

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pertumbuhan teknologi yang senantiasa melejit, khususnya internet, telah mengubah lanskap kehidupan manusia secara fundamental. Kemudahan mendapatkan informasi tanpa batas telah membuka peluang baru dalam banyak bidang, termasuk bisnis. Penyebaran internet yang semakin luas di Indonesia telah mendorong masyarakatnya untuk menyesuaikan diri dengan era digital. Namun, seiring dengan peluang yang lebih besar, internet juga digunakan untuk mencari informasi melalui sarana jual beli.²

marketplace mencakup penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran, dan distribusi produk atau jasa secara *online*. Definisi ini menekankan kemudahan akses konsumen serta inovasi yang dapat ditawarkan oleh bisnis. *Marketplace* shopee dapat membantu meningkatkan penjualan dan memenangkan persaingan dalam pasar yang semakin sengit karena memberikan pengalaman belanja yang mudah dan efisien yang mengingat preferensi pelanggan.

Dalam era digital yang serba canggih ini terdapat banyak macam aplikasi transaksi *online* layaknya *shopee*, *tokopedia*, *bili*, *Lazada*, dan lainnya yang menjadikan aplikasi tersebut menjadi mall berbasis online yang bisa diakses semua orang seperti pemilik bisnis dan pembeli. manfaat pemilik

² Dhany Yudha Pratama Widodo dan Henny Prasetyani, Penggunaan Shopee Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk Sebagai Narahubung Sosial Marketing, *Jurnal Ivet*, Universitas IVET, Indonesia, 2022, hal 13

bisnis/penjual adalah bisa mengelola bisnisnya kapanpun dan dimanapun ,sedangkan bagi si pembeli bisa mencari, mempertimbangkan dari segi harga maupun kualitas yang mereka inginkan .

Tingkat penggunaan aplikasi jual beli online sangat meningkat pesat dan sangat digemari semua kalangan Peningkatan Banyaknya konsumen *e-commerce* di Indonesia tahun 2022 tercatat 178,94 juta dan naik sekitar 12,79% daripada tahun sebelumnya sekitar 158,65 juta, yang dimana menunjukkan bahwasanya akan senantiasa bertambah hingga 196,47 juta di akhir 2023.³

Nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia juga menunjukkan tren positif. Pada tahun 2022, nilai transaksi tercatat Rp476,3 triliun, bertambah dari tahun sebelumnya 18,8% dari Rp401 triliun. Diperkirakan nilai ini akan tumbuh lagi sebesar 20% pada tahun 2023. Menurut survei, sekitar 88,1% pemakai internet di Indonesia belanja dengan *e-commerce*, sehingga Indonesia satu di antara bangsa berpengguna *e-commerce* tertinggi secara global.⁴

Salah satu aplikasi jual beli online yang lagi melejit ialah “*Shopee*”, aplikasi *e-commerce* yang memungkinkan perdagangan elektronik seperti jual beli, pemasaran barang dan jasa, dan transaksi *online*. Situs web dan aplikasi

³ Retno Ayuningrum – detik Finance dalam <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7020501/warga-ri-makin-doyan-belanja-online-penggunanya-tembus-196-juta. diakses 05 desember 2024>

⁴ *Ibid*, Retno Ayuningrum

Shopee memudahkan penjualan barang dan jasa secara online.⁵

Shopee ialah platform e-commerce milik SEA Group, sebuah lembaga usaha teknologi multinasional dibangun Forrest Li tahun 2009 silam dan berpusat di Singapura. Awalnya, SEA Group diketahui sebagai Garena dan berfokus pada pengembangan game online sebelum memperluas bisnisnya ke e-commerce dengan meluncurkan Shopee di Singapura tahun 2015. Shopee pertama kali hadir sebagai marketplace Consumer to Consumer (C2C), kemudian bertransformasi menjadi model hybrid yang menggabungkan C2C dengan Business to Consumer (B2C) setelah peluncuran Shopee Mall, sebuah platform *online* dari merek terkemuka. Saat ini, Chris Feng sebagai pimpinan Shopee ialah mantan eksekutif Rocket Internet yang dulunya mengetuai Zalora juga Lazada. Sejak peluncurannya, Shopee meluas di Asia Tenggara seperti Malaysia, Indonesia, Taiwan, Vietnam, Filipina, dan Thailand,. Pada tahun 2017, tercatat 80 juta unduhan aplikasi Shopee dengan melampaui empat juta penjual juga 180 juta produk. Platform tersebut juga terus berkembang dengan menambah layanan seperti ShopeeFood dan ShopeePay yang terintegrasi dengan layanan keuangan digital dari SEA Group.⁶

Sebuah bentuk diskon yang menarik perhatian banyak konsumen, di mana pembeli akan menerima kembali sebagian dari uang yang mereka keluarkan untuk melakukan pembelian. Persentase pengembalian ini

⁵ Qori Aliffiani Qori, et.all., Pengaruh E-commerce Shopee Terhadap Kepercayaan Konsumen, Volume 2 Nomor 4 (2023), *Karimah Tauhid*, Universitas Djuanda hal 930.

⁶ Asih, Endah Mustika. "Analisis Pada Shopee Sebagai E-Commerce Terpopuler Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika* 2.1 (2024): 73.

ditentukan oleh penyelenggara program cashback dan dapat bervariasi tergantung pada produk atau layanan yang dibeli. Dalam praktiknya, cashback memberikan insentif kepada pembeli untuk melakukan transaksi tertentu. Misalnya, jika seorang konsumen membeli produk seharga Rp100.000 dengan tawaran cashback sebesar 10%, maka ia akan mendapatkan pengembalian uang sebesar Rp10.000. Uang ini dapat langsung dipotong dari total pembelian berikutnya atau ditransfer ke rekening konsumen setelah memenuhi syarat tertentu. Program cashback ini telah menjadi strategi pemasaran yang populer, karena tidak hanya memberikan keuntungan finansial langsung kepada konsumen, tetapi juga mendorong mereka untuk tetap setia pada merek atau platform tertentu. Dengan cashback, pelanggan merasa dihargai dan termotivasi untuk berbelanja lebih banyak, karena semakin besar jumlah yang mereka belanjakan, semakin besar pula cashback yang mereka terima. Selain itu, cashback sering kali berbeda dengan diskon, karena dalam hal ini konsumen mendapatkan kembali sebagian dari uang yang telah mereka belanjakan, bukan potongan harga langsung pada saat pembelian.⁷

Namun demikian, praktik ini masih merupakan masalah hukum ekonomi syariah. Seringkali, syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan keuntungan *cashback* tidak disebutkan dalam *e-commerce*, yang mana tak seirama prinsip-prinsip legal ekonomi syariah dan bisa menimbulkan ketidakpastian bagi konsumen.

⁷ Kumar, A., & Reinartz, W. "Creating Enduring Customer Value." *Journal of Marketing*, 2016, 80(6), 36-68.

Beberapa masalah umum dengan diskon tanggal kembar, *cashback*, dan gratis ongkir meliputi:

1. Penipuan harga sebelum dan sesudah diskon tidak dijelaskan dengan transparan
2. Penipuan hadiah palsu
3. Kualitas barang yang tidak sesuai deskripsi

Berdasarkan uraian permasalahan diatas dalam progam diskon tanggal kembar, *cashback* dan gratis ongkir ini, penulis berminat mempelajari jugas memahami lebih dalam terkait mekanisme pemberian diskon tanggal kembar, *cashback* dan gratis ongkir apakah sudah sesuai dengan perspektif hukum ekonomi syariah . penulis akan meninjau transaksi marketplace shopee. Dari penjabaran sebelumnya, maka dirangkai skripsi ”Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Dalam Praktik Diskon Tanggal Kembar, Cashback Dan Gratis Ongkir Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus akun shopee @narysa batik trenggalek trenggalek)”

B. Fokus & Pertanyaan Penelitian

Di era digital ini, pola pemasaran melalui e-commerce menjadi salah satu pendekatan yang dominan dalam menarik minat konsumen. Salah satu bentuk strategi yang marak digunakan adalah pemberian diskon pada momen-momen tertentu seperti tanggal kembar (misalnya 11.11, 12.12), pemberian *cashback*, serta fasilitas gratis ongkir (ongkos kirim). Fenomena ini tidak hanya

dimanfaatkan oleh platform besar seperti Shopee, namun juga oleh para pengusaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjual produk dengan akun resmi, termasuk akun Shopee @narysa batik trenggalek trenggalek yang aktif dalam menerapkan strategi-strategi promosi tersebut untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk batik lokal. Praktik ini secara umum tampak menguntungkan dari sisi pemasaran, namun menimbulkan pertanyaan dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah, yakni apakah strategi pemasaran yang mengandung unsur potongan harga, pengembalian uang (cashback), dan subsidi biaya kirim tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan, kejelasan akad, dan larangan terhadap praktik gharar (ketidakjelasan) serta maysir (spekulasi) dalam Islam. Maka demikian, studi ini mengutamakan analisa secara mendalam bagaimana praktik diskon tanggal kembar, cashback, dan gratis ongkir diterapkan oleh akun Shopee @narysa batik trenggalek trenggalek juga bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariahnya. Berlandaskan latar belakang maka diajukan pertanyaan yakni:

1. Bagaimana praktik diskon tanggal kembar, cashback, dan gratis ongkir pada akun Shopee @narysa batik trenggalek trenggalek?
2. Bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap praktik diskon tanggal kembar, cashback, dan gratis ongkir pada akun shopee @narysa batik trenggalek trenggalek?

C. Tujuan Penelitian

1. Guna menahui bagaimana implementasi diskon tanggal kembar, *cashback* juga gratis ongkir di akun shopee @narysa batik trenggalek trenggalek

2. Guna menahui bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah pada implementasi diskon tanggal kembar, *cashback*, dan gratis ongkir pada akun shopee @narysa batik trenggalek trenggalek

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang didapati dari studi ini ialah:

1. Secara Teoritis :

Studi ini bisa memberikan kontribusi pada pengembangan dan pengalaman pada ketidakpastian, ketidakjelasan dan penipuan dalam suatu transaksi ini bisa menyebabkan kerugian bagi salah satu pihak dalam praktik diskon tanggal kembar, *cashback*, dan gratis ongkir pada marketplace shopee .ini dapat membantu dalam menjelaskan bagaimana penerapan konteks transaksinya.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Penulis

Memperluas wawasan terkait ketidakjelasan praktik diskon tanggal kembar, *cashback*, juga bebas ongkir di *marketplace shopee* dengan tinjauan hukum ekonomi syariah.

- b. Bagi Pengguna *Shopee*

Memberikan pemahaman yang lebih bagi pengguna *shopee* khususnya muslim terkait transaksi *online* yang dilakukan

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil studi harapannya bisa dimanfaatkan guna bahan rujukan studi selanjutnya yang mengkaji tema serupa dengan variabel berbeda.

E. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami penelitian "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Diskon Tanggal Kembar, Cashback Dan Gratis Ongkir Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus akun shopee @narysa batik trenggalek trenggalek)" maka maka rasanya dibutuhkan penegasan sebagaimana demikian:

1. Penegasan Konseptual

a) Jual beli online

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengungkap bahwasanya jual beli ialah mekanisme kesepakatan mengikat antara penjual sebagai pihak yang memberi produk juga pembeli sebagai pihak yang membayarkan nilai produk. Jual beli dalam fiqh diketahui sebagai al-bai' yakni kegiatan jual, ganti, juga tukar. Sementara merujuk pada mekanisme tukar barang dengan barang atau uang, ketika hak milik pihak tertentu dilepas lalu diterima pihak lain dengan kesepakatan bersama. merelakan.⁸ Sedangkan perdagangan elektronik, juga dikenal sebagai *e-commerce*, ialah proses transaksi produk dengan sarana elektronik, terutama internet. Istilah ini mencakup berbagai operasi bisnis yang melibatkan transaksi online, seperti memilih barang dan membayar dan mengirimkannya. *E-commerce* menghemat waktu dan biaya karena memungkinkan pelanggan dan bisnis berinteraksi tanpa harus bertemu secara langsung.⁹

⁸ Shobirin, (2016).

⁹ Y.L.R Rehatalanit ,*Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis*, Universitas Suryadarma Jakarta, hal 63.

b) Diskon

Diskon adalah metode pemasaran yang digunakan untuk menarik perhatian pelanggan dengan mengurangi harga produk tertentu. Diskon menghasilkan peningkatan penjualan, peluncuran produk baru, dan peningkatan loyalitas pelanggan. Kotler mengungkapkan bahwasanya diskon ialah penurunan langsung harga beli di periode tertentu.¹⁰ Tjiptono mengungkapkan bahwasanya diskon ialah potongan harga dari penjual pada pembeli sebagai penghargaan suatu tindakan yang memuaskan penjual.¹¹ Diskon *e-commerce* termasuk 1) diskon tanggal kembar, 2) *cashback* , dan 3) gratis ongkir.

c) Aplikasi *shopee*

Shopee ialah aplikasi e-commerce berfungsi sebagai marketplace untuk memudahkan transaksi online. Berdiri di tahun 2015 oleh Sea Limited, Shopee awalnya beroperasi sebagai platform consumer-to-consumer (C2C), tetapi kemudian bertransformasi menjadi hybrid yang mencakup business-to-consumer (B2C) melalui peluncuran Shopee Mall dengan tawaran produk bermerek terkemuka.¹²

d) Hukum Ekonomi Syariah

Seiring berkembangnya teknologi dan perubahan zaman, cara interaksi manusia dalam memenuhi kebutuhan pun turut berubah. Dahulu, sistem perdagangan dilakukan secara manual melalui barter yang mengharuskan penjual juga pembeli berhadapan di lokasi sama dengan transaksi (ijab dan

¹⁰ Kotler (2003)

¹¹ Tjiptono (2007)

¹² *Ibid*, Analisis Pada Shopee Sebagai E-Commerce Terpopuler Di Indonesia. hal 74.

qabul). Tetapi zaman sudah *modern*, kemajuan teknologi dan fasilitas digital memungkinkan proses jual beli dilakukan melalui *internet*. Berkenaan dengan hukum transaksi elektronik, dalam Islam ialah sah jika sebagaimana syarat.¹³

Untuk mencapai keadilan dan kesejahteraan, hukum ekonomi syariah mengacu pada peraturan yang mengatur perilaku ekonomi individu dan kelompok masyarakat. Hukum Ekonomi Syariah berasal dari ekonomi Islam melibatkan penerapan fiqih ekonomi. Untuk menjalankannya, hukum dibutuhkan guna menjaga hukum tertata juga menuntaskan konflik dalam hubungan ekonomi. Dalam situasi ini, hukum ekonomi syariah berfungsi guna meyakinkan bahwasanya seluruh transaksi ekonomi dilaksanakan seirama prinsip halal atau tidak mengandung unsur maysir (perjudian), gharār (ketidakpastian), atau riba.

2. Penegasan Operasional

Berlandaskan pemaparan sebelumnya maka secara operasional asrti dari “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Diskon Tanggal Kembar, *Cashback* Dan Gratis Ongkir Pada *marketplace shopee* (Studi Kasus akun shopee @narysabatik trenggalek)” adalah penelitian terkait praktik diskon tanggal kembar, *cashback* dan gratis ongkir dapat dikaji dengan hukum ekonomi syariah dan unsur-unsur yang harus dipenuhi agar praktik diskon sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah.

¹³ Nurul Afifah dan Nur Lailatul Musyafa'ah, Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online, *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, Volume 09, Nomor 01, Juni 2019 p-ISSN: 2088-4869/ e-ISSN: 2597-4351, UIN Sunan Ampel, Jl. A. Yani 117 Surabaya, Hal 120.

F. Sistematika Pembahasan

Guna memudahkan paham pada studi, penulis akan memerinci VI bab menjadi beberapa sub-bab. Adapun sistematika yang akan digunakan ialah:

1. Bagian awal skripsi

Bagian awal skripsi akan melingkupi halaman sampul depan, judul skripsi, persetujuan pembimbing, pengesahan, pernyataan orisinalitas, motto, juga persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, serta daftar lampiran.

2. Bagian Isi Skripsi

Bagian isi skripsi tersusun atas:

Bab I: Pendahuluan, Pada bab ini menjelaskan sejumlah keterangan latar belakang problematika yang hendak dianalisa pada skripsi. Rumusan masalah dirangkai dari sejumlah pertanyaan yang hendak ditelusuri jawabannya pada studi.

Tujuan akan menerangkan maksud dari harapan tercapainya studi. Menerangkan terkait kontribusi studi sehingga perlu dilangsungkan. Menjelaskan terkait penegasan istilah belum jelas guna mencegah kesalahpahaman pemahaman skripsi juga memberi batasan pembahasan.

Bab II: Kajian pustaka, bab ini melingkupi landasan teori terkait jual beli online, diskon, aplikasi shopee juga Hukum Ekonomi Syariah serta penelitian terdahulu yang terkait seperti praktik diskon tanggal kembar, *cashback* dan gratis ongkir yang ditinjau dari hukum ekonomi syariah

Bab III: Metode penelitian, yang melingkupi langkah studi pada skripsi,

peneliti memanfaatkan metode kualitatif. Dalam bab ini juga dijabarkan lokasi studi, kontribusi hadirnya peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, pengecekan keabsahan data serta tahap data.

Bab IV: Paparan hasil studi, tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik diskon tanggal kembar, *cashback* dan gratis ongkir pada *marketplace shopee* disajikan

Bab V: Pembahasan, yang berisi tentang praktik diskon tanggal kembar, *cashback* dan gratis ongkir pada akun *shopee* narysa batik trenggalek, tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik diskon tanggal kembar, *cashback* dan gratis ongkir serta unsur-unsur gharar dalam praktik diskon tanggal kembar, *cashback* dan gratis ongkir.

Bab VI: Penutup, melingkupi kesimpulan capaian studi juga saran bagi peneliti selanjutnya yang berminat melakukan riset di ranah serupa.