

ABSTRAK

Rosiana Rizki Novitasari, NIM 17101163033, **Pemberian *Cashback* Pada Konsumen Pengguna Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Agen Pos Ichabilazid Kabupaten Tulungagung)**, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Dosen Pembimbing: Dr. Hj. Nur Fadhilah, S.H.I, M.H.

Kata Kunci: *cashback* , konsumen, jasa pengiriman barang, etika bisnis Islam, Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya jasa pengiriman barang yang berkembang dan bersaing untuk memikat minat konsumen. Persaingan yang sangat keras dirasakan oleh pelaku usaha yang membuat pihak pelaku usaha berfikir mencari cara yang tepat untuk menarik minat konsumen. Salah satunya dengan cara memberikan *cashback* pada konsumen. Pemberian *cashback* pada konsumen bertujuan untuk menarik minat konsumen.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana pemberian *cashback* pada konsumen pengguna jasa pengiriman barang di Agen Pos Ichabilazid? 2) Bagaimana pemberian *cashback* pada konsumen pengguna jasa pengiriman barang di Agen Pos Ichabilazid dalam perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen? 3) Bagaimana pemberian *cashback* pada konsumen pengguna jasa pengiriman barang di Agen Pos Ichabilazid dalam perspektif etika bisnis Islam?

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan yuridis empiris. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis kualitatif. Pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi.

Hasil dari penelitian menyatakan bahwa: 1) Dalam pemberian *cashback* pada konsumen pengguna jasa pengiriman barang di agen pos Ichabilazid, pemberian *cashback* tidak diberlakukan untuk semua konsumen pengguna jasa agen pos Ichabilazid. Pihak agen pos Ichabilazid memberikan *cashback* dengan cara menemui langsung pemilik toko kemudian pihak agen pos mengajak kerja sama agar tetap memakai jasanya dan akan diberikan *cashback* setiap bulannya jika bisa memenuhi syarat dan ketentuan. 2) Pemberian *cashback* pada konsumen pengguna jasa pengiriman barang di agen pos Ichabilazid ditinjau dari perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen tidak memenuhi asas keadilan sebagaimana pada pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan tidak memenuhi kewajiban pelaku usaha sebagaimana pada pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen poin c. 3) Pemberian *cashback* pada konsumen pengguna jasa pengiriman barang di agen pos Ichabilazid ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam tidak melaksanakan prinsip keseimbangan atau keadilan dan prinsip kebenaran (jujur).

ABSTRACT

Rosiana Rizki Novitasari, NIM 17101163033, **Giving Cashback to Consumers Using Freight Forwarding Services (Case Study of Ichabilazid Postal Agent, Tulungagung Regency)**, Department of Islamic Economics Law, Faculty of Sharia and Law, State Islamic Institute (IAIN) of Tulungagung, Advisor: Dr. Hj. Nur Fadhillah, S.H.I, M.H.

Keywords: cashback, consumers, freight forwarding services, Islamic business ethics, Consumer Protection Act

This research is motivated by the number of freight forwarding services that are developing and competing to attract consumer interest. Very hard competition is felt by business actors which makes business actors think about finding the right way to attract consumer interest. One of them is by giving cashback to consumers. Giving cashback to consumers aims to attract consumers.

The formulation of the problem in this research are: 1) How is cashback given to consumers who use goods delivery services at the Ichabilazid Postal Agent? 2) How is cashback given to consumers who use goods delivery services at the Ichabilazid Postal Agent in the perspective of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection? 3) How is cashback given to consumers who use goods delivery services at the Ichabilazid Postal Agent in the perspective of Islamic business ethics?

This type of research is field research with an empirical juridical approach. Data collection techniques in this study by means of observation, interviews, and documentation. Data analysis technique using qualitative analysis. Checking the validity of the data using triangulation.

The results of the research that: 1) In giving cashback to consumers who use goods delivery services at Ichabilazid postal agents, cashback is not applied to all consumers who use Ichabilazid postal agents. The postal agent Ichabilazid provides cashback by meeting the shop owner directly, then the postal agent invites cooperation so that they continue to use their services and will be given cashback every month if they can meet the terms and conditions. 2) The provision of cashback to consumers who use goods delivery services at the Ichabilazid postal agency in terms of the perspective of Law Number 8 of 1999 concerning consumer protection does not meet the principle of justice as stated in Article 2 of the Consumer Protection Law and does not fulfill the obligations of business actors as referred to in Article 7 Consumer Protection Act point c. 3) Giving cashback to consumers who use goods delivery services at Ichabilazid postal agents in terms of Islamic business ethics perspective does not implement the principle of balance or justice and the principle of truth (honest).

المخلص

روسيانا رزقي نوفيتاساري، رقم القيد: 17101163033، "إعطاء/استرداد/تقدي للمستهلكين باستخدام خدمات الشحن (دراسة حالة لوكيل البريد إيشابيلازيد تولونج أجونج)" قسم حكم الإقتصادية الشريعة كلية الشريعة وعلوم الحكم جامعة الإسلامية الحكومية تولونج أجونج. المشرفة: الدكتورة الحاجة نور فضيلة الماجستير.

الكلمة الرئيسية: استرداد/النقود، المستهلك، وكيل الشحن، أخلاقيات العمل الإسلامية، قانون حماية المستهلك.

كانت خلفية البحث عن عدد خدمات الشحن التي يتم تطويرها وتنافسها لجذب اهتمام المستهلك. يشعر الفاعلون في مجال الأعمال بالمنافسة الشديدة للغاية، مما يجعل الممثلين التجاريين يفكرون في إيجاد الطريقة الصحيحة لجذب اهتمام المستهلك. أحدها هو استرداد/تقدي للمستهلكين. يهدف رد النقود إلى المستهلكين إلى جذب المستهلكين.

وأما تركيز البحث: (1) كيف إعطاء/استرداد/تقدي للمستهلكين باستخدام خدمات الشحن لوكيل البريد إيشابيلازيد تولونج أجونج؟ (2) كيف إعطاء/استرداد/تقدي للمستهلكين باستخدام خدمات الشحن لوكيل البريد إيشابيلازيد تولونج أجونج في منظور القانون رقم 8 لسنة 1999 بشأن حماية المستهلك؟ (3) كيف إعطاء/استرداد/تقدي للمستهلكين باستخدام خدمات الشحن لوكيل البريد إيشابيلازيد تولونج أجونج في منظور أخلاقيات العمل الإسلامي؟

هذا النوع من البحث هو بحث ميداني بمنهج قانوني تجريبي. تقنيات جمع البيانات في هذا البحث عن طريق الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تقنية تحليل البيانات باستخدام التحليل النوعي. التحقق من صحة البيانات باستخدام التثليث.

نتائج البحث تدل أن (1) عند تقديم استرداد/تقدي للمستهلكين الذين يستخدمون خدمات توصيل البضائع لدى وكلاء بريد إيشابيلازيد، لا يتم تطبيق استرداد النقود على جميع المستهلكين الذين يستخدمون وكلاء بريد إيشابيلازيد. يوفر الوكيل البريدي إيشابيلازيد استرداداً نقدياً عن طريق مقابلة صاحب المتجر مباشرة، يدعو الوكيل البريدي للتعاون حتى يستمروا في استخدام خدماتهم وسيحصلون على استرداد/تقدي كل شهر إذا تمكنوا من تلبية الشروط والأحكام. (2) إن تقديم استرداد/تقدي للمستهلكين الذين يستخدمون خدمات توصيل البضائع في وكالة بريد إيشابيلازيد من منظور القانون رقم 8 لعام 1999 بشأن حماية المستهلك لا يفي بمبدأ العدالة كما هو مذكور في المادة 2 من قانون حماية المستهلك و لا تفي بالتزامات الجهات الفاعلة التجارية على النحو المشار إليه في المادة 7 من قانون حماية المستهلك النقطة ج. (3) استرداد النقود للمستهلكين الذين يستخدمون خدمات

توصيل البضائع في وكلاء برید إیشابیلزید من منظور أخلاقیات العمل الإسلامیة
لا یطبق مبدأ التوازن أو العدل ومبدأ الحقیقة (الصدق).