

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan dunia bisnis saat ini *e-commerce* merupakan suatu kebutuhan untuk meningkatkan serta memenangkan persaingan bisnis dan penjualan produk. Pada proses penggunaan *e-commerce* kegiatan jual beli maupun pemasaran lebih efisien dimana pengguna *e-commerce* tersebut akan memperlihatkan adanya kemudahan bertransaksi, pengurangan biaya dan mempercepat proses transaksi.¹ Selain harga yang jauh lebih murah dibandingkan toko *offline* kemudahan yang diberikan oleh *e-commerce* tersebut adanya free ongkir yang diberikan serta fitur-fitur yang menarik.² Diantara *e-commerce* yang saat ini sedang anyak digandrungi oleh para milenial adalah *e-commerce shopback*, *shopback* adalah aplikasi pemberi *cashback* yang dapat digunakan untuk belanja *online* diberbagai *e-commers*.³

Shopback sudah berafiliasi secara resmi dengan lebih dari seluruh dunia termasuk Indonesia, seperti raksasa ritel *online Lazada, Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan sebagainya*.⁴ Kelebihan belanja *online* melalui *Shopback* adalah *Shopback* selalu memberikan komisi *cashback* kepada setiap pembeli

¹ Shabur Miftah Maulana, Heru Susilo, Riyadi, "Implementasi E-commerce Sebagai Media Penjualan Online", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 29 No. 1 (Desember, 2015), 2.

² Perani Rosyani, Devi Yunita, Intan Kumala Sari, Muhammad Rosdiana, Koirunnisya, "Pemanfaatan Aplikasi Cashback Dalam Berbagai Belanja Online", *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, Vol.4 No. 1 (2020), 31.

³ Tokopedia "Cashback: Definisi", <https://kamus.tokopedia.com/c/cashback/>, diakses pada tanggal 1 Desember 2020.

⁴ Fransiscus Amonio Halawa, "Peluang Bisnis Online Situs Voucher Diskon", *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, Vol 2 No. 2 (2018), 106.

yang berbelanja di *e-commerce* melalui aplikasi *Shopback*, *cashback* yang diperoleh nanti akan ditambah ke akun *Shopback* kita dalam waktu 2-14 hari setelah *Shopback* menerima informasi dari *merchant* yang terkait tentang pembelanjaan kita.⁵

Dalam aplikasi *Shopback* terdapat salah satu fitur yang bernama “Ajak Teman”, fitur ajak teman adalah sejenis bonus *cashback* yang diberikan oleh aplikasi *Shopback* dengan cara membagikan kode referral kepada teman untuk mendaftar sebagai pengguna baru dengan bertransaksi minimal Rp. 50.000 menggunakan aplikasi *Shopback*.⁶ Dalam aplikasi *online Shopback* perusahaan memberikan ketentuan dalam aplikasi tersebut bahwa yang bisa mengajak teman dengan menyebarkan link ajakan teman dan yang diajak akan mendapatkan bonus *cashback* sebesar Rp. 12.500.⁷

Menurut hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap salah satu pengguna fitur “Ajak Teman” di aplikasi *Shopback* yaitu saudara Subkhan Khanafi yang menjelaskan bahwa; awal mula mengetahui dan menggunakan aplikasi *Shopback* berasal dari temanya yang memberikan kode referalnya melalui pesan whatsapp. Awalnya dia tidak tertarik dengan aplikasi tersebut, karena menurutnya lebih mudah langsung belanja di *market place Shopee*, atau *Lazada* dari pada harus lewat aplikasi *Shopback* dahulu. Dan setelah

⁵ Miss Ephifany, “Belanja Online Cerdas & Super Menguntungkan di Shopee Lewat Shopback”, <http://missephifany.blogspot.com/2018/02/pengalaman-belanja-di-shopee-melalui-shopback-cashback-shopback.html?m=1>, diakses pada tanggal 10 Januari 2021.

⁶ Shopback Indonesia “Ajak Teman: Definisi”, <https://www.shopback.co.id/katashopback/-menggunakan-shopback>, diakses pada tanggal 27 November 2021.

⁷ Ainatur Ropi’ah, Mohamas Ali Hisyam, “Perolehan Cashback Menggunakan Layanan Shopback Dalam Prespektif Fikih Muamalah”, *Jurnal Sarjana Hukum Bisnis Islam*, Vol 1 No. 1 (Juli, 2020), 12.

dijelaskan mengenai apa itu fitur “Ajak Teman” di aplikasi *Shopback* dan keuntungannya menggunakan fitur aplikasi tersebut mulai tertarik dan ingin mencobanya. Sebab jika bergabung dan mendownload dengan kode referral yang diberikan, akan mendapatkan bonus *cashback* sebesar Rp. 12.500 ribu rupiah. Hanafi pikir bonus *cashback* yang masuk akan langsung dapat digunakan dan pada kenyataannya bonus *cashback* tersebut tidak bisa langsung digunakan. Menurutnya fitur “Ajak Teman” tersebut hanyalah media promosi dan rekayasa pemasaran agar banyak orang yang menggunakan aplikasi tersebut.⁸

Menurut Country Manager dan *Co-founder Shopback* Indonesia yaitu saudara Yonathan Indra,, *cashback* dapat membuat konsumen untuk belanja lebih cermat dan hemat karena mereka dapat menabung sekaligus berbelanja dalam waktu bersamaan. Adanya *cashback* sekaligus mengedukasi konsumen untuk mengalokasikan pengeluaran secara bijaksana, serta tanpa konsumen sadari telah mengalokasikan uangnya dalam tabungan setiap kali berbelanja dengan menggunakan *cashback*.⁹

Dalam hukum Islam pada prinsipnya segala bentuk kegiatan muamalah adalah mubah, kecuali ada larangan yang telah ditentukan dalam al-Qur'an dan sunnah rasul, asalkan tidak karena paksaan atau hanya untuk memenuhi

⁸ Subkhan Khanafi, *hasil wawancara*, Payaman 15 Januari 2021.

⁹ Zulfatul Maula, Erin Ratna Kustanti, “Hubungan Antara Psychological Well-Being Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Pengguna Go-Pay Yang Menggunakan Promo Cashback Di SMA Negri 2 Semarang”, *Jurnal Empati*, Volume 8 No. 3 (Januari, 2020), 9.

keuntungan pribadi, maka kegiatan muamalah diperbolehkan selama kegiatan itu bisa mendatangkan kemanfaatan dan dapat kemudharatan.¹⁰

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik mengetahui lebih lanjut tentang fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapatkan bonus *cashback* diaplikasi *Shopback* dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah, apakah bertentangan atau sudah sesuai dengan hukum Islam. Dari permasalahan inilah penulis mengambil judul skripsi: **Analisi Fitur “Ajak Teman” Sebagai Upaya Mendapat Reward Bonus Cashback Di Aplikasi Shopback Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.**

B. Definisi Operasional

Untuk mengetahui dan memahami konsep yang dimaksud oleh penulis serta untuk menghindari kesalahan pahaman oleh pembaca penelitian ini, maka penulis perlu memberikan definisi satu-persatu terhadap istilah-istilah dalam judul penelitian ini sebagai berikut:

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkara, dan sebagainya).¹¹
2. Fitur adalah karakteristik khusus yang terdapat pada suatu alat (televise, ponsel, dan sebagainya).¹²

¹⁰ Abdul Wahab Khalaf, *Ilmu Ushul Fiqh*, (Bandung: Gema Risalah Pers, 1996), 356.

¹¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Analisis, Definisi”, (<http://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/Analisis>), diakses pada tanggal 20 November 2020.

¹² Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Fitur, Definisi”, (<http://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/fitur>), diakses pada tanggal 20 November 2020.

3. Ajak Teman adalah sejenis bonus yang yang diberikan oleh aplikasi *Shopback* dengan cara membagikan kode referralmu kepada teman untuk mendaftar dan bertransaksi menggunakan aplikasi *shopback*.¹³
4. *Reward* atau penghargaan adalah suatu bentuk penghargaan atau imbalan balas jasa yang diberikan kepada seseorang atau kelompok karena telah berperilaku baik, melakukan suatu keunggulan atau prestasi, memberikan ;suatu sumbangsih, atau berhasil melaksanakan tugas yang diberikan sesuai taerget yang ditetapkan. Istilah reward berasal dari bahasa Inggris yang artinya hadiah, penghargaan atau imbalan.¹⁴
5. Bonus adalah upah tambahan di luar gaji atau upah sebagai hadiah atau perangsang; gaji, upah ekstra yang dibayarkan kepada karyawan, gratifikasi, insentif.¹⁵
6. *Cashback* adalah hadiah uang tunai atau bisa berupa poin yang diberikan oleh suatu perusahaan setelah seseorang melakukan pembelian barang atau jasa diperusahaan tersebut.¹⁶
7. *Shopback* adalah aplikasi pemberi *cashback* yang dapat digunakan untuk belanja *online* diberbagai *e-commers*.¹⁷

¹³ Shopback Indonesia “Ajak Teman: Definisi”, <https://www.shopback.co.id/katashopback/-menggunakan-shopback>, diakses pada tanggal 27 November 2020.

¹⁴ Muchlisin Riadi, “Reward: Definisi”, <https://www.kajianpustaka.com/2020/04/reward-atau-penghargaan-pengertian-tujuan-dan-syarat.html?=&=1>, di akses pada tanggal 1 Desember 2020.

¹⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Bonus, Definisi”, <https://jagokata.com/arti-kata/bonus.html>, diakses pada tanggal 1 Desember 2020.

¹⁶ Tokopedia “Cashback: Definisi”, <https://kamus.tokopedia.com/c/cashback/>, diakses pada tanggal 1 Desember 2020.

¹⁷ Shopback Indonesia “Shopback: Definisi”, <https://www.shopback.co.id/katashopback/-menggunakan-shopback>, diakses pada tanggal 27 November 2020.

8. Hukum Ekonomi Syariah adalah hukum yang mengatur hubungan manusia dengan sesama manusia berupa perjanjian atau kontrak, berkaitan dengan hubungan manusia dengan objek atau benda-benda ekonomi dan berkaitan dengan ketentuan hukum terhadap benda-benda yang menjadi objek kegiatan ekonomi.¹⁸

C. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

- a. Disinyalir ada unsur rekayasa pemasaran oleh aplikasi *Shopback* terhadap para pelaku konsumen.
- b. *Reward* yang diperoleh itu secara logis susah untuk dibenarkan, karena orang yang mengajak ini mendapatkan uang secara cuma-cuma dari pihak *Shopback*, padahal yang menjual itu bukan market place *Shopback* tetapi market place yang lain seperti *Lazada*, *Shopee*, *Tokopedia* dll.
- c. Ada indikasi unsur penipuan setelah berlangsung lama.

2. Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak melebar maka penulis membatasi masalah dengan fokus pada Analisis Fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapat *reward* bonus *cashback* di aplikasi *Shopback* Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

¹⁸ Arifin Hamid, *Membumikan Ekonomi Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Pramuda Jakarta, 2008), 73.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik Fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapat *reward bonus cashback* di aplikasi *Shopback*?
2. Bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapatkan bonus *Cashback* di aplikasi *Shopback*?

E. Manfaat Penelitian

1. Untuk mengetahui praktik fitur “Ajak Teman” supaya mendapat *reward bonus cashback* di aplikasi *Shopback*.
2. Untuk mengetahui tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapatkan bonus *cashback* di aplikasi *Shopback*.

F. Manfaat atau Kegunaan Penelitian

1. Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam arti memperkuat dan menyempurnakan teori yang sudah ada terutama dalam bidang ilmu hukum ekonomi syariah yang berkaitan dengan transaksi jual beli *online* pada suatu aplikasi *e-commers* khususnya tentang fitur “Ajak Teman” untuk mendapatkan bonus *cashback* di aplikasi *Shopback*.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penerapan suatu ilmu terutama pada ilmu Hukum Ekonomi Syariah di lapangan atau di masyarakat, meliputi:

a. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini mampu menambah wawasan bagi para mahasiswa dan para pencari ilmu, sekaligus sumbangan pemikiran untuk menjawab persoalan-persoalan yang berkaitan dengan transaksi jual beli *online* pada suatu aplikasi *e-commers* khususnya tentang fitur “Ajak Teman” untuk mendapatkan bonus *cashback* di aplikasi *Shopback*.

b. Bagi Pelaku Bisnis

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya terutama dalam transaksi jual beli *online* di aplikasi *Shopback* yang sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat terkait transaksi jual beli *online* di aplikasi *Shopback* yang sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah

G. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi Hafilah Nindya Pangesti dengan judul “Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapat *Cashback* di *Tokopedia* Purwokerto Prespektif Hukum

Bisnis Islam. Skripsi ini telah diujikan pada tahun 2019 program studi Hukum Ekonomi Syariah fakultas Syariah Universitas Institut Agama Islam Negri Purwokerto.¹⁹ Dalam karya ilmiah ini hasil analisis data penelitian praktik jual beli rekayasa untuk mendapatkan *cashback* di *Tokopedia* Purwokerto sama dengan transaksi pada umumnya, dengan cara pembeli membuka profil memilih produk yang akan dibeli. Setelah itu klik halaman beli selanjutnya klik halaman pengiriman dan pilih metode pembayaran. Namun dalam praktik transaksi jual beli ini hanya direkayasa oleh penjual dan pembeli agar mendapat *cashback*. Penjual berpura-mengirimkan barang dan pembeli berpura-pura membayar, saat transaksi selesai *cashback* otomatis didapat oleh pembeli. Praktik jual beli rekayasa untuk mendapatkan *cashback* di *Tokopedia* Purwokerto tidak sesuai dengan ketentuan Hukum Ekonomi Syariah. *Tokopedia* Purwokerto dalam memberikan *cashback* untuk pembeli memberikan manfaat yang sangat positif dan jelas untuk kedua belah pihak karena bagi pembeli *cashback* bisa digunakan untuk transaksi selanjutnya dan bagi *Tokopedia* *cashback* merupakan upaya promosi untuk meningkatkan jumlah pengguna agar rating menjadi naik. Pemberian *cashback* ini bebas dari unsur judi, di mana *cashback* diberikan kepada pembeli sesuai transaksi yang telah dilakukan. Namun dalam praktiknya masih banyak pengguna yang melakukan kecurangan dengan merekayasa transaksi jual beli online di *Tokopedia* Purwokerto, hal ini tidak sesuai dengan akad jual beli, yang

¹⁹ Hafilah Nindya Pangesti “Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapat Cashback di Tokopedia Purwokerto Prespektif Hukum Bisnis Islam” (Skripsi--Universitas Institut Agama Islam Negri Purwokerto, 2019).

mana objek barang tidak sesuai dengan akad jual beli, yang mana objek barang yang dijual belikan tidak ada dan hanya rekayasa. Jadi akad jual beli tersebut menjadi rusak karena objek yang diperjual belikan tidak ada.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang *market place* yang memberikan *reward cashback* pada pelaku konsumen. Sedangkan perbedaan dari keduanya adalah; kalau peneliti terdahulu membahas tentang praktik jual beli rekayasa untuk mendapat *cashback* di *Tokopedia* Purwokerto Prespektif Hukum Bisnis Islam, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti fokus pada fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapat *reward* bonus *cashback* di aplikasi *shopback* Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

2. Skripsi Fauziah Kumalaningtyas dengan judul “Analisis Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 Terhadap Jual Beli Dengan Cashback Menggunakan Ovo Cash di Merchant Rekanan Ovo Surabaya”. Skripsi ini telah diujikan pada tahun 2019 program studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Ampel.²⁰ Dalam karya ilmiah ini praktik jual beli menggunakan *OVO Cash* di *merchant* rekanan *OVO* kota Surabaya layaknya jual beli pada umumnya, yaitu adanya *merchant* selaku penjual dan konsumen sebagai pembeli, serta *OVO* selaku rekan *merchant* dan pihak pemberi *Cashback*.

Mekanisme terjadi ketika konsumen yang telah mempunyai akun *OVO*

²⁰ Fauziah Kumalaningtyas “Analisis Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 Terhadap Jual Beli Dengan Cashback Menggunakan Ovo Cash di Merchant Rekanan Ovo Surabaya” (Skripsi--Universitas Islam Negri Ampel,2019).

dan mempunyai saldo berupa *OVO Cash* membutuhkan menu tertentu di *merchant* rekanan *OVO* di Kota Surabaya khususnya di Royal Plaza. Dengan memenuhi syarat dan ketentuan yang telah diberikan *OVO* sebagai penyelenggara *cashback*, konsumen akan mendapat *Cashback* berupa *OVO Poin* dengan minimum transaksi Rp. 10.000 dan maksimum *cashback* adalah 30.000 hingga 60.000 *OVO Poin*. Poin bias digunakan berbelanja kembali dengan nilai 1 poin = Rp. 1. Namun dalam praktiknya, ada beberapa konsumen yang tidak memperoleh *cashback* yang dijanjikan berdasarkan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak penyelenggara *cashback* yaitu *OVO*. Meskipun tidak semua konsumen mengalami hal serupa. Praktik jual beli menggunakan *OVO* di *merchant* rekanan *OVO* Kota Surabaya telah sesuai dengan syarat dan ketentuan jual beli yang berlaku berdasarkan Syariat Islam. *Cashback* jual beli tersebut diperkenankan sebagai pemberian dalam marketing. Namun Islam melarang semua pelaku usaha yang tidak memenuhi janjinya ketika melakukan kegiatan ekonomi. Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 Pasal 8 huruf (f) tentang Perlindungan Konsumen terhadap praktik jual beli menggunakan *OVO* di *merchant* rekanan *OVO* Kota Surabaya, tidak sesuai dengan kewajiban pelaku usaha yang melarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa karena tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Hak konsumen juga tidak terpenuhi karena pembeli tidak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang sebuah aplikasi yang memberikan *cashback* dengan cara melakukan transaksi pada aplikasi tersebut sesuai dengan peraturan yang telah ditentukan. Sedangkan perbedaan dari keduanya adalah; kalau peneliti terdahulu fokus terhadap jual beli dengan *cashback* menggunakan *OVO* cash di *merchant* rekanan *OVO* Surabaya menurut Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti fokus pada fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapat *reward* bonus *cashback* di aplikasi *shopback* Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

3. Skripsi Khoirul Warisin dengan judul “Analisis Instalasi Android Pengumpul Poin Berhadiah “*Chastree*” Menurut Hukum Bisnis Islam”. Skripsi ini telah diujikan pada tahun 2018 program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Sunan Giri Bojonegoro.²¹ Dalam karya ilmiah ini hasil analisis terkait instalasi aplikasi android pengumpul poin berhadiah “*Cashtree*” dapat diambil kesimpulan sebagai mekanisme instalasi aplikasi android pengumpul poin berhadiah “*cashtree*” dari segi aktivitas dibagi dalam tiga pihak yaitu: pihak pengguna aplikasi *cashtree*, pihak pengiklan (toko *online*, situs web/blog, para pengembang aplikasi untuk didownload (*game*), para *youtuber*, iklan instalasi, dan lain sebagainya. Pihak ketiga, *cashtree* sebagai penampung penyedia iklan. Cara untuk mendapatkan beragam hadiah dari aplikasi

²¹ Khoirul Warisin “Analisis Instalasi Android Pengumpul Poin Berhadiah “*Chastree*” Menurut Hukum Bisnis Islam” (Skripsi—Institut Agama Islam Sunan Giri Bojonegoro, 2019).

cashtree, adalah dengan menginstalasi aplikasi yang disarankan, membuka kunci layar HP android (*Lockscreen*), mengunjungi atau membaca artikel, cek kehadiran (*daily stamp event*), *Flash Cash Event*, tebak O/X instal aplikasi via spesial *offer*, event undang teman (*Invite Friend Event*). Ditinjau dari teori *ijārah*, baik rukun dan syaratnya sudah sesuai dengan hukum bisnis Islam. Pada praktik pertama yaitu pihak *cashtree* dengan pihak pengiklan termasuk salah satu pengimplementasian teori *ijārah*. Selanjutnya ditinjau dari teori *ju'alah* pada praktik kedua yaitu pihak *cashtree* dengan pihak pengguna juga sudah sesuai dengan hukum bisnis Islam, tetapi dalam hal ini dari segi jangka waktu sebaiknya diperjelas lagi, agar pengguna bias lebih cepat mendapatkan hadiah dengan menukarkan poin yang sudah terkumpul.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang sebuah aplikasi yang memberikan *cashback* atau poin berhadiah. Sedangkan perbedaan dari keduanya adalah; kalau peneliti terdahulu fokus terhadap analisis instalasi android pengumpul poin berhadiah "*cashtree*" menurut hukum bisnis Islam, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti fokus pada fitur "Ajak Teman" sebagai upaya mendapat *reward* bonus *cashback* di aplikasi *shopback* Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

H. Kerangka Teori

Berdasarkan penelitian analisis fitur “ajak teman” sebagai upaya mendapat *reward* bonus *cashback* di aplikasi *shopback* Perspektif Hukum Ekonomi Syariah, kerangka teori yang digunakan adalah:

1. Teori *Ju'alah*

a. Definisi

Akad *ju'alah* secara bahasa dapat diartikan sebagai sesuatu yang disiapkan untuk diberikan kepada seseorang yang berhasil melakukan perbuatan tertentu, atau juga diartikan sebagai sesuatu yang diberikan kepada seseorang karena telah melakukan pekerjaan tertentu. Dan menurut para ahli hukum, akad *ju'alah* dapat dinamakan janji memberikan hadiah (bonus, komisi atau upah tertentu), maka *ju'alah* adalah akad atau komitmen dengan kehendak satu pihak. Sedangkan menurut syara', akad *ju'alah* adalah komitmen memberikan imbalan yang jelas atau suatu pekerjaan tertentu atau tidak tertentu yang sulit diketahui.²²

b. Landasan Hukum

قَالُوا نَفَقْدُ صُوعَ الْمَلِكِ وَلَمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

Artinya: Penyeru-penyeru itu berkata: “Kami kehilangan piala raja dan siapa saja yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) badan unta, dan aku menjamin terhadapnya”. (Q.S Yusuf (12):72).²³

²² Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, jilid 5, (Jakarta: Gema Insani, 2011), 432.

²³ *Software Digital al-Qur'an in Word*, Departemen Agama RI, al-Qur'an dan Terjemahnya.

Berdasarkan dari ayat al-Qur'an tersebut menjelaskan bahwa Allah membolehkan memberikan upah kepada orang lain yang telah berjasa menemukan barang yang hilang. Ar-ramli dalam Abdul Aziz Muhammad Azam menilai bahwa ayat ini sebagai *isti'nās* (pembangkit semangat) dan bukan *istidlāl* (bentuk pembuktian).

Dalam praktik akad *ju'ālah* ini yang menjadi *jā'il* atau orang yang memberikan upah adalah pihak *Shopback*, *maj'ūl lah* atau orang yang diberikan upah adalah anggota yang menggunakan fitur "Ajak Teman" di aplikasi *Shopback*, *'amal* atau pekerjaannya adalah anggota mencari teman untuk diajak bergabung dan mengikuti fitur "Ajak Teman" di aplikasi *Shoback*, *iwāḍ* atau bonus yang berupa *reward* bonus *cashback* yang diberikan oleh *Shopback* kepada anggota yang telah mengajak teman untuk bergabung dalam aplikasi *Shopback*, *ṣīghat* (ijab dan kabul) yang melakukannya ijab adalah pihak *Shopback*, dan yang melakukan kabul adalah anggota yang menggunakan fitur "Ajak Teman" di aplikasi *Shopback*.

I. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penulisan skripsi ini, penulis akan menggunakan suatu metode kualitatif yaitu tata cara penelitian dengan

menggunakan pengamatan atau wawancara.²⁴ Untuk memperoleh data-data tertentu sebagai suatu cara pendekatan ilmiah agar diperoleh suatu hasil yang valid, sehingga dapat dipertanggung jawabkan. Metode penelitian skripsi ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*).²⁵ studi lapangan dilakukan guna mencari validitas data yang berkaitan dengan permasalahan fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapatkan *reward* bonus *cashback* di aplikasi *Shopback*.

2. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitik, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta terhadap apa yang terjadi saat ini.²⁶ Jadi dalam penelitian ini, penulis akan menggambarkan bagaimana mekanisme fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapat *reward cashback* di aplikasi *shopback*, kemudian dianalisis dari sudut pandang Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini yang dibutuhkan adalah data tentang fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapat *reward* bonus *cashback* di aplikasi *Shopback*. Adapun sumber data yang dibutuhkan adalah:

²⁴ Lexy J. Moleong, *metodologi penelitian kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2009), 11.

²⁵ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1995), 28.

²⁶ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, 26.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data utama yang dijadikan bahan rujukan dalam penelitian untuk menganalisa pokok permasalahan. Dalam hal ini data primernya adalah hasil penelitian baik observasi maupun wawancara yang meliputi wawancara dengan *customer service Shopback* dan pengguna aplikasi *shopback*, yaitu yang mengajak dan yang diajak untuk bergabung di aplikasi *Shopback*.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber-sumber data yang menjadi rujukan (penunjang) dan melengkapi suatu analisa, seperti: laporan-laporan peneliti terdahulu, buku-buku tentang fiqh muamalah, ushul fiqh, surat kabar berupa karya ilmiah seperti bahan pustaka, jurnal dan lain sebagainya serta bahan lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu upaya-upaya pengumpulan data-data yang relevan dengan kajian penelitian, yang diperoleh dengan cara:

- a. Observasi, yaitu peneliti melakukan pengamatan secara intensif terhadap objek yang diteliti yaitu fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapat *reward* bonus *cashback* di aplikasi *Shopback*. Melakukan

- b. pencatatan secara sistemik terhadap hal-hal yang berkaitan dengan penelitian tersebut.²⁷
 - c. Wawancara, yaitu peneliti melakukan wawancara sebagai penguat argument yang peneliti peroleh dari pengamatan yang telah dilakukan.
 - d. Dokumentasi, metode pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip beberapa buku-buku kaitannya dengan pendapat, teori dalil atau hukum dan lain sebagainya yang memiliki hubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini.²⁸
- Dalam penelitian ini metode dokumentasi sangat penting kaitanya dengan berbagai data yang diperoleh dari dokumtasi penelitian-penelitian sebelumnya dan peraturan-peraturan yang terdapat dari berbagai sumber, baik yang dibukukan ataupun tidak.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah data yang berhasil dikumpulkan, selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu dengan pola pikir induktif. Metode deskriptif yaitu untuk menggambarkan atau menjelaskan data yang terkait atau yang berhubungan dengan praktiknya. Teknik induktif, yaitu dengan cara mengambil sumber data yang bersifat khusus yaitu dari hasil penelitian tentang tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap fitur “Ajak Teman”

²⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1988), 14.

²⁸ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research 2*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1983), 136.

sebagai upaya mendapat *reward* bonus *cashback* di aplikasi *Shopback*, kemudian dianalisis menurut kajian perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

6. Teknik Penulisan Data

Adapun teknik penulisan data yang digunakan adalah berpedoman pada buku pedoman penulisan skripsi yang dikeluarkan oleh Fakultas Syariah Institut Agama Islam Sunan Giri Bojonegoro pada tahun 2020.

J. Sistematika Pembahasan

Agar lebih terarah demi tercapainya tujuan pada pembahasan skripsi ini, maka penulis membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab, yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang merupakan penjelasan dari bab tersebut. Adapun sistematika pembahasannya sebagai berikut:

Bab *pertama* merupakan pendahuluan yang akan menjelaskan unsur-unsur peneliti yaitu: Latar belakang masalah, definisi operasional, identifikasi dan bahasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan,

Bab *kedua* membahas tentang landasan teori *ju'alah* yang terdiri dari pengertian *ju'alah*, landasan hukum, rukun dan syarat *ju'alah* dan berakhirnya akad *ju'alah*.

Bab *ketiga* membahas tentang gambaran umum aplikasi *Shopback*, deskripsi lapangan tentang fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapat

reward bonus *cashback* di aplikasi *Shopback* dan praktik fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapat *reward* bonus *cashback* di aplikasi *Shopback*.

Bab *keempat* membahas tentang temuan dan analisis, yaitu temuan dari praktik fitur “Ajak Teman” sebagai upaya mendapat *reward* bonus *cashback* di aplikasi *Shopback* kemudian analisis Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

Bab *kelima* merupakan penutup, yang meliputi: Kesimpulan, saran dan rekomendasi.

