

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri, atau bisa dikatakan saling membutuhkan satu sama lain. Karena itu manusia harus bermasyarakat dan saling tolong menolong. Sebagai makhluk sosial, manusia saling memberi, menerima, membutuhkan untuk keberlangsungan dan kemajuan hidup. Hubungan ini di dalam Islam dikenal dengan sebutan *muamalah*.

Muamalah menurut pengertian umum merupakan perbuatan atau pergaulan manusia diluar ibadah. *Muamalah* merupakan ajaran yang mengatur hubungan horizontal yaitu hubungan antara sesama manusia (*habluminannas*), dalam hal ini hukumnya mubah atau boleh, memiliki arti bahwa segala sesuatu pada dasarnya diperbolehkan sampai terdapat dalil yang melarangnya, seperti dalam bidang ekonomi, politik, sosial dan lain-lain.² Sedangkan ibadah adalah ajaran yang mengatur hubungan vertikal yaitu hubungan antara manusia dengan Tuhan (*habluminallah*), dalam hal ini hukum asalnya adalah haram, memiliki arti dimana semuanya dilarang kecuali terdapat perintah atau tuntunan yang menganjurkan perbuatan ibadah tersebut, seperti shalat, zakat, puasa, haji dan lain-lain.³

² Atika Asa Pratiwi, Penggunaan Promo Dalam Pembelian Makanan Melalui Jasa Grabfood Menurut Hukum Islam, *Jolsic*, 2021, hal. 100.

³ *Ibid.*

Islam mengatur kehidupan sosial (*muamalah*) manusia, sehingga terjalin keharmonisan di antara mereka, termasuk tata cara kepemilikan, yaitu jual beli. Jual beli merupakan perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara ridha di antara kedua belah pihak yang satu menerima benda dan yang pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' (hukum islam) dan disepakati.⁴

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا (٢٧٥)

Artinya: “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan telah mengharamkan riba”. (Q.S. Al-Baqarah (2) : 275)⁵

Semakin berkembangnya zaman, maka semakin maju pula pendidikan dan ilmu pengetahuan di dunia, terutama dibidang teknologi. Hal tersebut menyebabkan dunia tanpa batas dalam perubahan sosial yang berlangsung sangat cepat melalui penggunaan internet.⁶ Internet bukan lagi hal yang mewah pada zaman sekarang karena akses terhadap dunia lain diluar sana menjadi sangat mudah dan internet juga bisa digunakan untuk berbagai macam kebutuhan hidup. Dari kebutuhan pokok sampai kebutuhan tambahan. Praktis serta cepat merupakan salah satu alasan masyarakat memilih layanan *online* daripada layanan *offline*.⁷

⁴ Annisa Silvi Kusumastuti dan Ria Rahmawati, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad pada Aplikasi Go-food di Madiun, *Al-Mustashfa : Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, Vol. 4, No. 2, 2019, hal. 201.

⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahnya dan Tajwid*, . . . hal. 61.

⁶ Putri Ayu Kusuma W., Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan dengan Menggunakan Jasa *Shopee food*, *Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif*, Vol. 2, No. 1, 2021-2022, hal. 164-165.

⁷ *Ibid.*

Perkembangan trend perdagangan terus meningkat dari tahun ke tahun salah satunya yakni penggunaan internet sebagai media perdagangan.⁸ Adanya *smartphone* yang didukung sinyal internet, bidang perdagangan sangat diuntungkan. Karena dengan adanya *smartphone* dan internet membuat masyarakat melakukan promosi dan penawaran dalam jual beli menjadi lebih mudah. Baik bagi penjual maupun pembeli yang biasa disebut dengan jual beli *online*.

Dengan dilaksanakannya jual beli *online* memungkinkan kita untuk bertransaksi dengan cepat dan biaya yang murah tanpa melalui proses yang berbelit-belit. Dimana pihak pembeli cukup mengakses internet ke website perusahaan yang mengiklankan produknya di internet kemudian pembeli bisa membeli barang yang dia inginkan. Salah satu *marketplace* yang sering kita dengar sekarang adalah platform orange yang bernama *Shopee*.

Shopee adalah aplikasi berbelanja secara *online* yang utama yang banyak dipakai serta memperoleh *marketplace* yang banyak dipakai pelanggan negara Indonesia.⁹ *Shopee* merupakan salah satu *marketplace* yang pertama kali dijalankan oleh Garena yang saat ini berubah nama menjadi SEA Group.¹⁰ Garena sendiri mengusung mobile *marketplace* Bisnis C2C (*customer to customer*).

⁸ Sri Ana Wahyuni, Praktik Jual Beli Handphone Bekas di Sosial Media Facebook Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Fiqh *Muamalah*, *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol. 07, 2019, hal.35.

⁹ Annisa Rizky Nur F. dan Yudha Trishananto, Studi Mengenai Peningkatan Sikap Pengguna *Shopee* Melalui Kepercayaan, *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, Vol 11, No. 2, 2021, hal. 253.

¹⁰ Eka Septiana Sulistiyawati dan Anna Widayani, Marketplace *Shopee* Sebagai Media Promosi Penjualan Umkm di Kota Blitar, *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 4, No. 1, 2020, hal. 135.

Pada Desember 2015 *Shopee* resmi diperkenalkan di Indonesia di bawah naungan PT *Shopee* International Indonesia. Produk yang ditawarkan di *marketplace Shopee* banyak variasinya, antara lain produk kecantikan, pakaian pria, pakaian wanita, *handphone* dan *accessories*, komputer dan *accessories*, perlengkapan rumah, elektronik, makanan dan minuman, pulsa, tagihan dan tiket, *fashion* muslim, *fashion* bayi dan anak, ibu dan bayi, tas pria dan wanita, kesehatan, fotografi, olahraga, *voucher*, buku dan alat tulis, serba serbi, sepatu wanita dan pria, *souvenir* dan pesta, jam tangan, hobi dan koleksi, dan masih banyak lagi.¹¹

Saat ini *Shopee* menjadi perhatian masyarakat dengan fitur terbarunya yaitu *Shopee food*. Yang akan beroperasi pada bulan April 2020. Pada saat itu, *Shopee food* hanya melayani pembelian makanan beku, minuman ringan, aneka kue, serta makanan olahan saja.¹² Namun, pada awal tahun 2021 ini, *Shopee food* mulai melayani pemesanan makanan minuman yang bekerjasama dengan berbagai macam industri *food* and beverage dan menarik banyak mitra *driver* untuk mengantarkannya kepada konsumen.¹³ *Shopee food* merupakan fitur hasil pengembangan dari perusahaan *Shopee* untuk menjawab keinginan masyarakat dalam hal yang serba praktis.¹⁴ *Shopee* mengeluarkan fitur terbaru *Shopee food* untuk melayani pesanan makanan atau minuman secara *online*. Hal ini didorong karena adanya pandemic Covid-19 membuat orang tidak bisa

¹¹ *Ibid.*

¹² Izella Vania dan Remista Simbolon, Pengaruh Promo *Shopee food* Terhadap Minat Beli Pengguna *Shopee* (Di Daerah Tangerang Selatan), *Jurnal Ekonomis*, Vol. 14. No. 2B, 2021, hal. 47.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Putri Ayu Kusuma W., *Analisis Faktor-Faktor*, hal. 165.

keluar rumah untuk menjaga kesehatan, restoran hanya menawarkan layanan *take away* atau pesan antar, atau orang malas ingin keluar rumah tapi ingin makan tanpa ribet masak.

Persaingan di bidang makanan *online* sangatlah ketat, platform yang sejenis akan berlomba-lomba agar bisa memikat para pembeli. Strategi pemasaran berupa *diskon* makanan, *diskon* ongkos kirim, *cashback*, koin *Shopee* dan masih banyak lagi. Semakin sering kita menggunakan *Shopee food* maka semakin sering juga kita mendapatkan *voucher*. *Voucher* tersebut bisa diklaim sehingga mendapatkan *diskon* gratis ongkir, *diskon* makanan, atau *cashback*. Akan tetapi *voucher* ada 2 macam, yang pertama *voucher* tanpa syarat dan yang kedua harus memenuhi syarat yang telah ditentukan agar *voucher* bisa digunakan. Dan kita bisa mendapatkan *diskon* yang bervariasi dari 5%, 10%, 20%, 50%, dan seterusnya. Penerapan *diskon* juga membawa pelanggan untuk melakukan pembelian ulang karena *diskon* yang diberikan tidak hanya berlaku digunakan sekali saja.¹⁵

Istilah *diskon* menurut pandangan Islam adalah *Hâttmin al-tsamān* atau *al-naqîs min al-tsamān* yaitu penurunan harga atau pengurangan harga.¹⁶ *Bai' al-muwada'ah* adalah jual beli dimana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar atau dengan potongan (*discount*).¹⁷ Pemberian potongan harga lazimnya disebut dengan *diskon*

¹⁵ Asep Nurdiansah dan Widyastuti, Pengaruh Price Discount Terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna *Shopee food*), *Sibatik Journal*, Vol. 1, No.8, 2022, hal. 1497.

¹⁶ Syabbul Bachri, Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam, *Artikel Antologi Kajian Islam*, Vol. 15, No. 1, 2010, hal. 15.

¹⁷ *Ibid.*

(*discount*), dimana pembeli mendapatkan potongan harga atau *diskon* dari harga aslinya untuk barang tertentu.¹⁸

Asumsi masyarakat tentang *diskon* adalah ketidakjelasan atau mengandung “*Gharar*”, karena banyak asumsi dari masyarakat bahwa *diskon* mengambil strategi dengan cara menaikkan harga yang lebih tinggi terlebih dahulu, sehingga apabila diberikan *diskon* akan terkesan murah, seperti dapat membeli barang dengan separuh harga.¹⁹ Padahal *diskon* diberikan karena restoran mendapat tawaran dari *shopee food* misal mereka menaruh harga makanan di *shopee food* Rp. 15.000 harga ini bukan harga asli makanan di restoran melainkan harga asli makanan di restoran ditambah dengan fee untuk *shopee food* maka harga ini yang akan di *diskon* oleh *shopee food* karena harga tersebut bukan harga asli restoran. Akan tetapi *diskon* bisa digunakan dengan ketentuan minimal pembelian.

Karena *Shopee food* tergolong fitur yang masih baru daripada *Go food* milik *Gojek* dan *Grab food* milik *Grab*. Konsumen berlomba-lomba memesan makanan lewat *Shopee food* untuk memanfaatkan *diskon* dari fitur tersebut. Konsumen sangat antusias akan kehadiran *Shopee food*, karena *Shopee food* menawarkan harga yang terjangkau dan *diskon* yang banyak. Dan itu menjadi salah satu alasan konsumen merasa puas dan pembelian berulang pada *Shopee food*.

¹⁸ *Ibid*, hal. 16.

¹⁹ Afibatus Afida dan M. Taufiq Zamzami, Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (*Diskon*) dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 04, No. 02, 2020, hal. 98.

Dari penjelasan tersebut bagaimanakah pandangan hukum Islam mengenai pemanfaatan *diskon Shopee food*. Dengan demikian, untuk mengetahui lebih dalam maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai “**Pemanfaatan *Diskon Shopee food* Ditinjau Dari Hukum Islam (Studi Kasus Di Kecamatan Mojoroto Kota Kediri)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan transaksi *Shopee food* pada restoran di Kota Kediri ?
2. Apa dampak dari pelaksanaan pemanfaatan *diskon Shopee food* bagi restoran, *driver* dan *customer*?
3. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap pemanfaatan *diskon Shopee food*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelaksanaan transaksi *Shopee food* pada restoran di Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui dampak dari pelaksanaan pemanfaatan *diskon Shopee food* pada restoran, *driver* dan *customer*.
3. Untuk mengetahui tinjauan hukum islam terhadap pemanfaatan *diskon Shopee food*.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan bisa memberi wawasan bagi semua pihak. Terutama bagi orang yang memakai jasa dari layanan *Shopee food*.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis, ini diharapkan bisa dibuat untuk referensi bagi masyarakat dalam layanan *Shopee food* dan berbagai macam resiko yang ada.

E. Penegasan Istilah

Penegasan istilah adalah untuk mempertegas pengertian dari berbagai istilah berkaitan dengan judul skripsi yang diajukan. Adapun penegasan istilah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Konseptual

- a. Jual beli

Jual beli merupakan perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara ridha di antara kedua belah pihak yang satu menerima benda dan yang pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' (hukum islam) dan disepakati.²⁰

²⁰ Annisa Silvi Kusumastuti dan Ria Rahmawati, "*Tinjauan Hukum Islam*", hal. 201.

b. *Shopee Food*

Shopee adalah aplikasi berbelanja secara *online* yang utama yang banyak dipakai serta memperoleh *marketplace* yang banyak dipakai pelanggan negara Indonesia.²¹ *Shopee food* merupakan fitur hasil pengembangan dari perusahaan *Shopee* untuk menjawab keinginan masyarakat dalam hal yang serba praktis.²²

c. Hukum Islam

Hukum Islam adalah hukum yang mengatur kehidupan manusia di dunia dalam rangka mencapai kebahagiaannya di dunia dan akhirat.²³ Dengan demikian, hukum Islam mengatur semua aspek kehidupan manusia sehingga seorang Muslim dapat melaksanakan ajaran Islam secara utuh. Keutuhan hukum Islam tidak berarti bahwa semua aspek sudah diatur oleh hukum Islam secara detail, kecuali masalah ibadah, hukum Islam memberikan pandangan mendasar bagi aspek *muamalah*, sehingga perilaku sosial manusia memiliki landasan hukum yang memberi makna dan arah bagi manusia.²⁴ Kendatipun secara operasional urusan *muamalah* diserahkan kepada manusia, prinsip-prinsip dasar hubungan tersebut diberi dasar oleh hukum Islam sehingga aspek-aspek kehidupan manusia dapat terwujud secara Islami pula.²⁵

²¹ *Ibid*, hal. 253

²² Putri Ayu Kusuma W, Fadzlian Rizky Reinaldy, Indraswari Pramudaning Tyas, *Analisis Faktor-Faktor*, hal. 165

²³ Wati Rahmi Ria dan Muhammad Zulfikar, *Ilmu Hukum Islam*, (Bandar Lampung: Gunung Pesagi, 2017), hal. 2.

²⁴ *Ibid*, hal. 4.

²⁵ *Ibid*.

2. Operasional

Penegasan operasional yang dimaksud merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian guna memberi batasan pada suatu penelitian yaitu dengan judul “Pemanfaatan *Diskon Shopee food* Ditinjau Dari Hukum Islam (Studi Kasus Di Kecamatan Mojoroto Kota Kediri)” adalah mendeskripsikan bagaimana pelaksanaan transaksi *shopee food* dan pemanfaatan *diskon shopee food* yang dilakukan oleh restoran, *driver* dan *customer* di Kecamatan Mojoroto Kota Kediri kemudian menganalisis bagaimana tinjauan hukum Islamnya.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran singkat serta guna mempermudah peneliti, maka dalam penelitian ini dibagi kedalam beberapa BAB. Adapun sistematika dalam pembahasan yang peneliti sajikan antara lain:

Bab I : Pendahuluan. Pada bab ini mengurai tentang hal yang membuat latar belakang peneliti mengambil judul ini, rumusan masalah, tujuan penelitian serta manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan. Pendahuluan ini berisi hal-hal pokok yang dapat dijadikan pijakan dalam bab selanjutnya.

Bab II : Kajian Pustaka. Pada bab ini berisikan tentang landasan teori yang digunakan oleh peneliti yang berkaitan dengan judul. Pada bab ini menguraikan tentang pengertian jual beli dalam Islam, *riba*, *gharar* dan *diskon*.

Bab III : Metode Penelitian. Pada bab ini memuat tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti serta alasan, jenis penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta analisis data yang digunakan. Agar dapat mengetahui kesesuaian antara metode yang dipakai dengan jenis penelitian yang dilakukan.

Bab IV : Paparan Data dan Pembahasan. Pada bab ini berisi tentang uraian hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian tentang pemanfaatan *diskon shopee food* di Kota Kediri. Selain itu bab ini membahas tentang rumusan masalah dan tujuan dari penelitian ini. Bab akan diuraikan tentang paparan data dan analisa hasil penelitian tentang pelaksanaan transaksi *shopee food*, tinjauan hukum islam pemanfaatan *diskon*, dampak dari pemanfaatan *diskon shopee food* dan hal lain yang terkait dengan pemanfaatan *diskon shopee food*.

Bab V : Penutup. Pada bab ini berisi kesimpulan dari penelitian dan saran. Kesimpulan ini hal penting dalam penelitian untuk penegasan dari hasil penelitian. Agar pembaca dapat memahami secara konkret dan utuh. Sedangkan saran adalah harapan peneliti kepada pihak yang terlibat dalam penelitian ini, berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pemahaman *diskon* dalam hukum Islam.