karim, Adiwarman, dan Oni ahroni, *Riba, Gharar dan Kaidah-kaidah Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Alamsyah, Johan, "Urgensi Konsep Al-'Ariyah, Al-Qard, dan Al-Hibah di Indonesia," *Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 4, No. 2, Desember 2018.

Amin, Ma'ruf, *Solusi Berasuransi: Lebih Indah dengan Syariah*, Jakarta: Salamadani, 2009.

Anindya, Desy Astrid, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua," *Jurnal Pascasarjana Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, Vol. 2, No. 2, 2017.

Ali Hasan, M., *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, cet. ke-1, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.

- Ali, Zainuddin, *Hukum Gadai Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Al-Mushlih, Abdullah, dkk., *Ma La Yasa' at-Tajira Jahluhu*, diterjemahkan oleh Abu Umar Basyi dengan judul *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, Jakarta: Darul Haq, 2008.
- Amalia', Euis, "Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga Adil dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Universitas Islam Negeri Jakarta*, Vol. 5, No. 1, Januari 2013.
- Arifin, Zainul, *Memahami Bank Syariah*, Jakarta: Pustaka Alvabet, 1999.
- Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Aziz Dahlan, Abdul dkk., *Ensiklopedia Hukum Islam*: Jilid I, Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 2001.
- Azizah, Mabarroh, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli daring di Toko Online Shopee," *Jurnal IAIN Purwokerto*, Vol. 10, No 1, Mei 2020.
- Az-Zuhaili, Wahbah, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Abdul Hayyie al-Kattani, Jilid 5, Jakarta: Gema Insani, 2011.
- Bahri, Saiful, dkk., "Trust Giving Transactions on Mu'amalah Al-Wadi'ah (Study of Thematic Interpretation Approaches to the Word Al-Wadi'ah in the Qur'an)", *Jurnal State Islamic Institute (IAI) of Al-Aziziyah Samalanga*, Vol. 2, No. 1, Februari 2019.
- Budiman, Farid, "Karakteristik Akad Pembiayaan *al-Qard* sebagai Akad *Tabarru'*," *Jurnal Universitas Airlangga*, Vol. 28, No. 3, September-Desember 2013.
- Budi Nugraheni, Desti, "Analisis Yuridis Akad *Tabarru'* dan Akad *Tijarah* dalam Produk Unik Link Syariah," *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada*, Vol. 28, No. 2, Juni 2016.

- Desminar, "Akad Wadiah dalam Perspektif Fiqih Mu'amalah," *Jurnal Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat*, Vol. 13, No. 3, Januari 2019.
- Dharir, Adh-, dan al-Jawa'iz, *Hauliyatu al-Barakah*, edisi V, oktober 2003.
- Dieb Al Bigha, Mustofa, *Fiqh Islam*, Surabaya: Insan Amanah, 2003.
- Fatah, Abdul, dkk., *Kifayatul Akhyar Terjemahan Ringkas Fiqih Islam Lengkap* Jakarta: Rineka Cipta, 1990.
- Fidhayanti, Dwi, "Pelaksanaan Akad Tabarru' Pada Asuransi Syariah (Studi di Takaftul Indonesia Cabang Malang)," *Jurnal Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, Vol. 3, No. 1, Juni 2012.
- Fuadi, Fachrul, dan Ahmad Badi, "Analisis Akad Tabarru' Perspektif Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Di Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera Syari'ah Kediri," *Jurnal Institut Agama Islam (IAIT) Kediri*, Vol. 29, No. 2, Juli-Desember 2018.
- Ghofur Anshori, Abdul, *Perbankan Syari'ah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007.
- Haryono, "Konsep *al-Ju'alah* dan Model Aplikasinya dalam Kehidupan Sehari-hari," *Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial*, Vol. 5, No. 9, 2017.
- Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Mu'amalah)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Hayati, Ilda, "Aplikasi Akad Tabarru' Wadī'ah dan Qard di Perbankan Syariah," *Jurnal Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Curup Bengkulu*, Vol. 1, No. 2, 2016.
- Hidayati, Nurul, dkk., "Pelaksanaan Akad Qardh sebagai Akad Tabarru," *Jurnal Universitas Diponegoro*, Vol. 12, No. 2, 2019.

- Huda, Nur, “Perubahan Akad Wadī‘ah,” *Jurnal Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*, Vol. 6, No. 1, Mei 2015.
- Indra, Sukma, dkk., “Transaksi E-Money Terhadap Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek Perspektif Ekonomi Syariah,” *Jurnal Universitas Tanjungpura Pontianak*, Vol. 15, No. 2, Juni 2019.
- Ilyas, Rahmat, “Konsep Uang dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 4, No. 1, Juni 2017.
- International Shari’ah Research Academy of Finance (ISRA), *Sistem Keuangan Islam: Prinsip Dan Operasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Izzat Farisi, Muhammad, “Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Terhadap Go-Points pada Pembayaran Go-Jek Melalui Go-Pay”, Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Jabirah bin Ahmad al-Hatitsi, *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, alih bahasa *AlFiqh Al Iqtishadi Li Amiril Mukminin ummar Ibnu Al Khaththab*, Jakarta: Pustaka al-Kautsar. 2010.
- Juwaini, Dimyauddin, *Pengantar Fikih Mualamah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Karim, Adiwarman, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana Pustaka Spirit, 2012.
- Modul Training Syariah Takaful Indonesia*, PT. Asuransi Takaful Pekanbaru
- Muhammad Arifin Bin Badri, *Fikih Perniagaan Islam*, Jakarta: Darul Haq, 2015.
- Muhammad Jamhari, Zainuddin, *Al-Islam 2 Mu‘amalah dan Akhlaq*, Bandung: CV Pustaka Setia, 1999.

- Nadzir, Mohammad, *Fikih Mu'amalah Klasik*, Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015.
- Naufal, Zainuddin, *Fikih Mu'amalah Klasik dan Kontemporer* Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Nawatni, Sri, "Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Islam," *Jurnal Universitas Stikubank Semarang*, Vol. 9, No. 1, April 2020.
- Nawawi, Ismail, *Fikih Mu'amalah Klasik dan Kontemporer*, Bogor: Galia Indonesia, 2012.
- Nindya Pangesti, Hafilah, "Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapat Cashback di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah", Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto, 2019.
- Nur, Isnayati, "Transaksi Jual Beli Melalui Media Online dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi pada Situs Jual Beli Online Tokopedia dan Shopee)," *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Islam*, Vol. 2, No. 2, Juli 2019.
- Nur Saidy, Emily, "Uang dalam Tinjauan Ekonomi Islam," *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar*, Vol. 6, No. 2, Desember 2017.
- Pertaminawati, Hendra, "Analisis Pemikiran Ibnu Khaldun tentang Mekanisme Pasar dan Penetapan Harga dalam Perekonomian Islam," *Jurnal Universitas Islam Negeri Jakarta*, Vol. 15, No. 2, Oktober 2016.
- Qarḍāwī, Yusuf, *al-Halal wal-haram fil-Islam*, diterjemahkan Abu Sai'id al-Falahi dan Aunur Rafiq Shaleh Tamhid, *Halal dan Haram dalam Islam*, Cet. I, Jakarta: Rabbani Press, 2000.
- Rahman Ghazali, Abdul, *Fiqh Mu'amalah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010.
- Rafsanjani, Haqiqi, "Akad Tabarru' dalam Transaksi Bisnis," *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1, Mei 2016.

- Rasjid, Sulaiman, *Fiqh Islam*, Bandung: Sinar Baru, 1994.
- Rifka Aryani, Annisa, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Diskon dan Reward Point OVO (Studi pada Aplikasi Grab di Surakarta)”, *Jurnal IAIN Surakarta*, 2019.
- Rifka Aryani, Annisa, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Diskon dan Reward Point OVO (Studi pada Aplikasi Grab di Surakarta)”, Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Surakarta, 2019.
- Rohman, Abdur, “Analisis Penerapan Akad Ju‘alah dalam Multi Level Marketing (MLM) (Studi atas Marketing Plan www.jamaher.network)”, *Jurnal Fakultas Syariah Universitas Islam Raden Intan Lampung*, Vol. 13, No. 2, Desember 2016.
- Ruslang, dkk., “Etika Bisnis E-commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 3, Desember 2020.
- Sabiq, Sayyid, *Fiqh Sunnah*, alih bahasa Nur Hasanuddin, cet. ke-4, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006.
- Saprida, dkk., “Accounts Payable (Qard) in Islamic Law,” *Jurnal Sosial dan Budaya Syar’i*, Vol. 7, No. 4, 2020.
- Shiddiqi, M. Nejatullah, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, Jakarta: Bumi Aksara, 1996.
- Shobirin, “Jual Beli dalam Pandangan Islam,” *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, Vol. 3, No. 2, Desember 2015.
- Suharni, “Uang Elektronik (E-Money) Ditinjau Dari Perspektif Hukum Dan Perubahan Sosial,” *Jurnal Fakultas Hukum UNTAG Semarang*, Vol. 15, No. 1, April 2018.
- Syafe’i, Rachmat, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001).

Syariat umat terdahulu apabila ditemukan dalil-dalil lain yang mu'tabar secara syari'i yang mendukung dan menguatkannya, maka kita mengamalkannya; dan jika tidak, maka hal itu tidak dianggap sebagai dalil. Lihat *Pengantar Ushul Fiqh*, Dr. Abdul Hayy Abdul 'Al Jakarta: Pustaka al Kautsar, 2014.

Ulum, Khoizanul, "Penyelesaian Utang Impor, Ju'alah dan Sertifikat Bank Indonesia Syariah (SBIS) Perspektif Fatwa DSN-MUI," *Jurnal Universitas Islam Lamongan*, Vol. 3, No. 1, Maret 2018.

Wardi Muslich, Ahmad, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2010.

Yunus, M, dkk., "Tinjauan Fikih Mu'amalah terhadap Akad Jual Beli dalam Transaksi Online pada Aplikasi Go-Food," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 2, No. 1, Januari 2018. .

3. Hukum

Asmara, Rini, dkk., "Pengolahan Data Rehabilitasi Penyalahgunaan Narkoba Pada Klinik Aqilah Payakumbuh," *Jurnal STMIK Jayanusa Padang*, Vol. 4, No. 1, 2017.

Ardhya, Bella Nanda, "Pengaruh Promo Terhadap Minat Beli Konsumen (Study Pada Promosi, Cashback Dan Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Di Restaurant Mister Baso Di Mall Cbd Cileduk)," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3, No. 3, 2019.

Banu Saputro, Ikhsan, "Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Ritel Minimarket Kota Yogyakarta," *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*, Vol. 16, No. 1, Juli 2019.

Hutauruk, Martinus Robert, *Akuntansi Perusahaan Dagang*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2017.

Isfantin Puji Lestari, Sri, "Pengaruh Price Dsicount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour

Surakarta,” *Jurnal STIE Wijaya Mulya Surakarta*, Vol. 7, No. 2, Juni 2018,

Kuswanto, Adi, *Pengantar Ekonomi*, cet ke-3, Depok: Gunadarma, 1993.

Nazir, Moh., *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.

Northstream White Paper, Juni, 2009.

Nurrohyani, Risya, dan Estro Dariatno Sihaloho, “Pengaruh Promosi Cashback Pada Ovo Dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Padjadjaran,” *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran*, Vol. 5, No. 1, 2020.

Rahardja, Pratama, dan Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*, cet. IV, Jakarta: LPFEUI, 1999.

Ramadhayanti, Ana, “Strategi Taktik Value dan Kode Promosi Terhadap Motivasi Pembelian Makanan secara Online Melalui Grab,” *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, Vol. 4, No. 1, Maret 2020.

Sari, Andini Kartika, “Pengaruh Discount, Brand Image, dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying,” *Jurnal IAIN Surakarta*, Vol. 2, No. 2, Juli-Desember 2018.

Susanto, Azhar, *Sistem Informasi Akuntansi*, Bandung: Lingga Jaya, 2017.

Sutisna, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001.

Wahyuni, Nuraida, dkk., “Pengenalan dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon,” *Jurnal Fakultas Teknik Universitas Sultan Agung Tirtayasa* (2018).

Warson Munawir, Ahmad, *Kamus al-Munawir Arab-Indonesia*, Yogyakarta: Pondok Pesantren Al-Munawwir, 1997.

Wira Sakti, Nufransa, *Buku Pintar E-commerce*, Jakarta: Transmedia Pustaka, 2014.

Zhou, Yong-Wu, dkk., "Pricing and Rebate Strategies for an E-shop with A Cashback Website," *Journal Of European Operational Research*, Vol. 9, No. 10, April 2017.

4. Peraturan Perundang-undangan

Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 116/DSN-MUI/IX/2017 *Tentang Uang Elektronik Syariah* dalam sub ketentuan umum no. 12-13.

Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 62/DSN-MUI/XII/2007 *Tentang Akad Ju'alah*.

Fatwa Dewan Syari'ah Nasional MUI No. 53/DSN-MUI/X/2001 *Tentang Akad Tabarru' Pada Asuransi Syari'ah*.

Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/Pbi/2009 *Tentang Uang Elektronik (Electronic Money)*.

5. Wawancara

Apri Filu Leresia, Wawancara, 17 Tahun, 13 April 2021.

Azzahro Diniar Adhani, Wawancara, 16 Tahun, 29 Desember 2020.

Hafidz Nugraha, Wawancara, 22 Tahun, 30 Desember 2020.

Hanina Halimah Sa'diya, 22 Tahun, Yogyakarta, 29 Desember 2020.

May Vita Restuningtias, Wawancara 23 Tahun, 15 April 2021.

Mia Rahmanian, Wawancara, 22 Tahun, 29 Desember 2020.

Naura Virgina Utami, Wawancara, 17 Tahun, 13 April 2021.

Novita Aulia Safitri, Wawancara, 17 Tahun, 13 April 2021.

Nurul Nikmah, Wawancara, 22 Tahun, 29 Desember 2020.

Nurul Yatimah, Wawancara, 22 Tahun, 30 Desember 2020.

Putri Subagyo, Wawancara, 22 Tahun, 30 Desember 2020.

Riska Tsania Mahfudhoh, Wawancara, 16 Tahun, 13 April 2021.

Tri Wahyuningtyas, Wawancara, 16 Tahun, 30 Desember 2020.

Vivia Lidia Haryati, Wawancara, 16 Tahun, 13 April 2021.

Yuli Rahmawati, Wawancara, 17 Tahun, 13 April 2021.

6. Lain-lain

Abidin, Ibn, *Hasyiyah Radd Al-Mukhtar Ala Dar al-Mukhtar*, Jilid 4, Mesir: Mustafa al-Halabi, 1996.

Ali, Imam, “*Cara Belanja Online Pakai Voucher dan Online Shopnya*,” https://www.pricebook.co.id/article/tips_tricks/2019/03/25/9132/amp/belanja-online-pakai-voucher.com/ (diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 23:40 WIB).

Bayu, Dimas Jarot, “10 *E-Commerce* dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020,” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020> (diakses pada tanggal 19 April 2021 pukul 13:30 WIB).

Dosen Pendidikan 2, “*E-Money* adalah,” <https://www.dosenpendidikan.co.id/e-money-adalah.com/> (diakses pada tanggal 13 Juli 2020 pukul 19:42 WIB).

Jayani, Dwi Hadya, “Pengunjung Situs Shopee Terbesar di Indonesia,” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/pengunjung-situs-shopee-terbesar-di-indonesia> (diakses pada tanggal 13 Januari 2021 pukul 16:28 WIB).

Jayani, Dwi Hadya, “Peta Persaingan *E-Commerce* Indonesia pada Kuartal II-2020,” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/21/peta-persaingan-e-commerce-indonesia-pada-kuartal-ii-2020> (diakses pada tanggal 13 Januari 2021 pukul 16:30 WIB).

Jayani, Dwi Hadya, “Shopee *E-Commerce* dengan Pengunjung Situs Tertinggi Kuartal III 2020,” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/20/shopee-e-commerce-dengan-pengunjung-situs-tertinggi-kuartal-iii-2020> (diakses pada tanggal 13 Januari 2021 pukul 15:30 WIB).

Sushmita, Indra, “Apakah Promo *Cashback* adalah Riba? Begini Jawaban Ustaz,” <https://www.solopos.com/apakah-promo-cashback-adalah-riba-begini-jawaban-ustaz-992594#:~:text=Status%20cashback%20yang%20masuk%20ke,e%2Dcommerce%20berutang%20kepada%20nasabah.&text=Riba%20terjadi%20apabila%20ada%20penambahan,tetap%2C%20maka%20jelas%20tidak%20riba.com/> (diakses pada tanggal 24 Januari 2021 Pukul 21:27 WIB).

S.T., Fransiska Ardela, “Definisi *Cashback* adalah,” <https://www.finansialku.com/cashback/>, (diakses pada tanggal 14 Februari 2020 pukul 21.12 WIB.)

“Voucher,” <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/voucher> (diakses pada tanggal 14 Februari 2020).

“Voucher,” <https://id.wikipedia.org/wiki/Voucher>, (diakses pada tanggal 14 Februari 2020).

Thenniarti, Dian, “*Kemenhub Ingatkan Bahaya Diskon di Luar Batas Wajar dan Monopoli Ojol*,” <http://infopublik.id/kategori/ekonomi-bisnis/353362/kemenhub-ingatkan-bahaya-diskon-di-luar-batas-wajar-dan-monopoli-ojol.com/> (diakses pada tanggal 09 September 2020 pukul 22:12 WIB).

Utama, Christantio, “*Asal Usul Harbolnas yang Kasih Cashback Sampai 100 Persen, Udah Tahu?*,” lifepal.co.id/media/sejarah-harbolnas/amp/ (diakses pada tanggal 02 September 2020 pukul 08:01 WIB).

“Voucher,” http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/petunjuk_praktis/574 (diakses pada tanggal 14 Juli 2020 pukul 21:45 WIB).

“Cashback,” <https://kamus.tokopedia.com/c/cashback/> (diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 22:13 WIB).

“Diskon,” <https://kamus.tokopedia.com/d/diskon/> (diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 23:15 WIB).

“*Bagaimana cara mendapatkan voucher Gratis Ongkir di Shopee*,” <https://help.shopee.co.id/s/article/Bagaimana-cara-memakai-voucher-GGratis-Ongkir-saat-checkout.com/> (diakses pada tanggal 30 Agustus 2020 pukul 17:20 WIB).

“*Cara Mendapatkan Diskon da Promo di Shopee*,” <https://blog.bajuyuli.com/2018/04/diskon-promo-shopee.html?m=1> (diakses pada tanggal 30 Agustus 2020 pukul 17:57 WIB).

Bayu, Dimas Jarot “10 *E-commerce* dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020,” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iv-2020>. (diakses pada tanggal 12 April 2021 pukul 17:27 WIB).

Wink, “Biografi Forrest Li, Kisah Sukses Pendiri Shopee dan Sea Ltd,” <https://www.biografiku.com/biografi-forrest-li/> (diakses pada tanggal 14 April 2021 pukul 13:20 WIB).

Ahmad Burhan, Fahmi, “Pendapatan Shopee Diprediksi Rp 67 Triliun, mayoritas dari Indonesia,” <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6041bdb52448e/pendapatan-shopee-diprediksi-rp-67-triliun-mayoritas-dari-indonesia> (diakses pada tanggal 14 April 2021 pukul 13:30 WIB).