

**ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP *VOUCHER* GRATIS
ONGKIR DI SHOPEE**

SKRIPSI

Oleh

Sukma Arsyia Hidayah

NIM C72218101



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Syariah Dan Hukum

Jurusan Hukum Perdata Islam

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Surabaya

2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sukma Arsyia Hidayah
NIM : C72218101
Fakultas/Prodi : Syariah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Alamat : Dsn. Pesulor RT. 09/RW. 03 Ds. Pesudukuh
Kec. Bagor Kab. Nganjuk
Nomor HP : 087842994586/081805307459
Judul Skripsi : Analisis Hukum Islam Terhadap *Voucher* Gratis Ongkir di
Shopee

Dengan ini menyatakan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 14 September 2022

Saya yang menyatakan,

Sukma Arsyia Hidayah
NIM. C72218101

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Sukma Arsyia Hidayah NIM. C72218101 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 14 September 2022

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'S' followed by a horizontal line and a vertical line extending downwards.

Dr. Sanuri M. Fil. I
NIP. 197601212007101001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Sukma Arsyia Hidayah NIM. C72218101 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Kamis, 27 Oktober 2022, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Hukum Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqosah Skripsi:

Penguji I,



Dr. Santuri M. Fil. I
NIP. 197601212007101001

Penguji II,



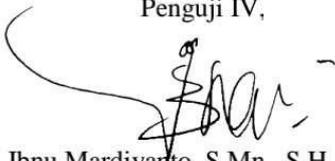
Dr. Nurhayati, M. Ag
NIP. 196806271992032001

Penguji III,



Muh. Sholihuddin, MHI
NIP. 197707252008011009

Penguji IV,



Ibnu Mardiyanto, S.Mn., S.H., M.H
NIP. 198703152020121009

Surabaya, 01 November 2022

Mengesahkan,

Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Dekan,



Dr. Hj. Suqiyah Musafahah, M. Ag
NIP. 196303271999032001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : SUKMA ARSYIA HIDAYAH
NIM : C72218101
Fakultas/Jurusan : SYARIAH DAN HUKUM/HUKUM EKONOMI SYARIAH
E-mail address : sukmaarsyia730@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP *VOUCHER* GRATIS ONGKIR DI SHOPEE

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 04 November 2022

Penulis



(SUKMA ARSYIA HIDAYAH)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Analisis Hukum Islam terhadap *Voucher* Gratis Ongkir di Shopee” adalah hasil dari penelitian yang dilaksanakan untuk menjawab pertanyaan mengenai bagaimana mekanisme praktik penggunaan voucher gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay di Shopee dan bagaimana analisis hukum Islam terhadap praktik penggunaan voucher gratis ongkir dengan menggunakan sistem ShopeePay di Shopee.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kualitatif, dimana data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan metode deskriptif analisis, yaitu mengolah data menjadi susunan deskriptif sebagaimana fakta pada aplikasi Shopee. Kemudian kesimpulan diambil dengan menggunakan pola pikir induktif dengan menjabarkan secara umum ketentuan mengenai praktik penggunaan voucher gratis ongkir menggunakan ShopeePay dalam hukum Islam berdasarkan akad hadiah dan *ju'ālah*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa, pada praktik penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay merupakan praktik yang telah sesuai dalam hukum Islam dan diperbolehkan penggunaannya. Berdasar pada analisis terhadap akad perjanjian pada *voucher* gratis ongkir dengan ShopeePay dalam hukum Islam dilakukan berdasarkan 2 (dua) akad yaitu hadiah dan akad *ju'ālah*. Penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan ShopeePay hukum Islam karena telah memenuhi rukun dan syarat dari kedua akad tersebut, maka dianggap sah dan diperbolehkan. Adanya *voucher* gratis ongkir dan ShopeePay adalah kemudahan serta keringanan yang diberikan Shopee dalam melakukan pembayaran secara cepat saat melakukan transaksi pembelian.

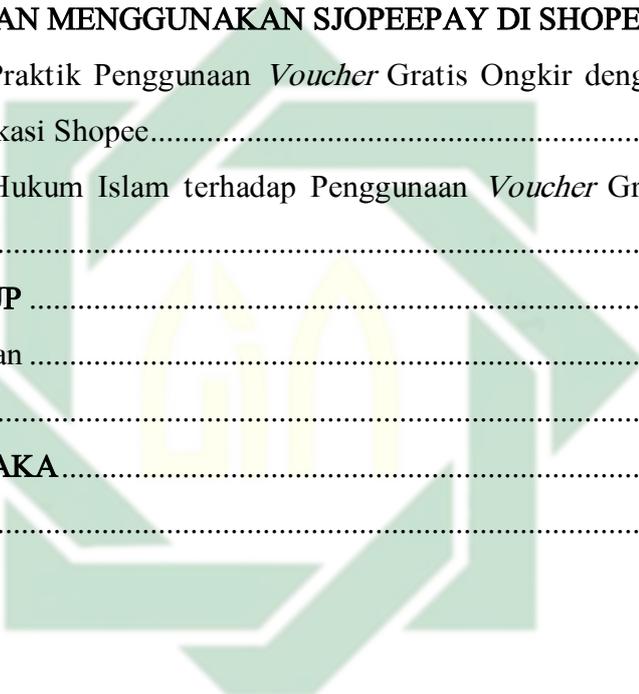
Berdasarkan hasil penelitian, disarankan untuk pengguna Shopee yang menggunakan *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay sebaiknya tidak mempengaruhi perilaku dalam berbelanja secara online dan harus menyesuaikan kebutuhan yang diperlukan. Sebagai seorang muslim dalam melakukan kegiatan muamalah harus mempelajari dan mengerti ketentuan dalam syariat Islam untuk menghindari kemudharatan terjadi. Kemudian untuk pihak Shopee sendiri dapat mengkonsultasikan terkait layanan penggunaan ShopeePay kepada MUI dalam menganalisis sesuai hukum Islam, agar tidak menimbulkan perbedaan pendapat terhadap penggunaan voucher gratis ongkir menggunakan ShopeePay tersebut.

Keyword: *Voucher* Gratis Ongkir, *Ju'ālah*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR TRANSLITERASI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Kajian Pustaka	9
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Kegunaan hasil Penelitian	11
G. Definisi Operasional	12
H. Metode Penelitian.....	13
I. Sistematika Pembahasan	18
BAB II STRATEGI <i>MARKETPLACE</i> DALAM MENARIK MINAT	
PENGGUNA DAN KONSEP TENTANG AKAD <i>JU'ĀLAH</i> DAN HADIAH..	20
A. Strategi <i>Marketplace</i> dalam Menarik Minat Penggunanya	20
B. Konsep Akad <i>Ju'ālah</i>	33
C. Konsep Hadiah.....	40
BAB III GAMBARAN UMUM SHOPEE DAN MEKANISME PENGGUNAAN	
<i>VOUCHER</i> GRATIS ONGKIR DI SHOPEE.....	47
A. Gambaran Umum Aplikasi Shopee	47
B. Fitur-Fitur Shopee	48

C. Layanan dan Inovasi di Shopee untuk Menunjang Pengalaman Berbelanja Online.....	56
D. Prosedur Membuat Akun Baru di Shopee	57
E. Mekanisme Penggunaan <i>Voucher</i> Gratis Ongkir dengan Menggunakan ShopeePay.....	60
BAB IV ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP <i>VOUCHER</i> GRATIS ONGKIR DENGAN MENGGUNAKAN SHOPEEPAY DI SHOPEE.....	68
A. Analisis Praktik Penggunaan <i>Voucher</i> Gratis Ongkir dengan ShopeePay pada Aplikasi Shopee.....	68
B. Analisis Hukum Islam terhadap Penggunaan <i>Voucher</i> Gratis Ongkir di Shopee.....	74
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	99



 UIN SUNAN AMPEL
 S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Aplikasi Shopee pada AppStore	57
Gambar 1.2 Halaman Utama Shopee	57
Gambar 1.3 Menu Daftar dan Log in Shopee.....	58
Gambar 1.4 Halaman Akun Shopee.....	58
Gambar 2.1 Halaman Autentifikasi Sidik Jari Shopee	60
Gambar 2.2 Halaman Menu ShopeePay	60
Gambar 2.3 Tampilan Aktivasi Akun ShopeePay.....	61
Gambar 3.1 Menu Fitur Gratis & Voucher Shopee.....	62
Gambar 3.2 Tampilan Klaim Voucher Gratis Ongkir ShopeePay	63
Gambar 4.1 Tampilan Checkout Menggunakan Voucher Gratis Ongkir.....	63
Gambar 4.2 Tampilan saat Voucher Berhasil Digunakan.....	64
Gambar 4.3 Tampilan saat Memilih Voucher Gratis Ongkir.....	65
Gambar 5.1 Ragam Promo Belanja Online yang paling Digemari Konsumen	75

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Wawancara dengan Narasumber Pengguna Shopee
2. Daftar Wawancara dengan Narasumber melalui Layanan Customer Servis
3. Foto Dokumentasi Wawancara dengan Narasumber
4. Biodata Peneliti



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi digital menjadi salah satu sektor yang membawa dampak sangat besar di masa sekarang terutama dalam hal pemasaran suatu produk. Pemasaran yang dilakukan secara digital menjadi tren yang populer dikalangan masyarakat sejalan dengan bagaimana pesatnya perkembangan di bidang teknologi yang memiliki dampak besar dalam kehidupan. Digitalisasi dalam revolusi industry memiliki peran dalam proses paradigma transformasi digital dalam memunculkan bisnis-bisnis baru yang lebih inovatif. Inovasi tersebut kemudian akan berdampak langsung terhadap masyarakat luas dalam penggunaan teknologi, sehingga menjadi pola baru di dunia bisnis di era digital.¹

Kemunculan ekonomi digital telah memberikan pengaruh dengan terbukti semakin banyaknya bisnis dan perdagangan yang menggunakan internet sebagai media atau alat komunikasi.² Teknologi internet membawa pengaruh terhadap pola perekonomian yang mengubah kebiasaan masyarakat Indonesia. Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah dapat dirasakan di seluruh lapisan masyarakat. Hal tersebut dikarenakan generasi zaman yang menyatukan manusia dan teknologi yang tidak lepas dari kenyamanan,

¹ BALILATFO, *Inovasi Pemasaran Produk Unggul Berbasis Ekonomi Digital* (Yogyakarta: 2019), 7 – 8.

² Astri Rumondang., dkk, *Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019), 1.

sehingga memudahkan segala aspek pekerjaan manusia.³ Transformasi digital telah membawa perubahan besar atau signifikan ke berbagai bidang bisnis, termasuk dengan munculnya *e-commerce*, teknologi keuangan (*financial technology*), kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), *big data*, dan komputasi awan (*cloud computing*).⁴

Dari beberapa dampak transformasi digital dalam bidang ekonomi yang menjadi tren saat ini adalah *e-commerce*.⁵ *E-Commerce* atau perdagangan secara elektronik merupakan sebuah gaya hidup yang memungkinkan transaksi dalam perdagangan dapat dilakukan secara online tanpa terbatas waktu dan tempat.⁶ Kemudahan akibat adanya *e-commerce* membawa pengaruh terhadap cara hidup masyarakat seperti dalam hal belanja online (*shopping online*). Proses transaksi jual beli saat ini cenderung menggunakan perangkat dengan memanfaatkan jaringan internet. Sehingga proses pembayaran dan pengiriman dapat dilakukan dengan hanya menggunakan perangkat elektronik. *Marketplace* menjadi salah satu peran utama dalam bisnis pada platform *e-commerce*.⁷

Masyarakat menjadi lebih nyaman dengan munculnya berbagai *marketplace* yang menawarkan sistem belanja online dengan keamanan yang

³ BALILATFO, *Inovasi Pemasaran Produk Unggul Berbasis Ekonomi Digital* (Yogyakarta: 2019), 8.

⁴ Sri Ardiningsih, *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia: Lahirnya Tren Baru Teknologi, Bisnis, Ekonomi, dan Kebijakan di Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019), 8.

⁵ BALILATFO, *Inovasi Pemasaran Produk Unggul Berbasis Ekonomi Digital*, 8.

⁶ Mohammad Aldrin Akbar dan Sitti Nur Alam, *E-COMMERCE: Dasar Teori dalam Bisnis Digital*, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), 1.

⁷ Titin Sumarni., *dkk, Strategi Peningkatan Ekonomi dengan Memanfaatkan Marketplace melalui Media Sosial* (CV. DOTPLUS Publisher, 2022), 14.

disediakan serta berbagai fitur yang dapat dinikmati, sehingga memudahkan untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya tanpa harus menghabiskan waktu untuk berbelanja secara langsung melainkan dapat diakses kapanpun dan dimanapun.

Kemudahan akibat adanya *marketplace* ini tidak lain adalah bentuk perubahan dalam menyesuaikan diri di dalam persaingan bisnis di sektor usaha yang harus dilakukan sebagai bentuk pemanfaatan perkembangan teknologi perekonomian saat ini. Sejalan dengan hal itu, setiap *marketplace* yang telah ada hingga saat ini selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas yang lebih baik lagi agar dapat mengungguli para pesaingnya dalam meningkatkan minat dan transaksi para pembeli. Minat dari para pembeli untuk membeli suatu produk atau barang tertentu adalah aspek yang sangat penting bagi usaha *marketplace* sebagai penentu produktifitas *marketplace* tersebut terhadap penilaian konsumen atau para penggunanya.

Persaingan yang dilakukan oleh *marketplace* sendiri dalam menarik minat para penggunanya sebagaimana dilakukan oleh berbagai *marketplace* lain adalah dengan cara seperti pemberian *voucher*, hadiah, diskon dan lain sebagainya. Kemunculan berbagai penawaran keuntungan dan kemudahan yang beragam dan menarik tersebut menjadi semakin sengit dan inovatif bagi para *marketplace* untuk dilakukan agar dapat menjadi peringkat pertama di berbagai aspek dari para pesaingnya karena dampak pertumbuhan bisnis yang

semakin besar dan cepat di Indonesia dalam hal transaksi digital terutama terkait belanja *online* yang saat ini menjadi tren di kalangan masyarakat.⁸

Selain dari pada faktor pesaingan yang membawa dampak kemudian untuk meningkatkan inovasi bagi setiap *marketplace*, adanya inovasi terhadap fitur-fitur dan kemudahan yang diberikan tersebut akan berdampak pada minat pembeli atau konsumen sebagai pengguna karena ketertarikan pada keuntungan yang didapat. Minat daya beli konsumen dalam bisnis *online* seperti halnya *marketplace* menjadi point penting yang utama karena akan berpengaruh pada keputusan pembeli konsumen, sehingga tak jarang promosi *marketplace* juga dibantu dengan seorang *Brand Ambassador* yang diharapkan bertujuan untuk menarik minat konsumen melalui keputusan dalam transaksi pembelian.

Sebagaimana perkembangan inovasi yang dilakukan *marketplace* dalam menarik minat penggunanya, Shopee sebagai salah satu *marketplace* terbesar dan juga banyak penggunanya telah mengeluarkan fitur *e-wallet* atau lebih dikenal dengan dompet digital yang diberi nama ShopeePay untuk mempermudah transaksi digital pada aplikasi Shopee sendiri. Di masa sekarang yang serba digital karena keadaan, baik pembeli maupun penjual telah terbiasa dengan penggunaan transaksi pembayaran secara digital dengan *Virtual Account* seperti yang diterapkan Shopee dengan adanya ShopeePay. Pembayaran digital dengan penggunaan *virtual account* saat ini telah menjadi

⁸ Skripsi “Pengaruh Flash Sale dan Tagline ‘Gratis Ongkir’ Shopee terhadap Keputusan Pembelian Implusif secara Online”: Studi Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee di Universitas Sumatera Utara (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2020), 2.

satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam kebiasaan belanja khususnya belanja secara *online* pada *marketplace*.⁹

Faktor yang menjadikan ShopeePay ini menjadi semakin digemari oleh para pengguna aplikasi Shopee juga tidak lepas dari keuntungan yang diberikan melalui akses yang mudah dan fleksibel, sehingga dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa harus pergi ke ATM ataupun Bank untuk sekedar melakukan proses pembayaran secara manual lagi dan cukup melalui *smartphone* atau telepon genggam masing-masing.

Pengembangan lain yang diberikan Shopee yang cukup populer dikalangan penggunanya yaitu pemberian *voucher* gratis ongkir kepada para konsumen atau pembeli melalui aplikasi Shopee. Pemberian *voucher* gratis ongkir ini merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh pihak Shopee sebagai sarana menarik perhatian dan menambah minat pembeli atau konsumen dalam melakukan kegiatan berbelanja secara *online* pada aplikasi tersebut. Gratis ongkir (ongkos kirim) yang diberikan oleh Shopee dalam bentuk *voucher* akan menguntungkan pembeli atau konsumen dengan hanya perlu membayar berbagai barang belanjanya saja tanpa harus membayar biaya pengiriman yang telah ditanggung oleh pihak Shopee melalui sistem kesepakatan yang telah dilakukan bersama dengan penjual.¹⁰

⁹ Anton Wardaya., *dkk*, *Strategic Management of Digital Era: Revisited Concepts and Findings* (Surabaya: Artha Karya Pustaka,2020), 52.

¹⁰ Sally Dwi Agustina, *Jurnal Pengaruh Promosi "Voucher Gratis Ongkir Marketplace" Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Deskriptif Kuantitatif Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Belanja Online pada Kalangan Mahasiswa di Kabupaten Garut)* (Garut: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Garut).

Meminimalisir pengeluaran inilah yang kemudian menjadi tolak ukur yang membuat para pembeli atau konsumen pengguna Shopee menjadi sangat menyukai inovasi fitur “*Voucher Gratis Ongkir*” yang disediakan oleh Shopee, hal ini karena biaya pengiriman terkadang menjadi beban yang cukup mempengaruhi pembelian konsumen ketika berbelanja secara online dan adanya *voucher* tersebut menjadi solusi atas masalah yang akan diambil oleh para pengguna Shopee.

Dalam penggunaan ShopeePay, juga terdapat keuntungan yang bisa diperoleh apabila kita melakukan belanja di Shopee sebagai bentuk kreatifitas dan inovasi terhadap pengembangan fitur-fiturnya yaitu terdapat banyaknya *voucher* gratis ongkir yang hanya dapat dipakai apabila menggunakan metode pembayaran dengan ShopeePay. *Voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay ini biasa digunakan oleh para pembeli atau pengguna Shopee layaknya dengan *voucher* gratis ongkir yang lain yaitu untuk menghindari biaya ongkos kirim yang harus ditanggungnya agar meringankan biaya yang ada dari seluruh biaya pembelian yang dilakukan.

Mekanisme untuk melakukan klaim *voucher* gratis ongkir khususnya dengan menggunakan ShopeePay sendiri dapat dilakukan sebagaimana klaim terhadap *voucher* gratis ongkir yang lain di aplikasi Shopee dengan mudah. Terdapat fitur tersendiri yang telah disediakan Shopee yaitu “Cashback dan *Voucher*”. Pada ikon tersebut bisa langsung di klik kemudian akan tersedia pilihan *voucher* gratis ongkir dari Shopee, kemudian akan tertulis klaim yang

biasanya berwarna biru yang kemudian dapat di klik dan akan langsung dapat digunakan untuk berbelanja secara online pada aplikasi Shopee.

Minat pengguna Shopee terhadap penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay pada aplikasi Shopee tentunya adalah hal yang baik yang juga membawa dampak bagus bagi perkembangan *marketplace* dan sebagai bentuk perkembangan dari pemanfaatan teknologi digital. Namun bagaimana jika dalam penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay ini justru terdapat unsur yang merugikan dalam pandangan hukum Islam yang harus ditanggung oleh para pembeli saat berbelanja online pada aplikasi Shopee. Bahkan dalam hal ini, adanya klaim atau promo terhadap *voucher* gratis ongkir telah mempengaruhi perilaku konsumtif atau keinginan untuk berbelanja bagi para penerimanya yaitu para pengguna atau pembeli Shopee.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penggunaan *e-money* dalam bentuk skripsi dengan judul “**Analisis Hukum Islam Terhadap *Voucher* Gratis Ongkir di Shopee**”.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Persaingan *marketplace* dalam menarik minat konsumen melalui berbagai cara seperti pemberian *voucher*, hadiah, diskon dll.

2. Maraknya penggunaan *e-wallet* untuk penggunaan transaksi digital online seperti ShopeePay pada aplikasi Shopee.
3. Pemberian *voucher* gratis ongkir bagi para konsumen pada aplikasi Shopee.
4. Mekanisme klaim *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay di aplikasi Shopee.
5. Penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay pada aplikasi Shopee.
6. Minat pengguna Shopee terhadap penggunaan *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay pada aplikasi Shopee.
7. Analisis hukum Islam terhadap penggunaan *voucher* gratis ongkir oleh pembeli dengan menggunakan sistem *marketplace* ShopeePay.

Dari beberapa identifikasi masalah di atas, untuk menghasilkan penelitian yang lebih fokus pada judul di atas, maka peneliti membatasi penelitian ini meliputi masalah sebagai berikut:

1. Mekanisme penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay di Shopee,
2. Analisis hukum Islam terhadap penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme praktik penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay di Shopee?
2. Bagaimana analisis hukum Islam terhadap praktik penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan sistem ShopeePay di Shopee?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka pada hakikatnya adalah untuk mendapatkan gambaran hubungan topik yang akan diteliti oleh peneliti dengan penelitian sejenisnya yang terdahulu, sehingga diharapkan tidak ada pengulangan materi yang sama.

Setelah peneliti melakukan kajian pustaka, peneliti menjumpai hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang mempunyai sedikit relevansi dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan saat ini, yaitu sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul "Pengaruh *Tagline* Shopee terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya" oleh Siti Roykhanah, tahun 2018, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Skripsi tersebut membahas mengenai bagaimana pengaruh *tagline* "Gratis ongkir Se-Indonesia" Shopee terhadap keputusan pembelian mahasiswa khususnya pada mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.¹¹ Perbedaan pembahasan skripsi yang akan dilakukan oleh peneliti adalah subyek analisisnya, yaitu pada skripsi yang akan dibahas oleh peneliti adalah membahas bagaimana

¹¹Siti Roykhanah, "Pengaruh *Tagline* Shopee terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya" (Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).

praktik penggunaan *voucher* gratis ongkir oleh para pengguna dengan menggunakan ShopeePay dengan analisis hukum Islam, terkait akad *ju'ālah* dan hadiah pada Shopee.

2. Skripsi yang berjudul "Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompot Digital pada Transaksi Jual Beli dalam Tinjauan Islam" oleh Sitti Hajerah, tahun 2021, Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi ini membahas mengenai persepsi masyarakat terhadap penggunaan dompet gital transaksi jual beli dalam tinjauan Islam¹² Perbedaan pembahasan skripsi yang akan dibahas oleh peneliti adalah terkait obyek analisisnya, yaitu pada skripsi yang akan dibahas oleh peneliti adalah membahas mengenai *voucher* gratis ongkir di Shopee yang secara khusus yaitu menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran dalam hukum Islam.
3. Skripsi yang berjudul "Penerapan Akad *Ju'ālah* dalam *Referral* Bonus MLM Menurut Ulama Syafi'iyah" oleh Andes Laste Wijaya, tahun 2021, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Skripsi ini membahas tentang praktik akad *ju'ālah* pada *referral* bonus MLM Menurut ulama Syafi'iyah.¹³ Perbedaan pembahasan skripsi yang akan dibahas oleh peneliti adalah peneliti meneliti mengenai analisis akad

¹² Sitti Hajerah, "*Persepsi Masyarakat terhadap Penggunaan Dompot Digital pada Transaksi Jual Beli dalam Tinjauan Islam*" (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021).

¹³ Andes Laste Wijaya, "*Penerapan Akad Ju'ālah dalam Referral Bonus MLM Menurut Ulama Syafi'iyah*" (Skripsi: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021).

ju'alah dan hadiah terhadap penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay di Shopee.

4. Skripsi yang berjudul "Tinjauan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah tentang Pembagian Hadiah di Koperasi dengan Penentuan Syarat Saldo Tabungan" oleh Darma Wulandari, tahun 2017, Institut Agama Islam Negeri Metro. Skripsi ini membahas tentang pembagaian hadiah yang dilakukan oleh koperasi dengan ketentuan syarat saldo tabungan berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.¹⁴ Perbedaan pembahasan skripsi yang akan dibahas oleh peneliti adalah peneliti meneliti mengenai analisis hukum Islam terhadap penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan ketentuan menggunakan ShopeePay di Shopee.

E. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang ada pada rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan utama penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mekanisme praktik penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay di Shopee.
2. Untuk mengetahui analisis hukum Islam terhadap praktik penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan sistem ShopeePay di Shopee.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan nilai tambah bagi peneliti sendiri dan pembaca, baik secara akademis, teoritis, maupun praktis, sebagai berikut:

¹⁴ Darma Wulandari, "Tinjauan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah tentang Pembagian Hadiah di Koperasi dengan Penentuan Syarat Saldo Tabungan" (Skripsi: IAIN METRO, 2017).

1. Secara teoritis, yaitu diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah menambah wawasan keilmuan Islam serta informasi mengenai penerapan pada praktik penggunaan *voucher* gratis ongkir di Shopee dengan menggunakan ShopeePay.
2. Secara praktis, yaitu diharapkan dapat menjadi bahan acuan dan memberikan kontribusi pedoman terhadap pelaksanaan penggunaan *voucher* gratis ongkir di Shopee dengan menggunakan ShopeePay, sehingga dapat diterapkan di masyarakat dengan sebaik-baiknya dan terhindar dari berbagai transaksi yang bertentangan dengan syariat Islam.

G. Definisi Operasional

Untuk mempermudah pembahasan dalam penelitian dan menghindari adanya kesalahpahaman dalam menafsirkan judul penelitian “Analisis Hukum Islam Terhadap *Voucher* Gratis Ongkir di Shopee”, maka perlu adanya penjelasan pengertian dari variabel yang terdapat dalam judul penelitian ini sebagai berikut:

1. Hukum Islam

Kaidah-kaidah yang didasarkan pada wahyu Allah Swt. (Al-Qur'an) dan Sunnah Rasul (Al-Hadis) mengenai tingkah laku mukallaf sebagai orang yang telah dapat melakukan suatu kewajiban yang bersifat mengikat bagi seluruh umat yang beragama Islam. Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan Hukum Islam yaitu meliputi konsep akad *ju'alah* dan hadiah.

2. *Voucher* Gratis Ongkir di Shopee

Alat transaksi yang biasa digunakan dalam proses penukaran dengan jangka waktu tertentu dan merupakan fitur yang disediakan oleh salah satu *marketplace* Shopee kepada pengguna ketika proses transaksi pada aplikasi dengan menggunakan layanan pengiriman yang telah disediakan oleh ekspedisi yang bekerjasama dengan Shopee secara gratis.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu melalui cara mencari, menggali, mengolah, dan membahas data dalam suatu penelitian.¹⁵ Oleh karena itu, peneliti memerlukan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Kualitatif adalah suatu penelitian lapangan dimana peneliti mengumpulkan data dengan bertatap muka dan berinteraksi secara langsung dengan orang-orang yang menjadi subjek penelitian. Oleh karena itu, peneliti mengumpulkan data dengan cara pengamatan dan wawancara kepada pihak Aplikasi Shopee mengenai praktik penggunaan ShopeePay dan *voucher* gratis ongkir oleh pembeli.

2. Data yang dikumpulkan

Berdasarkan rumusan yang telah dikemukakan di atas, maka data yang didapatkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 2.

- 1) Mekanisme aktivasi akun ShopeePay;
- 2) Syarat dan ketentuan dalam mengaktifkan ShopeePay;
- 3) Praktik penggunaan ShopeePay;
- 4) Mekanisme klaim *voucher* gratis ongkir;
- 5) Praktik klaim *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay;
- 6) Syarat dan ketentuan penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay; dan
- 7) Cara membayar belanjaan di Shopee menggunakan *voucher* gratis ongkir ShopeePay oleh pembeli.

b. Data Sekunder

- 1) Gambaran Umum Shopee;
- 2) Fitur-Fitur Shopee; dan
- 3) Layanan dan Inovasi di Shopee dalam Menunjang Pengalaman Berbelanja Online.

3. Sumber Data

Sumber data merupakan sumber data yang diperoleh atau digali, baik berupa sumber primer maupun sumber sekunder. Sumber dapat berupa orang, dokumen, pustaka, barang, keadaan, atau yang lainnya.¹⁶ Dalam penelitian ini, sumber data yang dapat diperoleh antara lain:

¹⁶ Surat Keputusan Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya, *Putunjuk Teknis Penelitian Skripsi*, (Surabaya: Surat Keputusan Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017), 9.

a. Sumber primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui tokoh masyarakat, baik dilakukan melalui wawancara, observasi, dan metode lainnya.¹⁷ Dalam penelitian ini, sumber data primer yang dimaksud terdiri dari:

- 1) *Customer Service* Shopee; dan
- 2) Pengguna yang menggunakan *voucher* gratis ongkir dengan ShopeePay pada aplikasi Shopee.

b. Sumber sekunder, yaitu data yang berasal dari bahan kepustakaan.¹⁸ Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui buku-buku, dokumen pendukung. Atau informasi dalam bentuk lainnya. Adapun data sekunder yang dimiliki peneliti terdiri dari:

- 1) Website resmi Shopee;
- 2) Website terkait gambaran umum tentang Shopee dan mekanisme *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan sistem ShopeePay;
- 3) Fatwa DSN-MUI No.62/DSN-MUI/XII/2007 terkait akad *ju'ālah*.
- 4) Buku pendukung terkait akad *ju'ālah* dan hadiah.
- 5) Dokumentasi gambar atau foto terkait prosedur dalam pembuatan akun, mengklaim, hingga menggunakan *voucher*

¹⁷ Ibid, 88.

¹⁸ Ibid.

gratis ongkir dengan menggunakan sistem ShopeePay pada aplikasi Shopee.

4. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti sebagai sasaran atau subjek pusat penelitian. Penentuan dalam subjek penelitian berdasarkan pada kebutuhan penelitian yang dapat memberikan informasi sesuai tujuan penelitian. Informan yang penting dalam penelitian ini terdiri dari pengguna Shopee yang memperoleh *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay, serta pihak Shopee sebagai pemberi *voucher* gratis ongkir yang dalam hal ini dapat dihubungi melalui *Customer Service* Shopee *via online*.

5. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua cara, yaitu:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara dalam melakukan pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian.¹⁹ Penelitian ini akan melakukan wawancara dengan pihak Shopee sebagai pemberi *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay yang dapat dihubungi melalui *Customer Service* Shopee yaitu Choki dan pengguna Shopee yang memperoleh dan

¹⁹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 1991), 193.

menggunakan *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay yaitu Andam Fitri Dewi Nuari, Pudjiati, Yeni Anggraini, dan Dian Indryani.

b. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditunjukkan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen.²⁰ Dalam penelitian ini dokumen terkait praktik penggunaan *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay oleh pembeli meliputi prosedur aktivasi akun ShopeePay, syarat dan ketentuan penggunaan ShopeePay, mekanisme klaim *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay, dan syarat dan ketentuan penggunaan *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan teknik lanjutan dari teknik pengumpulan data, dimana pada proses penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dengan menggunakan pola pikir induktif yaitu teknik analisis dengan cara memaparkan data yang diperoleh sebagaimana data di lapangan yang dalam hal ini adalah data mengenai praktik penggunaan *voucher* gratis ongkir yang digunakan oleh pengguna di Shopee kemudian dianalisis menggunakan hukum Islam yaitu *ju'ālah* dan hadiah.

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998), 117.

I. Sistematika Pembahasan

Agar tersusun dengan sistematis, maka penelitian ini dibagi menjadi lima bab, dan dalam tiap-tiap bab masing-masing diuraikan aspek-aspek yang berhubungan dengan pokok pembahasan, yaitu analisis hukum Islam terhadap penggunaan *voucher* gratis ongkir di Shopee oleh pembeli dengan menggunakan ShopeePay. Adapun sistematika pembahasan adalah sebagai berikut:

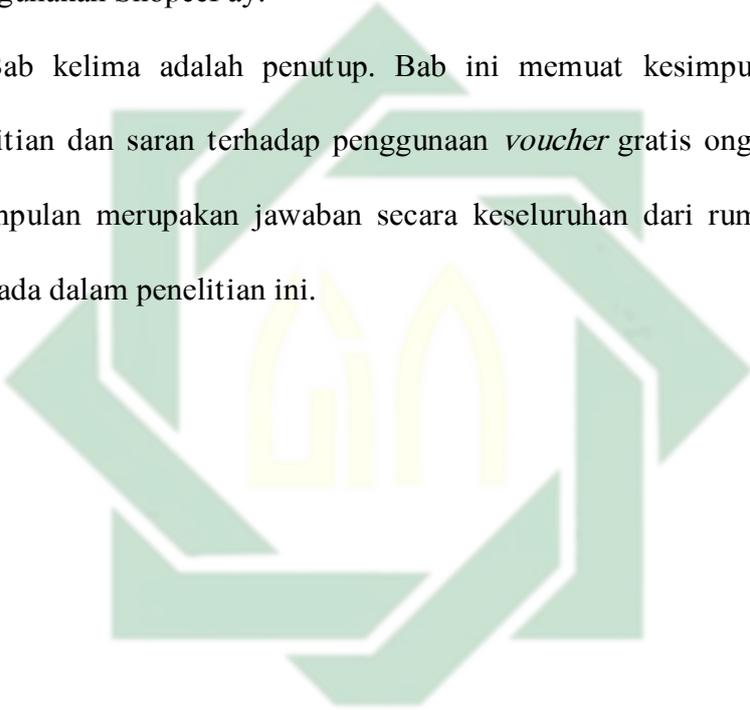
Bab pertama adalah pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah landasan teori dengan judul “Strategi *Marketplace* dalam Menarik Minat Penggunaanya dan Konsep tentang Akad *Ju’ālah* dan Hadiah”, bab ini berisi tentang strategi *marketplace* dalam menarik minat penggunaanya, penjelasan akad *ju’ālah* dan hadiah yang meliputi pengertian, dasar hukum, rukun dan syarat.

Bab ketiga adalah penyajian data dengan judul “Gambaran Umum Shopee dan Mekanisme Penggunaan *Voucher* Gratis Ongkir di Shopee”, bab ini berisi tentang gambaran umum Shopee, fitur-fitur Shopee, layanan dan Inovasi Shopee untuk menunjang pengalaman berbelanja Online, prosedur pembuatan akun baru di Shopee dan mekanisme penggunaan *voucher* gratis ongkir di Shopee.

Bab keempat merupakan pembahasan analisis dengan judul “Analisis Hukum Islam Terhadap *Voucher* Gratis Ongkir di Shopee”. Bab keempat ini membahas analisis praktik dan analisis hukum Islam yang meliputi akad *ju’alah* dan hadiah terhadap penggunaan *voucher* gratis ongkir di Shopee menggunakan ShopeePay.

Bab kelima adalah penutup. Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran terhadap penggunaan *voucher* gratis ongkir di Shopee. Kesimpulan merupakan jawaban secara keseluruhan dari rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

STRATEGI *MARKETPLACE* DALAM MENARIK MINAT PENGGUNA DAN KONSEP TENTANG AKAD *JU'ĀLAH* DAN HADIAH

A. Strategi *Marketplace* dalam Menarik Minat Penggunanya

1. Definisi dan Jenis-Jenis *Marketplace*

Definisi *marketplace* sebagaimana dijelaskan oleh *idntimes.com* yang dikutip dari *ilmuOne Data* mengartikan *marketplace* sebagai tempat yang memfasilitasi pembelian secara online dimana tidak memiliki inventarisasi barangnya sendiri.¹ *Marketplace* menjadi penghubung antara pihak penjual maupun pembeli baik melalui website internet maupun melalui aplikasi secara langsung, sehingga dalam hal ini *marketplace* dapat dikatakan sebagai pihak ketiga yang menyediakan tempat penjualan hingga fasilitas pembayaran. Dengan adanya *marketplace*, terutama di era ekonomi digital sangat membawa pengaruh besar pada tindakan dan perilaku masyarakat dalam hal belanja yang sekarang dapat dilakukan secara online dengan mudah tanpa terbatas ruang dan waktu.

Marketplace memiliki 2 (dua) macam atau jenis yang perlu diketahui diantaranya adalah sebagai berikut²:

a. *Marketplace* Murni

¹ Yoshi Nathania, "Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Meningkat Tajam, Siapa di Posisi Teratas?" dalam <https://www.idntimes.com/business/economy/> (Diakses pada tanggal 24 Mei 2022 Pukul 18.58 WIB).

² Jeanny Aipassa, "Apa Itu Marketplace, Pengertian, jenis dan Contohnya" dalam <https://www.inews.id/finance/bisnis/> (Diakses pada tanggal 25 Mei 2022 Pukul 08.55 WIB).

Marketplace murni merupakan salah satu bentuk kerjasama *marketplace* dimana situs ataupun aplikasi *marketplace* hanya menyediakan tempat untuk proses penjualan hingga fasilitas pembayaran. dalam kerjasama pada jenis *marketplace* ini, penjual dituntut melakukan kegiatan dalam proses jual beli secara mandiri atau individual. Penjual akan menyediakan foto hingga deskripsi terkait barang yang dijualnya sendiri dengan kreativitasnya dalam merangkai kata agar menarik minat pembeli. Jenis kerjasama *marketplace* ini juga memungkinkan terjadinya proses tawar-menawar antara pihak penjual dan pembeli yang tentunya dilakukan dengan sistem online pada aplikasi Shopee.

Selain proses tawar-menawar, pembeli dapat melakukan transaksi secara langsung setelah merasa sudah memastikan pilihan yang tepat terhadap barang pilihan yang ingin dibeli sebagaimana deskripsi yang telah disediakan oleh penjual. Akan tetapi, jika menggunakan sistem tawar-menawar dan setelahnya terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak, pembeli dapat mentransfer sejumlah uang belanja yang telah dibeli melalui sistem pembayaran yang disediakan sebagai pihak ketiga.

Beberapa *marketplace* asal Indonesia yang sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia sendiri dan menggunakan kerjasama jenis *marketplace* murni adalah **Tokopedia**, **Bukalapak**, **Elevenia**, **Blanja**, dan **Blibi**. Sementara *marketplace* lain yang menggunakan jenis kerjasama

pertama yang berasal dari luar negeri dan juga populer dikalangan masyarakat adalah **Shopee** (Singapura), **Lazada** (Alibaba Grup, China), **JD.ID** (Tiongkok), **Amazon** (Amerika Serikat), dan **Rakuten** (Jepang).

b. *Marketplace* Konsinyasi

Marketplace Konsinyasi atau lebih dikenal dengan model jenis kerjasama dalam istilah singkatnya disebut dengan titip barang atau menitipkan barang. Apabila penjual menggunakan jenis kerjasama ini, maka penjual hanya perlu menyediakan produk yang akan dijual dengan deskripsi produk terkait kepada pihak *marketplace*. Pada sistem kerjasama *marketplace* konsinyasi ini, penjual tidak perlu bekerja keras untuk mengurus penjualan produk-produknya karena *marketplace* sebagai pihak ketiga atau perantara akan mengambil alih dalam pengurusan segala hal terkait foto produk, gudang, pengiriman barang hingga fasilitas pembayaran.

Hal ini yang menjadi perbedaan dari jenis kedua jenis *marketplace* antara *marketplace* murni dan konsinyasi, dimana pada jenis *marketplace* murni alur transaksi terjadi secara langsung antara pihak penjual dan pembeli sementara pada jenis kerjasama *marketplace* konsinyasi semua alur transaksi dan tanggung jawab dilakukan langsung oleh situs *marketplace*. Salah satu *marketplace* yang menggunakan sistem jenis kerjasama konsinyasi dan populer di masyarakat Indonesia adalah **Zalora** dan juga **Berrybenka**.

2. Strategi dan Mekanisme *Marketplace* dalam Menarik Minat Penggunanya

Berkembangnya teknologi di zaman sekarang sangatlah berpengaruh pada perubahan perilaku masyarakat dalam berbagai bidang. Perubahan yang sangat dirasa adalah dalam hal ekonomi digital pada sektor perdagangan. Banyaknya inovasi yang dikembangkan oleh para pengusaha untuk memudahkan kehidupan masyarakat dan untuk lebih meningkatkan penjualan produk yang diproduksi agar lebih dikenal masyarakat, satu per satu *marketplace* mulai muncul untuk menjual berbagai produk yang dihasilkan dengan sistem online dan macam-macam fitur yang mendukung kemudahan akses dalam berbelanja secara online.

Semakin populernya *marketplace* yang muncul di Indonesia, masyarakat sebagai pengguna juga akan menjadi lebih cerdas dalam memilih *marketplace* mana yang dapat memuaskan minat mereka dalam hal berbelanja secara online dalam memenuhi kehidupan. Hal tersebut juga secara tidak langsung berpengaruh besar dalam perkembangan *marketplace* untuk selalu mengeluarkan inovasi yang dimiliki untuk mengembangkan fitur-fitur yang ada pada aplikasi yang tersedia, sehingga kemudahan yang dapat dijangkau dengan hanya dapat dilakukan dimanapun tanpa terbatas ruang ataupun waktu dapat menarik minat para pengguna.

Berbagai macam strategi dilakukan oleh para *marketplace* dalam mengembangkan namanya kepada para pengguna *marketplace* terutama yang dilakukan juga di Indonesia pada segi pemasaran. Hal tersebut dilakukan karena pada dasarnya pemasaran merupakan konsep yang

digunakan untuk melakukan promosi dan periklanan. Pemasaran sendiri memiliki artian yang luas mengenai proses yang dilakukan oleh seorang individu ataupun kelompok dalam lingkup sosial maupun manajerial untuk mencapai tujuan yang mereka butuhkan dan inginkan melalui inovasi penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan orang lain secara timbal balik.³

Di dalam bukunya, Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said yang mengutip dari Kotler dan Keller menurut American Marketing Association menjelaskan bahwa pemasaran merupakan sebuah fungsi organisasi dan rangkaian proses dalam menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk menjaga hubungan yang saling menguntungkan antara pihak pelanggan dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi. Sedangkan Fandy Tjiptono, mengartikan pemasaran adalah fungsi paling penting dan berdampak besar terhadap lingkungan eksternal dan bertujuan untuk menarik minat pembeli dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan, sehingga pemasaran memiliki peranan penting dalam pengembangan strategi⁴.

Kotler dan Keller juga menjelaskan bahwa manajemen pemasaran terjadi ketika salah satu pihak dalam sebuah proses akan berfikir mengenai cara-cara agar mendapatkan respon yang diinginkan dari pihak lain. hal tersebut menjadi inti dari pemasaran yang pada dasarnya adalah ingin

³ Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makassar: Sah Media, 2019), 1.

⁴ Ibid., 1-2.

memuaskan kebutuhan dan keinginan pihak konsumen. Urutan penciptaan dan menghantarkan atau merepresentasikan nilai dapat dilakukan melalui tiga fase diantaranya adalah sebagai berikut⁵:

a. Fase Memilih Nilai

Pada fase ini pemasaran dapat diibaratkan sebagai “pekerjaan rumah”, dimana kita sebagai penjual harus melakukan segmentasi pasar untuk memilih sasaran konsumen yang tepat sesuai dengan kegunaan dan kebutuhan yang diinginkan dan mengembangkan penawaran *positioning* atau nilai STP (*Segmentasi, Targeting, dan Positioning*).

b. Fase Menyediakan Nilai

Fase ini menjelaskan kita sebagai penjual harus membuat produk tertentu, harga, promosi dan juga distribusi yang akan kita lakukan agar dapat tepat sesuai yang kita harapkan dan menjangkau konsumen kalangan luas.

c. Fase Mengomunikasikan Nilai

Dalam tahapan fase ini, sebagai penjual kita dituntut untuk memanfaatkan dengan sebaik mungkin tenaga penjualan yang kita miliki dalam hal melakukan promosi terhadap produk penjualan, memasang iklan ataupun melalui sarana komunikasi lain dalam memperkenalkan secara luas produk yang diproduksi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang baik akan menghasilkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Jika kita sebagai penjual

⁵ Ibid., 2.

atau produsen dapat mengerti akan kebutuhan masyarakat sekitar dengan baik, dapat membuat produk dengan nilai guna berkualitas dengan harga yang terjangkau juga sesuai, maka produk-produk tersebut akan dapat terjual dengan mudah melalui distribusi dan promosi yang efektif sesuai dengan perkembangan di sekitar masyarakat.

Di era digital seperti saat ini sebagai mana halnya *marketplace*, pemasaran melalui media digital memanglah sangat dibutuhkan. Pemasaran di era digital (*digital marketing*) merupakan media yang saat ini banyak diminati dan menjadi hal yang dianggap tidak kalah penting untuk selalu diikuti dan digunakan oleh kalangan masyarakat.⁶ Para *marketplace* kini lebih mengutamakan pemasaran atau promosinya dengan melewati aplikasi yang dibuatnya untuk lebih memudahkan penggunanya yang dimana sekarang telah banyak menggunakan *smartphone* di kehidupan sehari-hari. Aplikasi *marketplace* tersebut dapat digunakan secara online dan memudahkan penggunanya untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari dan dengan fitur pendukung serta iklan yang dapat mengikat penggunanya dalam meningkatkan penjualan produk yang ditawarkan oleh para penjual.

Banyak alasan yang membuat pengguna aplikasi *marketplace* yang terkenal di Indonesia menjadi lebih menikmati dalam melakukan belanja secara online (*online shopping*), selain diantaranya kemudahan akses yang diberikan adalah bagaimana *marketplace* menerapkan strategi dan

⁶ Didin Hadi Saputra., *dkk*, *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 3.

bekerjasama dengan para penjual yang menjualkan produknya agar meningkatkan penjualan dan mendapatkan keuntungan, diantaranya melalui cara-cara sebagai berikut:

a. Diskon

Diskon memiliki banyak pengertian dalam berbagai kamus yang berbeda. Dikutip dalam laman *Kompas.com*, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* mengartikan diskon sebagai potongan harga. *Business Dictionary* mengartikan diskon merupakan pengurangan harga suatu produk atau jasa dari harga biasa. Sementara menurut *Kamus Oxford*, diskon adalah mengambil sejumlah uang dari biaya yang biasa atau harga normal. Dari beberapa pengertian diskon tersebut, dapat disimpulkan bahwa diskon adalah pengurangan harga dari harga normal suatu produk atau jasa yang diberikan oleh penjual kepada pembeli.

Pemberian diskon biasa digunakan oleh *marketplace* memiliki manfaat yang dapat diperoleh oleh kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli. Salah satunya adalah meningkatkan minat pembeli atau konsumen untuk berbelanja dengan jumlah yang besar karena harga yang terjangkau, sehingga bagi penjual juga akan meningkatkan volume penjualan. Selain sebagai strategi pemasaran yang dilakukan oleh *marketplace* guna meningkatkan volume penjualan produk yang ditawarkan penjual, pemberian diskon ini juga sebagai bentuk

meningkatkan persaingan harga antara para penjual produk yang sama agar loyalitas konsumen terjaga membeli produk di tempat yang sama.

Pemberian diskon pada *marketplace* sampai saat ini masih terbilang cukup efektif untuk dilakukan. Pengguna *marketplace* selalu akan membandingkan harga barang atau produk normal dengan diskon sebelum membeli sesuatu. Akan tetapi, penjual haruslah memperhatikan kualitas produk yang dijual terlebih dahulu sebelum memberikan promosi diskon. Hal ini terkait kepuasan dan penilaian yang akan pengguna rasakan dan berikan, agar online shop yang ada pada aplikasi *marketplace* mendapat penilaian terbaik yang membuat produk dan tokonya dikenal dengan baik.

Beberapa contoh diskon yang diberikan oleh beberapa *marketplace* diantaranya adalah melalui Serba Seribu, Serba 9000, Flash Sale, ataupun diskon langsung melalui harga coret.

b. Cashback

Cashback merupakan salah satu mekanisme promosi yang telah dikenal oleh pengguna aplikasi *marketplace* dan pecinta belanja online yang menguntungkan pengguna atau konsumen dan bisnis. Cashback dapat diartikan sebagai reward atau kembalian yang dapat diambil atas belanja yang telah pengguna lakukan, selain keuntungan yang didapat sebelumnya apabila produk yang dibeli pada online shop memberikan potongan atau diskon. Berbeda dengan diskon, bagi penjual memberikan cashback dapat mencegah adanya undervaluation tetapi

juga dapat memberikan insentif finansial kepada pembeli atau konsumen. Jadi, pemberian cashback dapat dilakukan pengguna sebagai upaya untuk memuaskan pelanggan tanpa memberikan diskon produk yang dijual.

Pemberian cashback biasanya diberikan dalam bentuk uang digital. Dalam proses pemasaran atau marketing dalam bisnis *marketplace* secara online, pemberian cashback terbilang cukup efektif karena banyak peminat untuk mendapatkannya. Cashback dalam online shop pada *marketplace* biasanya diberikan dalam bentuk *voucher* sejumlah uang maupun koin yang dapat dipakai kembali untuk proses pembelian selanjutnya.⁷

c. Gratis Ongkir

Pada saat pembeli atau konsumen melakukan belanja secara online untuk mencari kebutuhan yang diinginkan melalui platform *marketplace* tertentu, jasa pengiriman sudah pasti menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan untuk mengirim barang yang kita beli. Akan tetapi, adakalanya pembelian barang yang dibeli oleh para pengguna *marketplace* menjadi penyebab biaya pengiriman menjadi mahal karena jarak yang cukup jauh dari alamat pembeli ataupun berat barang yang dibeli, sehingga terkadang membuat pembeli menjadi berfikir ulang untuk membeli barang tersebut. Hal tersebut yang

⁷ Rinda Faradilla, “Cashback: Pengertian, Jenis dan Kegunaannya” dalam <https://www.idntimes.com/business/finance/> (Diakses pada tanggal 28 Mei 2022 Pukul 18.45 WIB).

menjadi latar belakang *marketplace* dalam mengeluarkan inovasi atau ide baru untuk menarik minat para penggunanya dan meningkatkan penjualan produk melalui program yang dikenal dengan gratis ongkir.

Gratis ongkir merupakan bentuk pembebasan terhadap biaya jasa pengiriman atas pembelian yang dilakukan oleh pembeli. Gratis ongkir ini menjadi strategi pemasaran atau promosi *marketplace* yang memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Dengan adanya gratis ongkir ini membuat pembeli menjadi lebih nyaman dalam berbelanja secara online dengan hanya membayar biaya barang yang dibeli. Gratis ongkir ini didapat dari kesepakatan kerjasama antara para penjual dan pihak *marketplace* yang juga akan menghasilkan keuntungan diantara kedua belah pihak. Selain itu, dengan adanya promo gratis ongkir ini juga dapat menghindari kerugian bagi penjual dengan menggunakan syarat dan ketentuan tertentu.⁸

Promo gratis ongkir ini biasanya digunakan dalam bentuk *voucher* yang diberikan kepada para pengguna aplikasi *marketplace*. Pengguna terkadang secara langsung mendapatkan notifikasi pemberian *voucher* gratis ongkir tersebut untuk langsung bisa digunakan atau juga dapat digunakan setelah mengklaim voucher tersebut pada fitur yang tersedia pada aplikasi *marketplace*. Ada 2 (dua) jenis *voucher* gratis ongkir yang digunakan oleh *marketplace* pada umumnya, sebagai berikut:

⁸ Anonim, "Free Ongkir Adalah: Pengertian dan Strategi Ampuh dalam menerapkannya" dalam <https://accurate.id/marketing-manajemen/>, (Diakses pada tanggal 31 Mei 2022 Pukul 09.28 WIB).

1) *Voucher* Gratis Ongkir Tanpa Minimal Belanja

Gratis ongkir umumnya diberikan oleh penjual ketika membeli dengan batasan minimal pembelian tertentu. Akan tetapi, agar pengguna aplikasi *marketplace* tetap tertarik dengan promo gratis ongkir yang ada, maka *marketplace* diharuskan mengeluarkan ide lain dalam menerapkan promo gratis ongkir tersebut. Salah satunya adalah dengan munculnya *voucher* gratis ongkir dengan tanpa minimal pembelian.⁹

Pengguna pada aplikasi *marketplace* dapat menggunakan *voucher* tersebut tanpa harus khawatir untuk membeli barang dengan kapasitas yang banyak, karena dengan *voucher* gratis ongkir tanpa minimal pembelian diharapkan walaupun barang yang dibeli sedikit akan tetapi karena kendala wilayah atau berat yang menyebabkan biaya jasa pengiriman menjadi mahal dapat teratasi.

2) *Voucher* Gratis Ongkir dengan Syarat dan Ketentuan

Selain adanya *voucher* gratis ongkir tanpa minimal pembelian yang biasa digunakan oleh pengguna *marketplace* saat berbelanja secara online, ada juga *voucher* gratis ongkir yang menggunakan syarat dan ketentuan tertentu dalam praktik penggunaannya. *Voucher* tersebut biasanya dikenal dengan *voucher* dengan batas minimal pembelian.

⁹ Ibid.

Dalam hal ini, *marketplace* yang bekerjasama dengan penjual akan memberikan promo *voucher* gratis ongkir kepada pembeli dengan menerapkan batas pembelian produk minimal seperti batas 10 ribu rupiah, 30 ribu rupiah, 50 ribu rupiah dan batas lainnya sesuai dengan syarat dan ketentuan yang diberlakukan.¹⁰

Dalam pemberian *voucher* gratis ongkir, *marketplace* pastinya juga akan menerapkan syarat dan ketentuan lain seperti dengan batas tanggal penggunaan *voucher* tersebut dan jenis pembayaran yang harus digunakan. Promo *voucher* gratis ongkir biasanya akan ditentukan batas penggunaan atau tenggang waktu dalam berbelanja, misalnya *voucher* hanya akan dapat digunakan satu hari sekali dan tanggal berlakunya juga akan dibatasi hanya 2 hari atau lebih.

Hal lainnya juga berlaku untuk pembayaran yang dilakukan oleh pembeli, pada umumnya secara standar akan menggunakan pembayaran melalu bank ataupun supermarket seperti Alfamart atau Indomaret yang telah bekerjasama dengan pihak *marketplace*. Akan tetapi, ada kalanya *marketplace* menggunakan syarat dan ketentuan khusus untuk dapat menggunakan *voucher* gratis ongkir selama promosi berjalan yaitu dengan menggunakan e-wallet yang bekerjasama dengan *marketplace* atau e-wallet sebagai hasil inovasi yang dikembangkan oleh *marketplace* itu sendiri.

¹⁰ Anonim, “*Gratis Ongkir: Pengertian dan Memahami Cara Penggunaan dan Penerapannya*” dalam <https://www.mitratoday.com/> (Diakses pada tanggal 31 Mei 2022 pukul 11.15 WIB).

Penggunaan e-wallet pada *marketplace* nyatanya menjadi suatu kemudahan yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh pengguna untuk pembayaran pembelian produk yang dilakukannya. Tanpa harus mengeluarkan tenaga untuk pergi membayar keluar rumah, pengguna hanya harus mengisi e-wallet yang terdapat di smartphonenya dengan saldo uang dengan nominal tertentu sesuai keinginan dan bebas menggunakannya kapanpun dan dimanapun sesuai keinginan untuk berbelanja secara online di *marketplace*. Dalam penerapan terhadap penggunaan *voucher* gratis ongkir ini peneliti mengkaji terfokus pada *voucher* gratis ongkir yang jenis pembayarannya menggunakan ShopeePay di aplikasi Shopee dalam segi aspek praktiknya menurut Hukum Islam.

B. Konsep Akad *Ju'ālah*

1. Pengertian Akad *Ju'ālah*

Secara bahasa, *ju'ālah* (الْجُعَالَة) merupakan janji untuk memberikan imbalan atau riward/ja'izah kepada pihak lain apabila berhasil mencapai tujuan tertentu. Sedangkan secara bahasa menurut para ahli hukum mengartikan *ju'ālah* adalah janji janji untuk memberikan hadiah, upah atau fee yang telah ditentukan dan merupakan akad atau perjanjian atas kehendak pribadi atau individual. *Ju'ālah* secara istilah diartikan sebagai tanggung jawab (*iltizam*) untuk memberikan imbalan upah atau bentuk janji tertentu secara sukarela kepada seseorang yang telah melakukan

perbuatan atau memberikan jasa yang belum pasti dapat dilaksanakan atau dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan.¹¹

Dari pengertian yang telah dijelaskan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *ju'alah* merupakan suatu akad perjanjian untuk memberikan imbalan atas suatu pekerjaan yang belum pasti akan hasil yang dikerjakan.¹² *Ju'alah* adalah suatu kontrak antara *ja'il* (pihak pertama) yang menjanjikan untuk memberikan imbalan tertentu (*al ja'ul*) kepada pihak *'amil* (pihak kedua) atas usaha sebagaimana kontrak perjanjian.¹³ Akad *ju'alah* dikenal juga sebagai sayembara yang menawarkan pekerjaan yang belum dapat dipastikan dapat diselesaikan.¹⁴ Akad *ju'alah* termasuk akad pertukaran, dimana praktiknya terdapat pertukaran antara pencapaian atau prestasi tertentu (*al natijah*) dengan imbalan (*al ju'l*) yang akan diberikan. Baik prestasi tersebut karena adanya tugas tertentu dapat tercapai atau bentuk ketangkasn dalam suatu perlombaan yang ditunjukkannya.¹⁵

2. Dasar Hukum Akad *Ju'alah*

a. Al-Qur'an (Q.S Yusuf Ayat 72)

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

¹¹ Gina Dwi Astuti, "Tinjauan Fiqih Muamalah Akad *Ju'alah* terhadap Praktik *Giveaway Bersyarat* pada *Online Shop*" dalam Prosiding Hukum Ekonomi Syariah, volume 6, No. 2, Tahun 2020 (Bandung: Universitas Islam Bandung, 2020), 469.

¹² Kafit Hidayatulloh, *Skripsi: Analisis Hukum Islam terhadap Pelaksanaan Undian Berhadiah di Aplikasi Bukalapak* (Surabaya: UINSA, 2019), 18.

¹³ *Ibid.*, "Tinjauan Fiqih Muamalah Akad *Ju'alah* terhadap Praktik *Giveaway Bersyarat* pada *Online Shop*", 469.

¹⁴ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 65.

¹⁵ *Ibid.*, "Tinjauan Fiqih Muamalah Akad *Ju'alah* terhadap Praktik *Giveaway Bersyarat* pada *Online Shop*", 469.

Penyeru-penyeru itu berkata: "Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya".

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwasanya menurut tafsir Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di, terdapat dua pelajaran yang dapat diambil yaitu dalam bab fiqh *ju'alah* atau sayembara dijelaskan diperbolehkan memberikan upah kepada orang yang melakukan pekerjaan tertentu dan upah dalam sayembara tersebut haruslah ditunaikan, sehingga penjamin dihitung hutang sampai menunaikan upah itu.¹⁶

b. Hadis Riwayat Imam al-Bukhari dari Abu Sa'id al-Khudri

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ نَاسًا مِنْ أَصْحَابِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَتَوْا عَلَى حَيٍّ مِنْ أَحْيَاءِ الْعَرَبِ فَلَمْ يَفْرُوهُمْ فَبَيْنَمَا هُمْ كَذَلِكَ إِذْ لَدَغَ سَيْدٌ أَوْلِيكَ فَقَالُوا هَلْ مَعَكُمْ مِنْ دَوَاءٍ أَوْ رَاقٍ فَقَالُوا إِنَّكُمْ لَمْ تَفْرُونَا وَلَا نَفْعَلُ حَتَّى تَجْعَلُوا لَنَا جُعْلًا فَجَعَلُوا لَهُمْ قَطِيعًا مِنَ الشَّاءِ فَجَعَلَ يَقْرَأُ بِأَمْرِ الْقُرْآنِ وَيَجْمَعُ بُرَاقَهُ وَيَتَفَلُّ فَبَرًّا فَأَتَوْا بِالشَّاءِ فَقَالُوا لَا نَأْخُذُهُ حَتَّى نَسْأَلَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَسَأَلُوهُ فَضَحِكَ وَقَالَ وَمَا أَدْرَاكَ أَنَّهَا رُفِيَةٌ خُذُوهَا وَاضْرِبُوهَا لِي بِسَهْمٍ (رواه البخاري)

"Sekelompok sahabat Nabi Saw. melintasi salah satu kampung orang Arab. Penduduk kampung tersebut tidak menghidangkan makanan kepada mereka. Ketika itu, kepala kampung disengat kalajengking. Mereka lalu bertanya kepada para sahabat: 'Apakah kalian mempunyai obat, atau adakah yang dapat me-ruqyah (menjampi)?' Para sahabat menjawab: 'Kalian tidak menjamu kami; kami tidak mau mengobati kecuali kalian memberi imbalan kepada kami.' Kemudian para penduduk berjanji akan memberikan sejumlah ekor kambing. Seorang

¹⁶ Ibid.

sahabat membacakan surat al-Fatihah dan mengumpulkan ludah, lalu ludah itu ia semprotkan ke kepala kampung tersebut; ia pun sembuh. Mereka kemudian menyerahkan kambing. Para sahabat berkata, "Kita tidak boleh mengambil kambing ini sampai kita bertanya kepada Nabi SAW" Selanjutnya mereka bertanya kepada beliau. Beliau tertawa dan bersabda, "Bagaimana kalian tahu bahwa surat al-Fatihah adalah ruqyah! Ambillah kambing tersebut dan berilah saya bagian." (HR. Bukhari)

Penjelasan terkait hadis diatas menjadi dalil yang membolehkan *ju'alah* dalam Islam dan bagi hasil terhadap imbalan yang diberikan. Sebagaimana kisah rombongan sahabat Nabi Saw. yang berharap diterima sebagai tamu di sebuah perkampungan di Arab. Kemudian adanya musibah yang menimpa kepala sukunya, membuat penduduk Arab memnta bantuan kepada rombongan tersebut. Rombongan sahabat tersebut akan membantu dengan meminta imbalan sebagai syaratnya. Setelah membantu dengan pengobatan membaca al-Fatihah dan berhasil, mereka menceritakannya kepada Nabi Muhammad Saw. karena takut imbalan atau hadiah itu tidaklah benar. Kemudian Nabi Muhammad Saw. tertawa dan bersabda "Tahukah anda sekalian, bahwa itu adalah jampi-jampi (yang positif). Terima hadiah itu dan beri saya sebagian".¹⁷

3. Rukun dan Syarat Akad *Ju'alah*

Ju'alah dapat dikatakan sah jika terpenuhi rukun dan syaratnya.

Berikut rukun dan syarat akad *ju'alah* sebagai berikut:

- a. *Aqidain* yaitu dua pihak yang melakukan akad

¹⁷ Andes Laste Wijaya, Skripsi: " Penerapan Akad *Ju'alah* dalam Referral Bonus MLM Menurut Ulama Syafi'iyah: (Studi Kasus PT. Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)" (Purwokerto: Saizu Publisher, 2021), 26-27.

Dalam praktik terjadinya akad *ju'alah* terdapat dua pihak yang melakukan akad yaitu ja'il adalah pihak yang berjanji akan memberikan imbalan dan maj'ul adalah orang yang melakukan pekerjaan. Kedua pihak dalam melaksanakan perjanjian akad haruslah telah cakap dalam melakukan tindakan hukum yaitu baligh, berakal dan cerdas. Dengan dasar tersebut, anak-anak, orang gila, dan orang-orang yang sedang dibawah pengampuan dianggap tidak sah atau belum bisa melakukan atau melaksanakan praktik *ju'alah*. Terkait ja'il atau orang yang melakukan pekerjaan juga diharapkan harus orang yang cakap dalam melakukan pekerjaan yang diminta dan menyerahkan kembali kepada ja'il. Kemudian jika tidak ditentukan, maka dalam hal ini dapat dilakukan oleh siapapun.

b. *Sighat* akad (pernyataan perjanjian)

Sighat akad yaitu ucapan atau lafal dari pihak pemberi *ju'alah* untuk menjelaskan imbalan yang diberikan dan tugas masing-masing secara jelas. Dalam *shighat* pada akad *ju'alah* tidaklah disyaratkan adanya *qabul* dari pihak *maj'ul* karena pada dasarnya *ju'alah* merupakan komitmen dari salah satu pihak, sehingga *ju'alah* tidaklah dianggap batal. *Ijab* yang disampaikan oleh pihak yang menjanjikan akan memberikan imbalan haruslah jelas walaupun tanpa adanya pihak yang melaksanakan pekerjaan. Ucapan *shighat* pada akad *ju'alah* dapat diucapkan oleh orang lain seperti wakil atau orang lain yang bersedia untuk memberikan imbalan.

c. *'Amal* (pekerjaan yang dilakukan)

Pekerjaan atau *'amal* sebagai objek *ju'alah* harus diketahui secara jelas jenis pekerjaannya saat terjadi akad. Contohnya seperti mengobati orang yang sedang sakit, mengembalikan barang yang hilang dan sejenisnya. Pekerjaan yang dikerjakan adalah mubah, yaitu pekerjaan yang hasilnya diharapkan membawa manfaat yang jelas dan boleh dimanfaatkan menurut hukum Islam. Kegiatan yang memberikan manfaat yang diperbolehkan sebagaimana syariat Islam adalah bukan termasuk yang diharamkan seperti perbuatan zina *khamr*, praktek sihir dan lainnya.

d. *Ju'alah* (imbalan yang diberikan)

Ju'alah adalah imbalan yang diberikan oleh ja'il (pihak yang memberikan imbalan) kepada maj'ul (orang yang melakukan pekerjaan). Imbalan dalam *ju'alah* harus dijelaskan jumlahnya dalam proses perjanjiannya. Syarat dalam pemberian imbalan bukanlah sesuatu yang dianggap haram dan tidak jelas sehingga dapat menyebabkan batalnya akad *ju'alah*.

e. Madzab Maliki dan Syafi'i menambahkan syarat terkait akad *ju'alah*

dalam masalah tertentu tidak boleh dibatasi dengan waktu tertentu seperti pengembalian, mencari orang hilang. Sedangkan Mazhab Hanbali memperbolehkan pembatalan waktu tersebut. Mazhab Hanbali juga menjelaskan bahwa pekerjaan yang dikerjakan hasilnya tidak

terlalu berat meski dilakukan berulang kali seperti mengembalikan ternak lepas dalam jumlah yang banyak.

4. Ketentuan Fatwa DSN-MUI No.62/DSN-MUI/XII/2007

Dewan Syariah Nasional melalui Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah menerbitkan Fatwa DSN-MUI No.62/DSN-MUI/XII/2007 yang mengatur tentang Akad *Ju'ālah*. Dalam ketentuan fatwa tersebut, yang dimaksud mengenai *ju'ālah* merupakan janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan (*reward*) tertentu atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Terdapat dua pihak dalam pelaksanaan *ju'ālah* yaitu pihak *Ja'il* dan *Maj'ul lah*. *Ja'il* adalah pihak yang telah berjanji akan memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil pekerjaan yang telah ditentukan dan *Maj'ul lah* adalah pihak yang melaksanakan *ju'ālah*.¹⁸

Berdasarkan Fatwa DSN-MUI *ju'ālah* boleh dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai salah satu bentuk pelaksanaan pelayanan jasa yang pembayaran imbalannya bergantung pada pencapaian hasil yang telah ditentukan sebagaimana prinsip syariah dengan ketentuan akad sebagai berikut¹⁹:

- a. Pihak *Ja'il* harus memiliki kecakapan hukum dan kewenangan untuk melakukan akad;

¹⁸ Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia, “Fatwa DSN-MUI No. 63/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*” (Jakarta: DSN-MUI, 2007), 4

¹⁹ Ibid., 5.

- b. Obyek *Ju'ālah* harus berupa pekerjaan yang tidak dilarang oleh syariah, serta tidak menimbulkan akibat yang dilarang;
- c. Hasil pekerjaan sebagaimana dimaksud harus jelas dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran;
- d. Imbalan *Ju'ālah* harus ditentukan besarnya oleh *ja'il* dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran; dan
- e. Tidak boleh ada syarat dan imbalan diberikan di muka (sebelum pelaksanaan obyek *Ju'ālah*)

Adapun mengenai ketentuan hukum terkait *ju'ālah* dijelaskan sebagai berikut:

- a. Imbalan *ju'ālah* hanya berhak diterima oleh pihak maj'ul lahu apabila hasil dari pekerjaan tersebut terpenuhi;
- b. Pihak *ja'il* harus memenuhi imbalan yang diperjanjikannya jika pihak *maj'ullah* menyelesaikan prestasi yang ditawarkan.

C. Konsep Hadiah

1. Pengertian Hadiah

Hadiah berasal dari kata (هداية) yang terambil dari akar kata yang terdiri dari huruf *ha'*, *dal*, dan *ya* yang memiliki makna terkait dua hal. Pertama, tampil ke depan memberi petunjuk dari kata *Hadi* yang bermakna petunjuk jalan, karena tampil di depan. Kedua, menyampaikan dengan lemah lembut dari kata *hidayah* (هداية) yang berarti penyampaian sesuatu dengan lemah

lembut guna menunjukkan simpati.²⁰ Secara bahasa hadiah diartikan sebagai harta yang diberikan dan dihadiahkan kepada seseorang dalam rangka penghormatan. Sedangkan secara istilah menurut mazhab syafi'i mengartikan sebagai pemberian suatu benda dengan tanpa adanya imbalan yang diharapkan dan disertai dengan pemindahan barang tersebut kepada penerima hadiah sebagai bentuk penghormatan kepada penerima.²¹

Menurut Ensiklopedia Hukum Islam, hadiah dikategorikan sebagai hibah. Sedangkan hadiah berdasarkan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) merupakan pemberian (kenang-kenangan, penghargaan dan penghormatan). Pengertian lainnya menurut istilah fiqih dari beberapa pakar hukum islam seperti Zakariyya Al-Anshari mendefinisikan hadiah sebagai penyerahan hak milik harta benda tanpa ganti rugi yang umumnya dikirimkan kepada penerima untuk memuliakannya. Menurut Sayyid Sabiq, hadiah seperti halnya hibah dalam segi hukum maupun maknanya.

Dalam pengertian tersebut, Sayyid Sabiq menjelaskan bahwa hibah dan hadiah merupakan dua istilah dengan satu hukum dan satu makna, sehingga ketentuan yang berlaku dalam hibah juga berlaku pada hadiah.

Dan Muhammad Qal'aji mengartikan hadiah sebagai pemberian sesuatu tanpa adanya imbalan untuk menyambung tali silaturrahim, mendekatkan hubungan dan memuliakan. Maknanya, hadiah tidaklah murni dilakukan tanpa adanya imbalan, melainkan ada tujuan tertentu yang ingin dicapai

²⁰ Sahabuddin, *Ensiklopedia Al-Qur'an: Kajian Kosa Kata* (Jakarta: Lentera Hati, 2007), 261.

²¹ Muhammad Aqil Haidar, *Memberi Hadiah bagi Pemberi Hutang: Apakah Riba?* (Palembang: Lentera Islam, 2018), 6.

yaitu untuk menyambung tali silaturahmi, mendekatkan hubungan dan memuliakan.²²

Imam Syafi'i membagi *tabarru'āt* (pemberian) seseorang kepada yang lain menjadi dua bagian: yang dikaitkan dengan kematian dan itu adalah wasiat; yang dilakukan saat masih hidup. Pemberian saat masih hidup ini ada dua bentuk: murni pemindahan pemilikan seperti hibah, sedekah dan wakaf. Yang murni pemindahan pemilikan itu ada tiga macam: hibah, sedekah sunah dan hadiah. Jalan untuk menentukannya adalah kita katakan pemindahan pemilikan tanpa kompensasi (*tamlīk bi lā 'iwadh*), jika ditambah (adanya) pemindahan sesuatu yang dihibahkan dari suatu tempat ke tempat orang yang diberi hibah (dimana pemberian itu) sebagai penghormatan (*ikrāman*) maka itu adalah hadiah.

Jika ditambah bahwa pemindahan pemilikan itu ditujukan kepada orang yang membutuhkan, sebagai suatu *taqarrub* kepada Allah dan untuk meraih pahala akhirat maka itu adalah sedekah. Perbedaan hadiah dari hibah adalah dipindahkannya sesuatu yang dihibahkan dari suatu tempat ke tempat lain. Karena itu, lafadz hadiah tidak bisa digunakan dalam hal *property*. Dengan demikian, tidak dikatakan, "Saya menghadiahkan rumah atau tanah". Akan tetapi, hadiah itu digunakan dalam hal harta bergerak yang bisa dipindahpindahkan seperti pakaian, hamba sahaya, dan sebagainya. Oleh karena itu, dari macam-macam pengertian di atas bisa dibedakan antara yang umum dan yang khusus. Jadi semua hadiah dan sedekah merupakan hibah, tetapi tidak sebaliknya.²³

2. Dasar Hukum Hadiah

a. Al- Qur'an

1) Q.S Al-Baqarah ayat 177:

...وَأَتَى الْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ...

Artinya : "...dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak yatim, orang-orang miskin, orang-orang yang dalam perjalanan (musafir), peminta-minta, dan untuk memerdekakan hamba sahaya,.."(Q.S Al Baqarah : 177)

²² Taufiqur Rahman, *Buku Ajar: Fiqih Mumalah Kontemporer* (Lamongan: Academia Publication, 2021), 49.

²³ Ibid.

Dari potongan ayat di atas, menjelaskan bahwa dianjurkan untuk memberikan sebagian harta yang dimiliki kepada seseorang yang membutuhkan sebagaimana urutan yang paling diutamakan atau paling dekat yaitu kepada kerabat dekat dahulu dan kemudian kepada yang lain selanjutnya.

2) Q.S An-Nisa ayat 4:

وَأْتُوا النِّسَاءَ صَدَقَاتِهِنَّ نِحْلَةً فَإِنْ طِبْنَ لَكُمْ عَنْ شَيْءٍ مِّنْهُ نَفْسًا فَكُلُوهُ هَنِيئًا مَّرِيئًا

Artinya: *“Dan berikanlah maskawin (mahar) kepada perempuan (yang kamu nikahi) sebagai pemberian yang penuh kerelaan. Kemudian, jika mereka menyerahkan kepada kamu sebagian dari (maskawin) itu dengan senang hati, maka terimalah dan nikmatilah pemberian itu dengan senang hati.”* (Q.S An-Nisa : 4)

Dari potongan ayat di atas, menjelaskan bahwa apabila kita memberi dan menyerahkan hadiah dengan penuh sukarela kepada seseorang seperti layaknya suami memberikan mahar kepada istrinya, maka ambil dan pergunakan sebagaimana yang kamu kehendaki dan halal hukumnya juga salah satu bentuk kebaikan.

b. As-Sunnah

1) Dari Abu Hurairah r.a, Nabi Muhammad S.A.W bersabda:

تَهَادَوْا تَحَابُّوا

Artinya : *“Saling memberi hadiah, maka kalian akan saling mencintai.”* (HR. Bukhari dalam *Al-Adab Al-Mufrod*, no. 594. Hadis ini dihasankan oleh Syaikh Al-Albani dalam *Al-Irwa’*, no. 1601. Syaikh Musthofa Al-‘Adawi bahwa sanad hadisnya hasan dengan syawahidnya)

Hadis diatas menjelaskan bahwa hadiah yang kita berikan akan menimbulkan rasa cinta dan mempererat hubungan baik dengan sesama manusia.

- 2) Juga ada hadis dari Abu Hurairah r.a, Nabi Muhammad S.A.W bersabda:

تَصَافَحُوا يَذْهَبُ الْغِلُّ ، وَتَهَادَوْا تَحَابُّوا ، وَتَذْهَبُ الشَّحْنَاءُ

Artinya : " *Saling bersalamanlah (berjabat tanganlah) kalian, maka akan hilanglah kedengkian (dendam). Saling memberi hadiahlah kalian, maka kalian akan saling mencintai dan akan hilang kebencian.*" (HR. Malik dalam *Al-Muwatha'*, 2/ 908/ 16. Syaikh Al-Albani menukilkan pernyataan dari Ibnu 'Abdil Barr bahwa hadis ini bersambung dari beberapa jalur yang berbeda, semuanya hasan)

Dalam hadis tersebut dapat dipahami bahwa memberi hadiah merupakan perbuatan yang dapat menghilangkan dendam dalam hati. Karena ketika orang yang saling memberi tersebut akan menimbulkan rasa saling mencintai, mempertebal hubungan persaudaraan dan meningkatkan kepedulian terhadap sesamanya.

- 3) Aisyah r.a menyatakan,

يَقْبَلُ الْهَدِيَّةَ وَيُنِيبُ عَلَيْهَا - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - كَانَ رَسُولُ اللَّهِ

Artinya : " *Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam biasa menerima hadiah dan biasa pula membalasnya.*" (HR. Bukhari, No. 2585)

Makna dari hadis di atas adalah bagaimana Rasulullah Saw. telah sering menerima hadiah dari orang lain dan juga sering pula membalas pemberian hadiah tersebut serta menganjurkan agar saling memberi hadiah.

3. Rukun dan Syarat Hadiah

Rukun dan syarat yang harus dipenuhi dalam pemberian hadiah sebagai sebuah akad antara lain²⁴:

a. Pemberi (*Wāhib*)

Pemberi atau *wahid* adalah orang yang memberikan hadiah dengan disertai pemindahan kepemilikan atas barang atau hadiah tersebut.

Syarat pemberi hadiah (*wāhib*) sebagai berikut:

- 1) Ia adalah pemilik sebenarnya atas suatu benda yang akan dihadiahkan. Karena dalam hadiah mempunyai akibat hak milik, maka pihak pemberi hadiah haruslah mempunyai hak penuh atas benda yang dihadiahkan tersebut.
- 2) Pihak pemberi hadiah adalah orang yang cakap secara hukum dalam melakukan transaksi yaitu baligh dan berakal.
- 3) Pihak pemberi hadiah hendaknya melakukannya dengan kerelaan dan tanpa paksaan dari pihak lain, karena menghadiahkan benda kepemilikannya dalam keadaan terpaksa dan bukan hasil dari ikhtiar diri sendiri sudah pasti tindakannya dianggap tidaklah sah.

b. Penerima (*Mauhūblah*)

Karena hadiah merupakan transaksi yang dilakukan secara langsung, pihak penerima hadiah disyaratkan ada atau sudah wujud ketika akad hadiah dilakukan. Sehingga, hadiah tidak boleh diserahkan ketika anak masih dalam kandungan. Penerima hadiah dalam persoalan

²⁴ Betti Angraini., dkk, *Akad Tabarru' dan Tijarah dalam Tinjauan Fiqih Muamalah* (Bengkulu: CV. Sinar Jaya Berseri, 2022), 52 – 54.

ini tidak diisyaratkan agar baligh dan juga berakal, jadi apabila penerima hadiah belum dinyatakan cakap bertindak ketika pelaksanaan transaksi dapatlah diwakilkan oleh walinya.

c. Barang yang dihadiahkan (*Mauhūb*)

Barang yang dihadiahkan atau *mauhud* disyaratkan sebagai berikut:

- 1) Barang yang dihadiahkan haruslah milik dari pihak pemberi hadiah sendiri
- 2) Barang yang dihadiahkan ketika transaksi hadiah dilaksanakan harus sudah ada dalam wujud yang sesungguhnya
- 3) Objek yang dihadiahkan adalah sesuatu yang diperbolehkan oleh agama
- 4) Harta yang dihadiahkan telah dipisahkan secara jelas dari harta yang dimiliki oleh pemberi hadiah tersebut.

d. *Ijab* dan *Qabul* (*Sighat Akad*)

Sighat akad adalah kunci utama atau awal dalam pemberian hadiah sehingga perbuatan tersebut dapat mencerminkan terjadinya pemindahan hak milik melalui transaksi hadiah. Hadiah tidak dianggap ada atau transaksi hadiah tidak dilakukan apabila *shighat* akad tidak dilaksanakan walaupun ketiga unsur sebelumnya telah terpenuhi syaratnya.

BAB III

GAMBARAN UMUM SHOPEE DAN MEKANISME PENGGUNAAN VOUCHER GRATIS ONGKIR DI SHOPEE

A. Gambaran Umum Aplikasi Shopee

Shopee merupakan situs belanja *Online* yang diluncurkan untuk pertama kali di Singapura pada tahun 2015 dan telah memperluas jangkauan sejak diluncurkan ke berbagai negara seperti Malaysia, Indonesia, Taiwan, Vietnam, Filipina dan Thailand.¹ Shopee resmi diperkenalkan di Indonesia pada bulan Desember 2015 di bawah naungan PT. Shopee International Indonesia yang beralamat di Wisma 77 Tower 77 Tower 2 Lantai 11, Jl. Letjen. S. Parman Kav. 77 Slipi, Palmerah, Kota Administrasi Jakarta Barat. Sejak peluncurannya di Indonesia hingga saat ini aplikasi Shopee di Smartphone telah didownload oleh jutaan pengguna dan mengalami perkembangan yang sangat pesat sebagai platform yang memberikan pengalaman berbelanja online dengan mudah, aman dan cepat bagi para pelanggan di setiap wilayah Indonesia.²

Shopee menjadi *platform mobile* sebagai wadah belanja *online* yang mempermudah para pelaku usaha maupun pembeli untuk mencari, berbelanja, dan berjualan sesuai dengan keinginannya secara langsung dengan *smartphone*. Shopee juga menawarkan berbagai jenis produk yang dilengkapi sistem

¹ Shopee, dalam <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee> (Diakses pada tanggal 1 Mei 2022 pukul 23.30 WIB).

² Shopee, "Tentang Shopee" dalam <https://careers.shopee.co.id/> (Diakses pada tanggal 04 Juli 2022 pukul 18.13 WIB).

pembayaran yang terjamin aman, layanan pengiriman yang terintegrasi dan fitur-fitur inovatif untuk membuat kegiatan jual beli menjadi lebih menyenangkan, praktis dan terjaga keamanannya.³

Shopee dalam perkembangannya terus meluncurkan berbagai macam fitur yang dapat mempermudah para penggunanya dalam melakukan kegiatan jual beli secara *online*. Berbagai fitur yang telah ada dan tersedia pada aplikasi Shopee seperti *Shopee Mall*, *Gratis Ongkir & Voucher*, *Fashion*, *Bayar di Tempat*, *Flash Sale*, *Shopee Games*, *ShopeePay*, *ShopeePayLater* dan masih banyak fitur lainnya yang dapat dinikmati dan digunakan oleh para pengguna Shopee.

B. Fitur-Fitur Shopee

Perkembangan Shopee di Indonesia yang berkembang pesat dibandingkan *marketplace* lainnya tidaklah lepas dari pengaruh fitur-fitur baru yang terus dikembangkan dan disediakan oleh Shopee. Fitur-fitur tersebut menjadi daya tarik tersendiri yang menjadikan Shopee sebagai *marketplace* yang sukses diminati di Indonesia karena telah memberikan manfaat terhadap penjual dan pembeli sebagai pengguna Shopee. Diantara beberapa fitur yang disediakan oleh Shopee dan menjadi sebagai berikut⁴:

1. Gratis Ongkir (Ongkos Kirim)

Gratis ongkir menjadi salah satu fitur yang menjadi primadona dikalangan pengguna yang selalu diminati dan ditunggu

³ Jeko I. R., "*Shopee: Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia*" dalam <https://m.liputan6.com/> (Diakses pada tanggal 26 Juni 2021 pukul 20.25 WIB).

⁴ Ginee, "*Sejarah Shopee di Indonesia: Marketplace Sukses di Tanah Air*" dalam <https://ginee.com/id/insight/> (Diakses pada tanggal 5 Juni 2022 pukul 20.57 WIB).

kehadirannya. Sejak kehadiran Shopee hingga sekarang di Indonesia, fitur gratis ongkir Shopee ini membuat banyak orang memilih melakukan transaksi jual beli online di Shopee sebagai pilihan utama. Hal tersebut tidak lepas dari prosedur atau proses penggunaan gratis ongkir ini yang mudah bagi para pengguna Shopee khususnya pembeli untuk menggunakannya.

Sistem gratis ongkir pada Shopee disediakan dengan bentuk *voucher* yang diberikan kepada para pembeli yang telah menginstal aplikasi di smartphone. *Voucher* gratis ongkir tersebut dapat digunakan secara langsung ketika akan *checkout* produk yang telah dibeli secara online ataupun pembeli harus mengklaim terlebih dahulu pada notifikasi pemberitahuan jika ada atau melalui dengan cara melalui fitur Gratis Ongkir dan *Voucher* yang ada di aplikasi sesuai pilihan yang tersedia dan diinginkan.⁵

Terdapat pilihan yang beragam untuk *voucher* gratis ongkir yang dapat digunakan oleh pemberi yang diberikan oleh pihak Shopee melalui kerjasama dan persetujuan yang dilakukan oleh penjual sebelumnya, diantaranya adalah Gratis Ongkir Rp 0 dan Gratis Ongkir Xtra dengan minimal pembelian mulai dari gratis ongkir Rp15.000/pesanan dengan minimal belanja Rp30.000, gratis ongkir hingga Rp25.000/pesanan dengan minimal belanja Rp.30.000, gratis ongkir hingga Rp40.000/pemesanan

⁵ Pengguna Shopee Yeni Anggraini., *Wawancara*, tentang Penggunaan Voucher Gratis Ongkir di Shopee, Nganjuk, 15 Juli 2022.

dengan minimal belanja Rp120.000, gratis ongkir hingga Rp20.000/pesanan dengan minimal belanja Rp300.000, dan gratis ongkir hingga Rp50.000/pesanan dengan minimal belanja Rp300.000.⁶

Dalam penggunaan *voucher* gratis ongkir, tidak semua produk yang kita beli akan dapat keistimewaan pembebasan biaya kirim sehingga sebagai pembeli atau pengguna harus mengetahui ketentuan atau syarat penggunaan terlebih dahulu yang telah disediakan oleh pihak Shopee. Penggunaan satu *voucher* gratis ongkir di Shopee berlaku untuk maksimal 5 (lima) pesanan berbeda dalam satu kali *checkout* dan berlaku untuk pesanan dari toko yang sama maupun berbeda.

Pembayaran yang dilakukan sewaktu menggunakan *voucher* gratis ongkir pada aplikasi Shopee didukung dengan berbagai macam pilihan yang dapat ditentukan oleh pembeli selaku pengguna. Shopee didukung dengan 11 (sebelas) pilihan pembayaran yaitu Kartu Kredit/Debit, Transfer Bank, Indomaret, Alfamart, One Link, Cicilan Kartu Kredit, COD(Cash On Delivery), SPayLater, ShopeePay, Akulaku, dan Mitra Shopee. Pembeli dapat membayar produk belanjannya melalui salah satu metode yang diinginkan dengan mengikuti ketentuan yang telah diterapkan oleh pihak Shopee.

⁶ Shopee, “*Gratis Ongkir: Apa Ketentuan Vucher Gratis Ongkir?*” dalam <https://help.shopee.co.id/portal/article/> (Diakses pada tanggal 8 Juli 2022 Pukul 14.56 WIB).

2. Cash On Delivery (COD)

Cash On Delivery (COD) atau juga dikenal dengan metode bayar ditempat adalah metode pembayaran yang dilakukan setelah pesanan yang dikirim oleh kurir diterima oleh pembeli. Fitur COD merupakan salah satu fitur yang telah banyak digunakan oleh *marketplace* lainnya di Indonesia dan juga telah banyak diminati oleh para pembeli selain promo *voucher* gratis ongkir. Walaupun COD merupakan fitur yang umum diketahui oleh penggemar belanja online, akan tetapi Shopee memberikan layanan yang berbeda kepada pengguna aplikasinya yaitu dengan memberikan COD yang disertai dengan *voucher* gratis ongkir.

Adanya *voucher* gratis ongkir dengan didukung sistem COD atau bayar di tempat, maka pembeli dapat mengurangi biaya yang harus dikeluarkan saat berbelanja secara online. Selain mengurangi biaya pengeluaran belanja, alasan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan sistem COD pada aplikasi Shopee adalah karena para pembeli atau pengguna ingin menghindari adanya penipuan yang terkadang terjadi dikarenakan penjual yang tidak jujur saat berjualan online di aplikasi-aplikasi *marketplace* salah satunya kemungkinan barang yang tidak sampai. Hal lain penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan sistem pembayaran COD adalah pembeli tidak lagi harus mengeluarkan tenaga untuk keluar melakukan metode pembayaran lainnya seperti harus mengantri di alfamart, indomart, ATM dan sebagainya.

Mayoritas pengguna *voucher* gratis ongkir dengan COD lebih merasa aman dan nyaman karena dapat menerima dan melihat barang yang dipesannya diterima secara langsung, kemudian setelah itu baru membayar sesuai dengan nominal yang dibeli. Walaupun dengan adanya sistem ini belum terjamin kesempurnaan pesanan dan kesesuaian barang yang kita pesan karena pembeli harus membayar terlebih dahulu sebelum bisa membukanya, akan tetapi penerimaan barang secara langsung menjadi bentuk kepercayaan terhadap penjual dan kemudahan sistem pembayaran bagi pembeli.

Barang atau produk yang tidak sesuai atau mengalami kerusakan dalam hal apapun dapat dilakukan return (pengembalian) sebagaimana ketentuan yang telah disepakati oleh penjual dan Shopee juga pembeli sebagaimana tertera dalam setiap ketentuan toko dan deskripsi produk. Penilaian kepuasan pelanggan yang telah membeli barang pada toko online yang khususnya ada di Shopee dapat juga dijadikan sebagai tolak ukur sebelum melakukan pembelian.

3. Cashback dan *Voucher*

Cashback merupakan sebuah penawaran yang diberikan kepada pembeli berupa presentase pengembalian baik dalam bentuk uang tunai atau uang virtual atau bahkan hal lainnya dengan syarat pembelian tertentu yang telah ditentukan oleh pihak penyelenggara cashback.⁷ Shopee yang juga memiliki fitur cashback dengan mengutamakan branding yang

⁷ Oni Sahroni, *Fikih Muamalah Kontemporer Jilid*, (Jakarta: Republika Penerbit, 2020), 278.

menjadi unggulannya juga memberikan kemudahan bagi para pembeli melalui cashback dalam bentuk *voucher*. *Voucher* cashback ini adalah *voucher* yang pembeli dapat gunakan saat akan *checkout* barang belanjanya dan memungkinkan kita mendapatkan cashback atau pengembalian berupa koin Shopee.

Terdapat berbagai pilihan *voucher* cashback yang disediakan oleh Shopee mulai dari cashback 5%, 10%, 25% dan lain sebagainya dari jumlah pesanan yang dibeli. Koin Shopee dari cashback ini nantinya akan terakumulasi dengan milik pengguna sebelumnya dan dapat digunakan kembali untuk melakukan transaksi pembeli sebagai diskon saat belanja. Pembeli hanya dapat menggunakan koin Shopee saat bertransaksi sebesar 25% dari total transaksi pada aplikasi Shopee.⁸

4. Shopee Koin dan ShopeePay

Shopee Koin atau Koin Shopee merupakan mata uang virtual resmi yang dimiliki oleh Shopee. Penggunaan 1 (satu) koin Shopee setara dengan Rp1 yang dapat digunakan untuk mengimbangi jumlah transaksi ketika melakukan pembelian pada aplikasi Shopee. Ada batasan jumlah koin yang dapat digunakan dan diperoleh serta ketentuan bahwa koin Shopee tidak dapat ditukar dengan uang tunai.

⁸ Winda, “Kenalan dengan *Voucher Cashback Shopee*, Pengertian Serta Cara Mendapatkannya” dalam <https://cerdasbelanja.grid.id/read/> (Diakses pada tanggal 7 Juli 2022 pukul 10.27 WIB).

ShopeePay sebagai salah satu fitur unggulan di Shopee mengeluarkan program Cashback yang diberikan dalam bentuk koin Shopee.⁹ Ketika para pembeli atau para pengguna Shopee sedang berbelanja, akan terdapat banyak promosi yang didapat apabila menggunakan pembayaran dengan ShopeePay. Promosi yang biasa digunakan oleh Shopee yaitu diantaranya adalah memberikan cashback berupa koin Shopee yang dapat digunakan untuk pembelian berikutnya. Jika berhasil memenuhi syarat dan ketentuan program tersebut, maka Shopee Koin akan langsung dikreditkan ke dalam akun pengguna setelah pembayaran pembelian dilakukan.

5. Shopee Games

Games merupakan hal yang banyak diminati saat ini sejak digitalisasi semakin berkembang dan mempengaruhi kehidupan masyarakat seperti halnya di Indonesia. Shopee sebagai salah satu *marketplace* yang banyak diminati di Indonesia, sejalan dengan hal yang banyak digemari di sekitarnya menghadirkan inovasi yang dapat menjadikannya unggul dengan *marketplace* yang lainnya, salah satunya adalah dengan adanya fitur Shopee Games. Fitur ini dapat dinikmati para pengguna aplikasi Shopee untuk bersenang-senang dan mendapatkan bonus yang telah disediakan oleh pihak Shopee selain hanya untuk berbelanja online.

Beragam pilihan Shopee Games mulai dari Shopee Candy, Shopee Tanam, Shopee Lempar dan lain-lain dapat dimainkan dan jika beruntung,

⁹ <https://help.shopee.co.id/portal/article/>, "ShopeePay: Bagaimana cara mendapatkan Cashback Koin Shopee saat membayar dengan ShopeePay?" (Diakses pada tanggal 7 juli 2022 pukul 15.36 WIB).

pengguna bisa mendapatkan hadiah beragam seperti *voucher* cashback, *voucher* belanja, koin Shopee, dan lain sebagainya masih banyak lagi. Fitur ini juga akan membuat semakin betah dan berlama-lama dalam menggunakan aplikasi Shopee dan membawa penilaian terbaik dari pengguna bagi Shopee.

C. Layanan dan Inovasi di Shopee untuk Menunjang Pengalaman Berbelanja Online

Pelayanan yang baik akan berdampak baik pula untuk kemajuan dalam dunia bisnis terutama untuk *marketplace*. Setiap *marketplace* yang ada di Indonesia akan memiliki caranya sendiri untuk tetap bersaing untuk mendapatkan kepercayaan para peminat dan penggunanya agar tetap setia, seperti yang selalu dilakukan oleh Shopee untuk menunjang kenyamanan para pembeli dalam pengalamannya saat berbelanja online. Berikut beberapa layanan dan inovasi yang ada di Shopee dalam menunjang pengalaman belanja dalam metode logistic sebagai mana dikutip pada itworks.id lewat siaran pers Direktur Shopee Indonesia, Handhika Jahja sebagai berikut diantaranya¹⁰:

1. Tim Customer Service

Adanya tim customer service ini adalah untuk membantu setiap pengguna aplikasi Shopee jika sedang membutuhkan pengarahan terkait ketidaktahuan atau ketidakpahaman hal-hal pada sistem yang ada dalam aplikasi. Customer service ini dapat dihubungi melalui Email, Call Center,

¹⁰ Teguh Suyudi, “*Ini Deretan Layanan dan Inovasi untuk Maksimalkan Pengalaman Belanja*” dalam <https://www.itworks.id/> (Diakses pada tanggal 12 Juli 2022 Pukul 18.45 WIB).

Twitter maupun Instagram yang beroperasi selama 24 jam dan 7 hari dalam seminggu.

2. Tim *Fraud*

Tim ini dibentuk untuk melakukan tugas pemantauan terhadap isu-isu yang muncul dan sekiranya akan berpotensi dapat merugikan pihak-pihak yang berkaitan dengan Shopee secara internal atau eksternal.

3. Mitra Logistik Terpercaya

Shopee dalam menjamin pesanan yang dikirim oleh para penjual kepada pembeli dengan aman dan cepat telah bekerjasama dengan mitra logistic yang terpercaya di berbagai daerah di seluruh Indonesia seperti *J&T Express*, *JNE Express*, *SiCepat* dan mitra logistik lainnya.

4. Dikelola Shopee

Shopee dengan mengedepankan kecepatan dan kepercayaan menjalankan sistem layanan one stop solution dengan keamanan 24 jam di gudang untuk mengelola produk, stock dan pesanan dari mitra brand dan penjual;

5. Shopee *Express*

Shopee *Express* merupakan layanan pengiriman yang dimiliki oleh Shopee dan memiliki rata-rata pengiriman 2 jam setelah pengguna menyelesaikan transaksi pembayaran.

6. ShopeePay

ShopeePay merupakan layanan e-money yang disediakan oleh Shopee sebagai variasi pembayaran yang dapat digunakan oleh para pengguna dan telah dijamin keamanannya di bawah OJK dan Bank Indonesia. Menurut

riset dari *YouGov* telah membuktikan bahwa ShopeePay mencatat pertumbuhan e-money terpesat di Indonesia. ShopeePay juga telah dapat digunakan di lebih dari 500 kota dan ratusan ribu mitra merchant di Indonesia sejalan dengan ekspansi ShopeePay di pedagang online maupun offline.

7. *Cash On Delivery* (COD)

Cash and Delivery menjadi salah satu solusi metode pembayaran yang aman dan nyaman selama melakukan belanja online. Pada tahun 2020 kuartal II, COD menjadi metode pembayaran yang mengalami kenaikan signifikan hampir 2,5x lipat.

D. Prosedur Membuat Akun Baru di Shopee

Berbagai macam fitur telah disediakan bagi para pengguna Shopee yang telah memiliki akun Shopee terlebih dahulu. Apabila kemudian belum memiliki akun Shopee, para pengguna diharapkan membuat akun Shopee untuk cara awal sebelum melakukan aktivitas belanja online di Shopee. Pembuatan akun baru di Shopee ini tidak dipungut biaya dan sangat mudah untuk dilakukan. Akun Shopee ini dapat dibuat melalui Aplikasi Shopee secara langsung lewat *Smartphone* ataupun melalui website Shopee yaitu <https://shopee.co.id>.

Salah satu contoh pembuatan akun Shopee melalui *Smartphone* dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Unduh Aplikasi Shopee melalui Play Store untuk Android dan App Store untuk IOS.



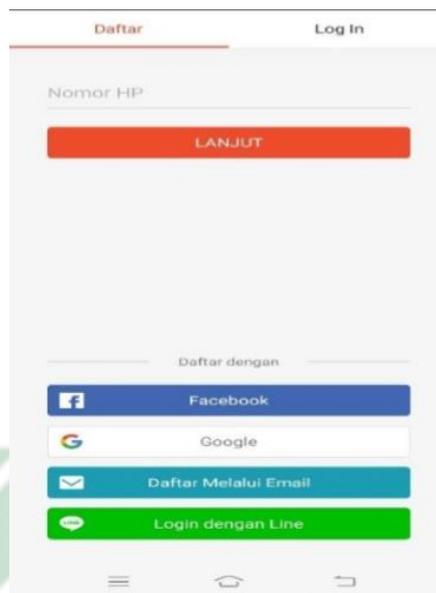
Gambar 1.1 Tampilan Aplikasi Shopee pada AppStore
Sumber : *Screenshot Shopee*

2. Setelah mengunduh Aplikasi Shopee. Masuk ke aplikasi lalu klik mulai kemudian pilih menu Register/Daftar.



Gambar 1.2 Halaman Utama Shopee
Sumber : *Screenshot Shopee*

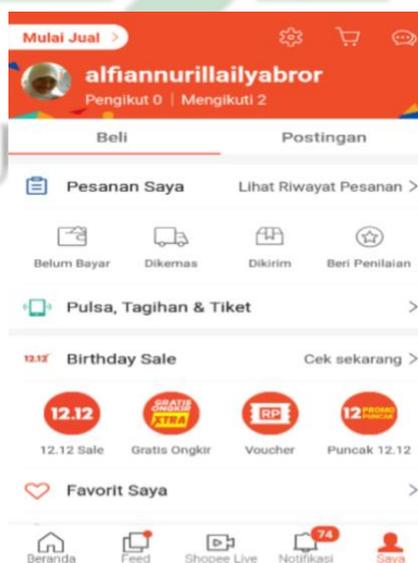
3. Langkah selanjutnya adalah melakukan pendaftaran akun dengan beberapa pilihan diantaranya menggunakan nomor telephone/email/LINE/Facebook.



Gambar 1.3 Menu Daftar dan Log in Shopee

Sumber : *Screenshoot Shopee*

4. Setelah melakukan proses registrasi/pendaftaran akun, maka akan secara otomatis menjadi pengguna Shopee dan selanjutnya para pengguna dapat menggunakan akun tersebut untuk menjadi pembeli ataupun penjual.



Gambar 1.4 Halaman Akun Shopee

Sumber : *Screenshoot Shopee*

E. Mekanisme Penggunaan *Voucher* Gratis Ongkir dengan Menggunakan ShopeePay

1. Syarat dan Ketentuan Mengaktifkan ShopeePay

Syarat dan ketentuan untuk bisa mengaktifkan ShopeePay dapat dilihat melalui website <https://help.shopee.co.id> dan dapat menanyakan secara langsung melalui *customer service* dari pihak Shopee atau juga dengan melihat tata cara aktivasi ShopeePay. Syarat untuk aktivasi ShopeePay ini terbilang mudah dikarenakan hanya pengguna WNI yang telah memiliki KTP.¹¹ Dalam syarat-syarat untuk dapat melakukan aktivasi ShopeePay tidak dijelaskan untuk yang lainnya. Ketentuan mengenai penggunaan ShopeePay sendiri juga tidak diatur secara khusus, pasalnya ShopeePay bisa digunakan untuk pembayaran apapun, akan tetapi saldo yang harus ada saat melakukan *checkout* pembelian memenuhi jumlah yang akan digunakan.¹²

2. Cara Mengaktifkan ShopeePay

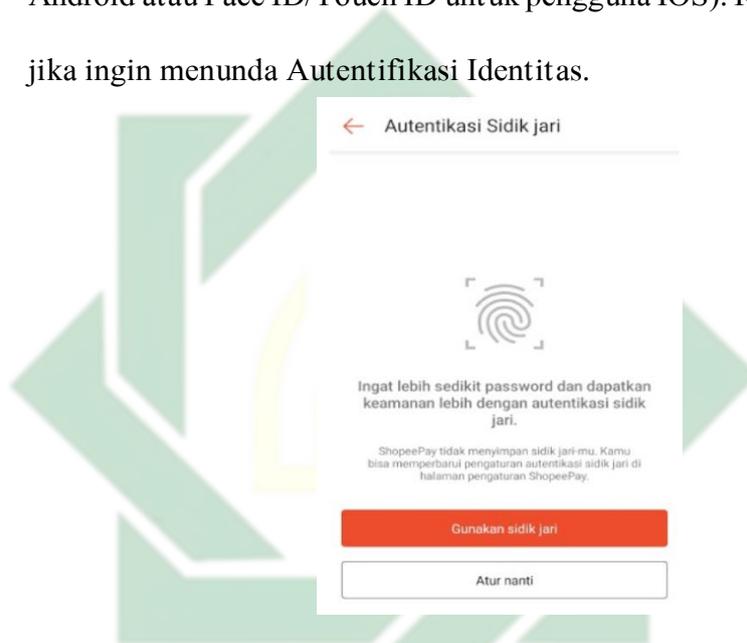
Proses mengaktifkan ShopeePay hanya dapat dilakukan melalui aplikasi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Setelah masuk pada aplikasi Shopee, lalu masuk ke halaman **Saya** dan pilih **ShopeePay**.
- 2) Akan muncul Syarat dan Ketentuan dan kemudian setuju lalu klik pilih **Saya Setuju, Aktifkan Sekarang**.

¹¹ Pengguna Shopee Pudjiati, *Wawancara*, tentang Penggunaan Voucher Gratis Ongkir di Shopee, Nganjuk, 15 Juli 2022.

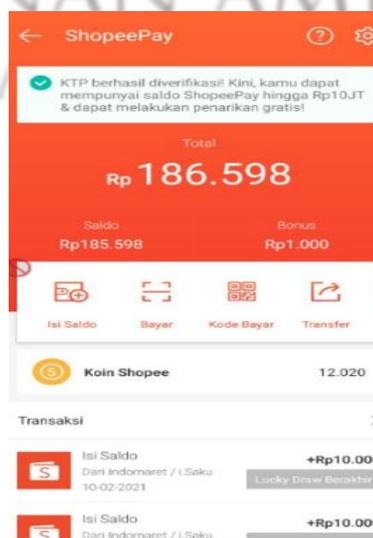
¹² *Customer Service Choki*, *Wawancara*, via *live chat* Aplikasi Shopee pada tanggal 27 Juli 2022.

- 3) Setelah beberapa saat, pengguna akan menerima kode verifikasi. Masukkan kode yang dikirim melalui nomor telephone tersebut, lalu klik **Lanjut** dan atur PIN ShopeePay.
- 4) Klik halaman untuk Autentifikasi Identitas (sidik jari pengguna Android atau Face ID/Touch ID untuk pengguna IOS). Klik **Atur Nanti**, jika ingin menunda Autentifikasi Identitas.



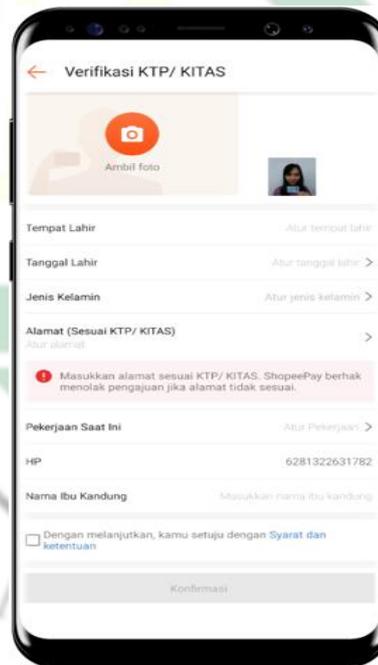
Gambar 2.1 Halaman Autentifikasi Sidik Jari Shopee
Sumber : *Screenshot Shopee*

- 5) Selanjutnya ShopeePay akan otomatis dapat digunakan.



Gambar 2.2 Halaman Menu ShopeePay
Sumber : *Screenshot Shopee*

- 6) Jika ingin menggunakan fitur-fitur ShopeePay yang lain, setelah melakukan aktivasi dengan cara sebagai berikut:
- a) Klik halaman **Saya** dan pilih **ShopeePay**.
 - b) Klik Verifikasi Sekarang
 - c) Masukkan Info KTP/KITAS pengguna sesuai dengan yang tertera pada kartu identitas. 1 (satu) KTP/KITAS hanya dapat digunakan membuat satu akun Shopee.



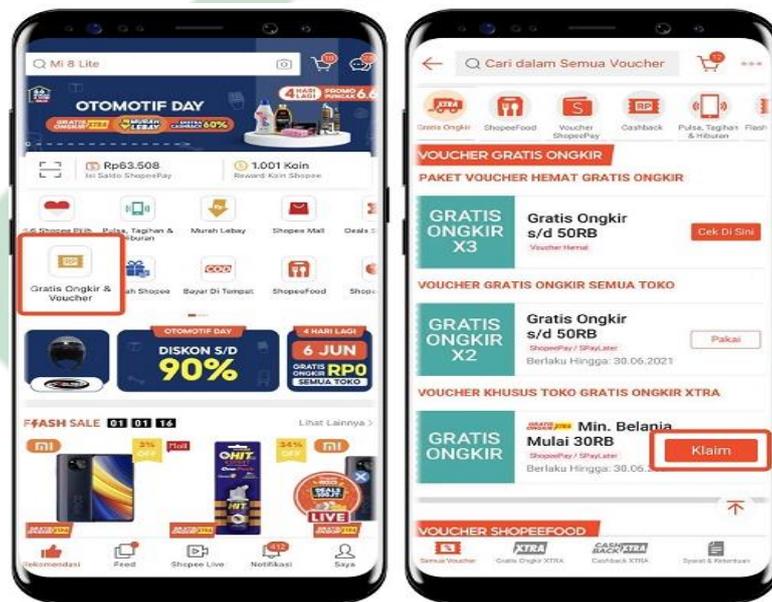
Gambar 2.3 Tampilan Aktivasi Akun ShopeePay
Sumber : *Screenshot Shopee*

- d) Kemudian tunggu notifikasi verifikasi akun disetujui dan pengguna dapat menggunakan ShopeePay dan berbagai macam fitur yang tersedia di dalamnya.

3. Cara Klaim *Voucher* Gratis Ongkir Menggunakan ShopeePay

Untuk mendapatkan *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay, perlu dilakukan beberapa langkah sebagai berikut:

- a. Klik pilihan fitur yang disediakan oleh Shopee yaitu **Gratis Ongkir & Voucher**. Kemudian pilih *voucher* yang diinginkan menggunakan ShopeePay, lalu Klik **Klaim**.



Gambar 3.1 Menu Fitur Gratis & Voucher Shopee
Sumber : *Screenshot Shopee*

- b. Setelah melakukan **Klaim** terhadap *voucher* yang dipilih, tombol **Klaim** akan berubah menjadi **Pakai** ketika *voucher* berhasil diklaim dan *voucher* akan otomatis masuk dalam **Voucher Saya**.

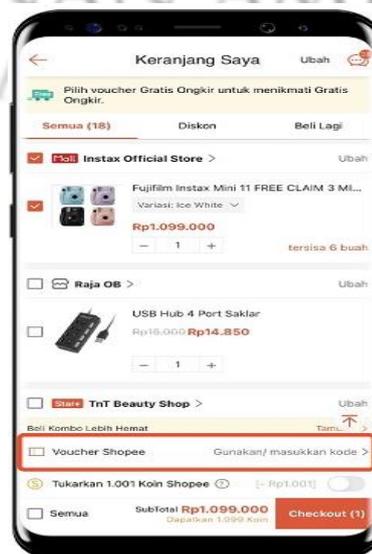


Gambar 3.2 Tampilan Klaim Voucher Gratis Ongkir ShopeePay
Sumber : *Screenshot Shopee*

4. Cara Membayar Belanjaan Shopee (*checkout*) dengan *Voucher* Gratis Ongkir ShopeePay

Untuk melakukan pembayaran (*checkout*) menggunakan voucher gratis ongkir ShopeePay, dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Buka halaman Keranjang, kemudian klik **Voucher** Shopee.



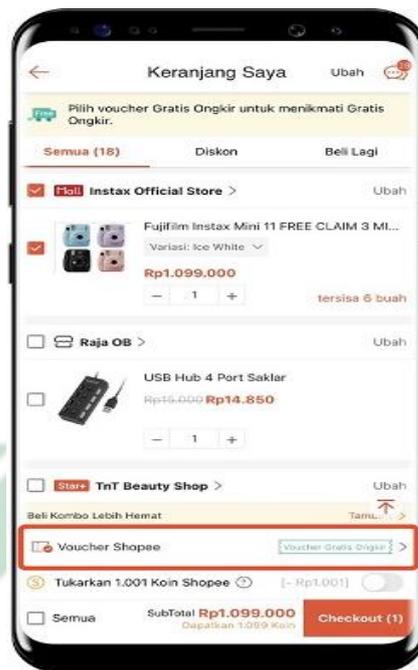
Gambar 4.1 Tampilan Checkout Menggunakan Voucher Gratis Ongkir
Sumber : *Screenshot Shopee*

- b. Selanjutnya klik *voucher* yang akan digunakan sampai muncul tanda centang berwarna orange. *Voucher* dapat digunakan jika belanjaan yang dipilih oleh pengguna atau pembeli pada aplikasi Shopee memenuhi Syarat & Ketentuan pengguna *voucher* gratis ongkir dengan ShopeePay (Contoh: min. pembelian, jasa kirim dan lainnya) kemudian klik **Ok**.



Gambar 4.2 Tampilan saat Memilih Voucher Gratis Ongkir
Sumber : *Screenshot Shopee*

- c. *Voucher* gratis ongkir siap untuk digunakan jika muncul tanda sebagai berikut di kolom *Voucher* Shopee.



Gambar 4.3 Tampilan saat Voucher Berhasil Digunakan
Sumber : *Screenshot Shopee*

- d. Kemudian klik **Checkout**, dan pilih informasi pengiriman yang digunakan dan klik **Buat Pesanan** selanjutnya proses pengiriman barang akan dikonfirmasi oleh Shopee sampai ke tangan pengguna atau pembeli.¹³

Setelah melakukan proses pembayaran belanjaan dengan menggunakan ShopeePay dan *voucher* gratis ongkir ShopeePay, maka pembeli akan menerima notifikasi bahwa pembayaran telah selesai dilakukan. Pembayaran menggunakan ShopeePay ini, bagi para pembeli di Shopee harus menyediakan saldo yang cukup sehingga *voucher* gratis ongkir juga dapat digunakan dengan ShopeePay. Pembayaran

¹³ Pengguna Shopee Andam Fitri D.N., *Wawancara*, tentang proses pembayaran belanja menggunakan *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay, Nganjuk, 15 Juli 2022.

menggunakan ShopeePay akan langsung otomatis menunggu barang di kemas oleh penjual hingga sampai ke tangan pembeli.¹⁴



¹⁴ Pengguna Shopee Dian Indryani., *Wawancara*, tentang proses pembayaran belanja menggunakan *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay, Nganjuk, 15 Juli 2022.

BAB IV

ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP *VOUCHER* GRATIS ONGKIR DENGAN MENGGUNAKAN SHOPEEPAY DI SHOPEE

A. Analisis Praktik Penggunaan *Voucher* Gratis Ongkir dengan ShopeePay pada Aplikasi Shopee

Munculnya berbagai macam *marketplace* menjadi bukti perkembangan yang pesat di era digitalisasi teknologi dan ekonomi yang ada di Indonesia. Seiring banyaknya pengguna *smartphone* dan pemanfaatannya yang selalu dimaksimalkan oleh para pemiliknya dalam berbagai situasi dan kondisi, para pemilik bisnis online mengandalkan *marketplace* sebagai platform jual beli online yang dapat membawa keuntungan dalam menjual produknya kepada pembeli. Dalam hal meningkatkan penjualan produk para penjual, *marketplace* sebagai wadah dalam melakukan transaksi jual beli akan berlomba-lomba memberikan berbagai penawaran untuk menarik minat dan penggunaannya melalui inovasi yang dikeluarkan yang dapat menjadikan fitur unggulan yang digunakan para pembeli.

Shopee sebagai salah satu *marketplace* yang banyak menarik minat masyarakat Indonesia, selalu memberikan berbagai inovasi fitur terbaru diberbagai kesempatan yang dapat memanjakan para penggunaannya dalam berbelanja online. Shopee memiliki fitur unggulan yang telah dikenal oleh para pengguna aplikasinya dan menjadi ciri khas tersendiri dari *marketplace* yang lain yaitu penggunaan *voucher* yang dapat digunakan saat melakukan belanja. *Voucher* yang diberikan oleh Shopee ditampilkan dengan berbagai macam

kegunaan yang dapat dipilih dan digunakan sesuai kebutuhan dan keinginan para pembeli. Diantara *voucher* yang tersedia, Shopee menawarkan diantaranya adalah *voucher* cashback, *voucher* belanja dan *voucher* gratis ongkir atau gratis ongkos kirim.

Salah satu dari fitur unggulan yang telah dikenal dan paling banyak diminati oleh para pembeli yaitu *voucher* gratis ongkir. *Voucher* gratis ongkir merupakan *voucher* yang diberikan oleh pihak Shopee untuk digunakan oleh para pembeli saat berbelanja dan akan mendapatkan keuntungan berupa bebas biaya ongkos kirim atau potongan biaya ongkos kirim sebagaimana syarat dan ketentuan yang telah ditentukan oleh pihak Shopee. Ongkos kirim ini nantinya akan ditentukan melalui jauh atau tidaknya jangkauan produk yang dibeli oleh pembeli dari alamat yang akan dituju dan jasa layanan pengiriman yang digunakan dalam proses pengiriman barang tersebut.

Voucher gratis ongkir yang disediakan oleh pihak Shopee memiliki berbagai macam jenis yaitu *Voucher* Gratis Ongkir Rp 0 dan Gratis Ongkir Xtra dengan minimal belanja mulai dari Rp15.000 hingga Rp40.000/pesanan dengan jumlah minima belanja yang berbeda-beda sesuai dengan syarat dan ketentuan berlaku. Shopee selalu memberikan *voucher-voucher* gratis ongkir untuk pembeli di berbagai event atau hari-hari special guna meningkatkan penjualan dan meningkatkan minat pembeli saat melakukan belanja juga menjadi khas perayaan penanda bagi Shopee dan para pecintanya. Hal ini dapat ditemukan ketika hari-hari besar atau hari penting yang dipilih oleh Shopee seperti Hari Kemerdekaa, Hari Raya Islam, SMS (Shopee Mantul Sale),

tanggal-tanggal cantik misalnya 1.1, 2.2, 3.3 dan seterusnya sesuai tanggal dan bulan yang sama.

Terkait dengan adanya *voucher* gratis ongkir yang ada di Shopee, peneliti akan fokus pada objek utama penelitian yaitu *voucher* gratis ongkir yang menggunakan metode pembayaran dengan ShopeePay. *Voucher* gratis ongkir ShopeePay adalah *voucher* yang memberikan gratis ongkir kepada pembeli saat berbelanja di aplikasi Shopee apabila melakukan pembayaran dengan menggunakan metode pembayaran ShopeePay. Untuk mendapatkan dan menggunakan *voucher* gratis ongkit tersebut, pengguna Shopee harus memiliki akun terdaftar pada aplikasi Shopee yang dapat diunduh di smartphone masing-masing pengguna melalui Android atau iOS sesuai prosedur dan ketentuan yang sudah diberikan.

Prosedur dalam menggunakan *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan ShopeePay sangatlah mudah untuk dipraktikan oleh para pembeli ketika sedang berbelanja secara online terutama dengan menggunakan aplikasi Shopee, dimana pembeli akan ditawarkan berbagai pilihan *voucher* gratis ongkir yang dapat dilihat pada menu saya lalu kemudian klik *voucher* saya. Pada menu tersebut terdapat tampilan berbagai *voucher* gratis ongkir dengan berbagai ketentuan minimal belanja dan metode pembayaran yang berbeda di setiap *vouchernya* yang salah satunya *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay tersebut.

Pembeli sebagai pengguna Shopee haruslah mengaktifkan layanan ShopeePay sebagaimana syarat dan ketentuan yang berlaku jika ingin

menggunakan *voucher* tersebut. Syarat aktivasi ShopeePay dapat dilakukan dengan menggunakan KTP sebagai tanda pengenal identitas diri dan kemudian untuk pengaturan PIN sebagai pengaman akun. Tata cara secara lengkap dapat dilihat di website Shopee atau dapat ditanyakan melalui *customer service* dari pihak Shopee melalui aplikasi Shopee jika terjadi beberapa kesulitan dalam prosesnya. Setelah verifikasi akun disetujui, maka pengguna dapat menggunakan ShopeePay dan berbagai macam fitur yang mendukungnya.

Setelah aktivasi ShopeePay berhasil, maka pembeli dapat memilih barang belanjaan atau produk yang diinginkan dan kemudian memasukkannya ke dalam keranjang sesuai jumlah kebutuhan. Barang-barang yang telah dikumpulkan tersebut kemudian akan dichecklist sebagai penanda dan sistem otomatis akan menjumlahkan total barang belanja milik pembeli. Kemudian, pada menu *voucher* Shopee, pembeli dapat memilih *voucher* gratis ongkir dengan menggunakan pembayaran ShopeePay dengan minimal belanjaan yang tersedia yang mendukung metode pembayaran tersebut.

Voucher gratis ongkir ini terkadang akan otomatis dapat dipakai saat *checkout* ketika berbelanja, akan tetapi ada beberapa *voucher* yang hanya bisa digunakan setelah melakukan klaim terhadap *voucher* tersebut. Klaim *voucher* gratis ongkir dapat dilihat pada menu fitur utama aplikasi Shopee yaitu Gratis Ongkir & *Voucher*. Setelah itu, pilih *voucher* yang diinginkan yang menggunakan metode pembayaran ShopeePay dan klik tanda klaim. *Voucher* gratis ongkir yang sudah di klaim akan berubah menjadi tanda pakai sebagai

tanda telah berhasil di klaim dan otomatis masuk dalam menu *Voucher* Saya untuk dapat digunakan.

Tahapan berikutnya pembeli akan diarahkan kepada menu *checkout* untuk melihat rincian belanja yang dibeli, mengatur alamat yang dituju, mengatur jasa pengiriman yang akan dipakai, dan pembayaran yang ingin digunakan diantaranya dengan menggunakan ShopeePay. Setelah memastikan semua telah sesuai, pembeli dapat klik menu Buat Pesanan selanjutnya proses pengiriman akan dikonfirmasi oleh pihak Shopee sampai ke tangan pembeli. Saat membayar menggunakan ShopeePay, pembeli harus memastikan saldo yang ada harus cukup sehingga *voucher* gratis ongkir dapat dipakai.

Pengguna atau pembeli yang memakai *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay wajib memperhatikan syarat dan ketentuan berlaku dimana *voucher* gratis ongkir ini hampir semua termasuk dengan metode pembayaran menggunakan ShopeePay memiliki masa berlaku sehingga hanya dapat digunakan pada waktu tertentu. Hal lain yang harus diperhatikan adalah *voucher* gratis ongkir ShopeePay ini tidak selalu akan membebaskan para pembeli sepenuhnya dari biaya ongkir (ongkos kirim) dikarenakan gratis ongkir ini bersifat potongan yang tergantung dengan minimal belanja yang dibeli dan biaya jasa pengiriman ke alamat pembeli yang dituju.

Besaran minimal belanja ini sangat berpengaruh terhadap biaya ongkir, oleh karena itu pembeli terkadang akan memilih barang yang dibelinya di sekitar kota yang dekat dengan alamatnya sebagai trik untuk memperoleh biaya kirim yang tidak terlalu mahal sehingga mendapat potongan penuh.

Faktanya praktik di lapangan menemukan terdapat pembeli yang tidak mendapat potongan penuh terhadap biaya kirim yang ditanggung dan tetap menggunakan *voucher* gratis ongkir tersebut walaupun dengan cara sebelumnya. Hal ini menjadi bukti bahwa gratis ongkir memang fitur yang selalu ada dan dimanfaatkan oleh pembeli saat akan berbelanja terutama dengan menggunakan ShopeePay.

Dalam hal ini peneliti juga memberikan saran bagi pembeli untuk lebih pintar dalam berbelanja dengan baik saat menggunakan *voucher* gratis ongkir tersebut dalam jumlah berat barang belanja yang dibeli oleh pembeli, pasalnya berat barang yang dihitung dalam kilogram melebihi dari satu kilogram akan melipat gandakan biaya ongkir sehingga akan lebih besar jumlahnya. Oleh karena itu, usahakan membeli barang dengan jumlah berat dan biaya ongkir yang normal untuk mendapatkan potongan ongkir yang banyak ataupun penuh. Sehingga dengan adanya *voucher* gratis ongkir diharapkan tidak mempengaruhi pemikiran pembeli dalam berbelanja menjadi berlebih akibat kemudahan yang ditawarkan dan menjadi suatu kemudharatan kedepannya.

Jika pengguna yang menggunakan *voucher* gratis ongkir yang diberikan Shopee, maka pengguna telah dianggap menyetujui syarat dan ketentuan yang berlaku. Tentunya seluruh persyaratan dan ketentuan telah disampaikan sejak awal oleh pihak Shopee. Para pengguna sendiri dapat mengetahui syarat dan ketentuan mengenai *voucher* gratis ongkir yang menggunakan metode pembayaran dengan menggunakan ShopeePay dengan klik menu pada *voucher* ataupun website Shopee untuk lebih jelasnya. Setelahnya pengguna atau

pembeli yang telah memenuhi syarat dan ketentuan tersebut akan dapat dipakai setiap melakukan proses belanja di Shopee dengan aman dan nyaman.

B. Analisis Hukum Islam terhadap Penggunaan *Voucher* Gratis Ongkir di Shopee

Dalam perkembangan digitalisasi ekonomi, sektor bisnis tidak akan terlepas dari banyaknya persaingan bisnis yang sangat ketat. Keadaan tersebut pasti akan membuat para pelaku bisnis untuk menemukan dan menyusun strategi yang lebih baik lagi untuk bisnisnya. Menyusun strategi bisnis merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan dalam membuat kebijakan secara menyeluruh untuk membangun keunggulan dalam mencapai dan memenuhi tujuan bisnis yang diinginkan.¹ Para pelaku bisnis lebih mengutamakan menerapkan strategi agar bisnisnya bertahan di tengah persaingan yang ketat dan tajam daripada bersaing untuk saling mengalahkan yang nantinya akan berdampak negatif. Penerapan strategi yang matang dan terstruktur dapat memungkinkan bisnis menjadi lebih berkembang dan mampu bersaing diantara bisnis yang lain.

Bisnis yang paling banyak dikenal di era kemajuan teknologi digital saat ini dikenal dengan *marketplace*. Munculnya berbagai *marketplace* menjadi bukti adanya perubahan pada dunia dalam dunia bisnis tidak dapat dipungkiri lagi karena era tersebut membuat akses peluang usaha berkembang lebih mudah dan pesat. *Marketplace* selalu mengeluarkan berbagai inovasi dan strategi demi menarik minat para penggunanya dalam berbelanja secara online.

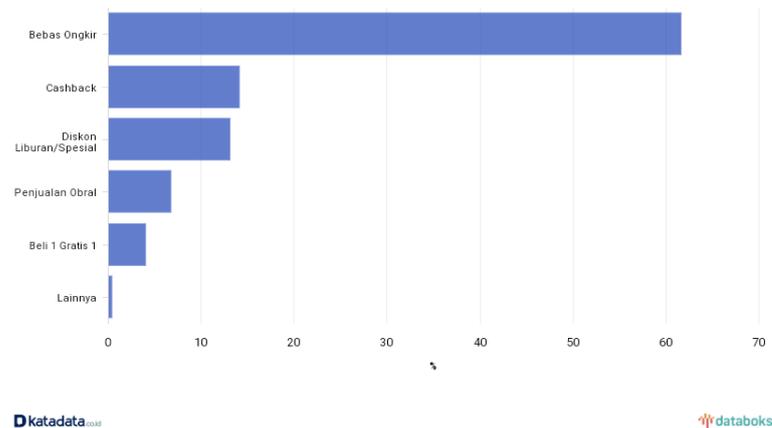
¹ Dicky Nofriansyah., dkk, *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha* (Medan: Yayasan Kita Menulis), 60.

Berinovasi menjadi hal yang penting untuk dilakukan para pelaku bisnis online layaknya *marketplace* agar penggunanya merasa dimanjakan dengan hal baru yang ada. Hal ini juga menjadi bukti *marketplace* dapat memanfaatkan fenomena di lingkungan sekitar untuk dijadikan pertimbangan dalam membuat inovasi yang dibutuhkan masyarakat.

Shopee sebagai salah satu *marketplace* yang memiliki pengguna terbesar di Indonesia juga telah banyak berinovasi dengan berbagai fitur yang ada pada aplikasinya untuk memanjakan pembeli atau konsumen dalam berbelanja. Selain itu, Shopee sebagai wadah dalam berbelanja online memfokuskan diri pada platform mobile untuk mempermudah pengguna dengan menawarkan berbagai fitur, produk ataupun program yang sangat diminati oleh masyarakat dan dapat diakses secara lebih mudah tanpa terbatas ruang dan waktu. Sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya, Shopee telah menyediakan berbagai fitur program untuk meningkatkan minat pengguna sebagai strategi pemasaran yang terbukti menjadi salah satu keberhasilannya yaitu dengan adanya *voucher* gratis ongkir.

Voucher gratis ongkir yang sudah menjadi ciri khas milik Shopee sangat membantu pembeli saat berbelanja karena bebas biaya ongkos kirim yang diberikan dapat mengurangi biaya yang akan dikeluarkan. Hal ini juga dibuktikan dengan survei *Katadata Insight Center* (KIC) dan Sirco yang menunjukkan hasil lebih dari 61% konsumen menyukai promo gratis ongkir saat melakukan belanja secara online. Ditempat selanjutnya, cashback, diskon

saat perayaan hari-hari besar dan lainnya mengikuti sebagaimana dapat dilihat pada grafik berikut²



Gambar 5.1 Ragam Promo Belanja Online yang paling Digemari Konsumen
Sumber: *katadata.co.id*

Riset ini telah membuktikan bahwa fakta dilapangan menempatkan promo gratis ongkir sebagai alasan utama para pengguna internet melakukan belanja secara online, dimana *marketplace* menjadi pilihan mayoritas konsumen sebagai pembeli ketika sedang berbelanja online dibandingkan dengan menggunakan media sosial dan laman pada website. Mayoritas konsumen juga memilih jasa layanan regular karena menganggap pengiriman dilakukan cepat, tepat waktu dan harganya pun lebih murah.

Shopee sebagai *marketplace* yang paling sering menawarkan promo gratis ongkir dengan menggunakan *voucher* kepada pembeli dibandingkan dengan para pesaingnya memiliki kemudahan dalam praktik penggunaannya dan juga berbagai metode pembayaran yang dapat dilakukan. ShopeePay sebagai fitur

² Cindy Mutia Annur, “Konsumen Paling Gemar Promo Gratis Ongkir saat Belanja Online” dalam <https://databoks.katadata.co.id/> (Diakses pada tanggal 7 Agustus 2022 pada pukul 19.54 WIB).

layanan uang elektronik atau uang digital yang dimiliki Shopee merupakan salah satu dari bentuk *voucher* gratis ongkir yang diberikan kepada pembeli apabila melakukan pembayaran dengan metode tersebut. Selain dapat dilakukan dengan mudah langsung melalui secara mobile di smartphone dimana saja dan kapan saja, Shopee juga memberikan banyak kelebihan kepada penggunaannya apabila menggunakan ShopeePay seperti cashback berupa koin yang dapat digunakan pada pembayaran berikutnya, pembayaran anti ribet dan mudah, pelayanan yang lebih mudah dari metode pembayaran yang lain, lebih mudah untuk mendapatkan *voucher*, dan lebih hemat. Itulah upaya yang dilakukan Shopee agar menarik lebih banyak pengguna dengan promosi yang diberikan.

Hal yang tidak kalah penting untuk diperhatikan dalam strategi menarik minat pengguna, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, dalam kegiatan muamalah layaknya jual beli online di Shopee menggunakan *voucher* gratis ongkir ShopeePay, hukum Islam menentukan pentingnya akad dalam suatu perjanjian dalam praktek bisnis.³ Setiap akad terdapat rukun dan syarat yang harus dipenuhi dalam pelaksanaannya. Dalam syariah, rukun dan syarat dalam suatu transaksi akan menjadi kunci penting dalam menentukan sah atau tidaknya kegiatan muamalah yang dilakukan.⁴ Oleh karena itu, analisis hukum Islam ini akan dilihat dengan meninjau akad yang digunakan. Jika dilihat dari segi akad dalam praktek penggunaan *voucher* yang digunakan

³ Johar Arifin, "Substansi Akad dalam Transaksi Syariah" *Jurnal al-anwal: Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1, 2014, 166.

⁴ Gemala Dewi., *dkk, Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Depok: Prenamedia Group, 2005), 47.

oleh pembeli pada aplikasi Shopee dengan menggunakan metode pembayaran ShopeePay, menurut peneliti terdapat 2 (dua) akad yang berkaitan dengan hal tersebut yaitu akad *ju'alah* dan hadiah.

Peneliti akan menganalisis praktik penggunaan *voucher* gratis ongkir di Shopee dengan menggunakan ShopeePay dengan rukun dan syarat akad *ju'alah* dan hadiah sebagai berikut:

1. Praktik Pemberian Hadiah dalam Penggunaan *Voucher* Gratis Ongkir di Shopee dengan Menggunakan ShopeePay

Voucher gratis ongkir memanglah tawaran yang sangat menarik bagi para pengguna *marketplace* layaknya Shopee yang gemar berbelanja secara online. Shopee selalu mengeluarkan promosi untuk menarik minat penggunanya agar dapat menambah banyak pengunjung. Dalam penggunaan *voucher* gratis ongkir yang salah satunya memiliki syarat tertentu yaitu pembayaran yang dilakukan hanya dengan menggunakan ShopeePay, perlu dilakukan kajian dalam fiqh muamalah terlebih dahulu tentang kehalalannya agar para pihak terkait dapat terhindar dari kemudharatan yang membawa praktik dosa.

Membahas mengenai bagaimana hukum Islam memandang *voucher* gratis ongkir terutama dengan menggunakan ShopeePay pada aplikasi Shopee, perlu diingat bahwa Shopee hanyalah *marketplace* yang menjadi wadah antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli. Shopee merupakan pihak ketiga yang tidak bisa dihukumi sebagai layaknya penjual maupun wakilnya. Setiap *marketplace* juga memiliki sistem

rekening bersama yang juga digunakan untuk menjaga keamanan terutama untuk konsumen.

Keamanan merupakan hal utama yang ingin dijaga oleh Shopee agar terhindar dari hal-hal negatif yang tidak diinginkan. Shopee memiliki rekening bersama yang digunakan untuk menjaga dan menjamin keamanan bagi semua pihak dalam melakukan transaksi secara online yang sangat rentan terhadap penipuan. Adanya rekening bersama adalah bukti untuk Shopee membuktikan kepercayaan yang diberikan oleh para pengguna kepadanya, sehingga para pihak mendapatkan keuntungan dan dapat menghindari kerugian yang dapat membawa kebangkrutan bagi usahanya.

Pada dasarnya, transaksi melalui rekening bersama ini diperbolehkan asalkan pihak *marketplace* tidak memanfaatkan keuntungan dari uang yang ada didalamnya. Maka, segala bentuk hadiah yang diberikan termasuk *voucher* gratis ongkir bukanlah berasal dari rekening bersama tersebut.

Banyaknya pembeli atau konsumen yang menggunakan Shopee saat berbelanja online, akan berdampak juga pada minat penjual untuk bekerjasama dalam menjualkan produknya. Keterikatan hubungan inilah yang akan membawa keuntungan bagi pihak-pihak tersebut.

Menempatkan seseorang dalam keadaan aman juga dilakukan oleh para sahabat untuk menghindari setiap celah yang dapat memicu adanya perselisihan atau sengketa. Imam al-Bukhari dalam Adabul mufrad menyebutkan judul Bab,

باب من عد على خادمه مخافة الظن

Bab ini menceritakan orang yang menghitung jumlah kiriman yang dibawa pembantunya karena khawatir akan ada sangkaan yang tidak diinginkan.

Kemudian beliau membawa riwayat dari Salman al-Farisi *radhiyallahu ‘anhu,*

إِنِّي لِأَعُدُّ الْعُرَاقَ عَلَى خَادِمِي مَخَافَةَ الظَّنِّ

Artinya: *Saya menghitung jumlah tulang kering (al-Urraq) yang dikirimkan oleh pembantuku, karena khawatir muncul sangkaan yang tidak diinginkan.* (al-Adab al-Munfrad, no. 168 dan dishahihkan al-Albani)

Al-Urraq adalah tulang yang sudah dibersihkan dagingnya dan masih menempel sisa sedikit daging. Tulang ini di masa silam laku dan dijual bijian. Salman memiliki pembantu yang bertugas sebagai kurir antar-jemput tulang tersebut. Beliau selalu menghitung terlebih dahulu ketika mengirim dan menerimanya. Hal ini didasarkan kepada alasan Salman lebih menenangkan hati ketika semua sesuai sampai tujuan. Dari cerita tersebut dapat kita praktikkan pada Shopee yang berusaha membuat pembeli merasa nyaman saat melakukan transaksi dengan sistem yang mengontrol semua hingga barang sampai ke tangan pembeli tanpa adanya kecurigaan akan adanya penipuan seperti Islam menganjurkannya.

Voucher gratis ongkir ini dalam hukum Islam dihukumi layaknya hadiah yang diberikan *marketplace* seperti yang dilakukan oleh Shopee. Hadiah dalam hukum Islam berarti pemberian harta benda beserta penyerahan hak milik atas harta tersebut kepada orang lain tanpa adanya

pergantian untuk memuliakannya.⁵ Dalam hukum Islam, memberikan sesuatu kepada orang lain layaknya hadiah hukumnya halal dan dianjurkan untuk dilakukan untuk menjalin silaturahmi dan mempererat hubungan. Sebagaimana sabda Rasulullah S.A.W⁶:

وَقَالَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : تَهَادَوْا فَإِنَّ الْهَدِيَّةَ تُذْهِبُ وَحَزَّالْصَّدْرُ وَلَا تَحْقِرَنَّ جَارَةً لِحَارَتِهَا وَلَوْ بِشِقِّ فَرَسٍ شَاةٍ.

Artinya: *Rasulullah S.A.W* bersabda: “Saling memberi hadiah kalian, karena sesungguhnya saling memberi hadiah itu bisa menghilangkan dendam dalam hati, dan jangan sekali-kali meremehkan seseorang kepada tetangganya meskipun hanya kaki kambing.” (H.R Bukhari Muslim)

Hadis ini menegaskan perbuatan saling memberikan hadiah dapat menghilangkan dendam dalam hati dan akan membuat orang saling mencintai sesamanya, memperkuat hubungan persaudaran dan meningkatkan kepedulian.

Sebagaimana sabda Rasulullah S.A.W dalam hadis riwayat Al-Bukhari⁷:

وَقَالَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : تَهَادَوْا تَحَابُّوا.

Artinya: *Rasulullah S.A.W* bersabda: “Silahkan saling memberi hadiah kalian, maka akan saling mencintai.” (H.R Al-Bukhari dalam Kitab Al-Adab Al-Mufrad dan Abu Ya’la dengan sanad hasan)

Hal ini pula yang barangkali dipilih oleh Shopee dalam membuat fitur gratis ongkir agar semakin terjalin hubungan antara penjual dan pembeli.

⁵ Betti Anggraini., *dkk, Akad Tabarru' dan Tijarah dalam Tinjauan Fiqih Mumalah*, (Bengkulu: CV. Sinar Jaya Berseri, 2022), 51.

⁶ Muhammad Aqil Haidar, *Memberi Hadiah bagi Pemberi Hutang: Apakah Riba?*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018), 8.

⁷ Astri Maysarah Siregar, *Skripsi: "Hukum Terhadap Hadiah yang tidak Diberikan atas Pembelian Detergen dengan Skema Akad Wakalah Prespektif Mazhab Syafi'I"* (Medan: USU Press, 2020), 27.

Pelayanan yang dilakukan penjual juga harus dilaksanakan sebaik mungkin agar pembeli merasa senang dan puas terhadap barang yang dibelinya sehingga akan berfikir kembali membeli barang yang ada di toko penjual. Oleh karena itu, ketika penjual memberikan *voucher* gratis ongkir dan memberi pelayanan terbaik pula kepada pembeli hingga barang diterimanya akan mengalami timbal balik yang menguntungkan bahkan untuk Shopee sendiri sebagai wadah dalam melakukan transaksi jual beli tersebut.

Selain berdasarkan dalil di atas, *voucher* gratis ongkir ShopeePay ini dianggap sah karena telah memenuhi rukun dan syarat hadiah yaitu adanya pemberi hadiah (*wāhib*) dimana ini adalah penjual yang secara murni atau sukarela telah mendaftar fitur Shopee gratis ongkir untuk tokonya dan menggunakan Shopeepay sebagai metode pembayaran. *Kedua*, penerima hadiah (*mauhūblah*) yaitu pembeli yang menggunakan aplikasi Shopee dan telah mengaktifkan ShopeePay. *Ketiga*, barang yang dihadiahkan (*mauhūb*) yaitu harta yang bermanfaat dalam bentuk *voucher* gratis ongkir yang diberikan kepada pembeli. *Keempat*, Shigat hadiah (*Ijab dan Qabul*) yang dalam hal ini termasuk ke dalam ijab yang dinyatakan secara tidak jelas berdasarkan transaksi yang dilakukan secara online oleh penjual dan pembeli yang disertai waktu.⁸

Yang dimaksud dengan ijab disertai waktu adalah karena hadiah *voucher* gratis ongkir ini sendiri memiliki batas waktu sebagaimana

⁸ Rosidin, *Modul: Fikih Muamalah* (Malang: Edulitera, 2020), 42.

ketentuan dan syarat yang telah ditetapkan oleh pihak Shopee. Maka dalam hal ini telah terpenuhi salah satu akad dalam fiqh muamalah yaitu hadiah sebagaimana rukun dan syarat dalam Islam.

Voucher gratis ongkir ShopeePay ini karena *voucher* tersebut murni berasal dari penjual yang ingin memberikan *voucher* tersebut kepada pembeli. Hadiah tersebut bukanlah berasal dari adanya dana yang tersimpan pada rekening bersama ketika pembeli mengirim uangnya dengan ShopeePay atau metode pembayaran lain, mengingat status uang tersebut bukanlah milik Shopee melainkan penjual yang belum dapat dicairkan. Pembeli juga sebenarnya tidak memiliki keinginan untuk menyimpan atau mengirim uang tersebut kepada pihak *marketplace* atau Shopee.

Voucher tersebut faktanya adalah bentuk kerjasama yang dilakukan oleh penjual dengan Shopee meski harus ada biaya yang dikeluarkan. Karena pada dasarnya penjual yang menggunakan Shopee adalah penyewa yang menggunakan jasanya untuk mempermudah segala transaksi. Segala kerjasama yang dilakukan oleh penjual dan pihak *marketplace* Shopee tidaklah didasarkan oleh paksaan apapun dan telah dijelaskan di awal semua persyaratan dan ketentuan yang telah disetujui.

Dalam skema transaksi yang dilakukan di Shopee dan *marketplace* lainnya, hal pertama yang dilakukan penjual adalah mendaftarkan diri dan tokonya agar dapat membuat lapak untuk berjualan dan memasang foto-foto produk yang dimiliki. Kemudian ketika pembeli ingin membeli barang

yang diinginkan, maka ia akan mencari dan memasukkannya ke dalam keranjang belanja. Setelah memastikan kecocokan terhadap barang pilihannya, pembeli akan mentransfer sejumlah harga barang yang dibeli dan biaya pengiriman jika tidak menggunakan *voucher* gratis ongkir.

Pembayaran yang dilakukan oleh pembeli dengan ShopeePay pada pratiknya memanglah tidak langsung diterima oleh penjual sebelum barang diterima dan dikonfirmasi oleh pembeli. Uang tersebut masuk ke dalam rekening bersama sampai ada notifikasi pemberitahuan bahwa barang telah sampai kepada pembeli dengan selamat. Setelah pemberitahuan tersebut, maka uang pembayaran akan masuk sebesar nominal yang dikirimkan pembeli dan akan dipotong oleh pihak *marketplace* sebesar perjanjian program yang diikuti oleh penjual.

Sejatinya melihat bagaimana skema yang dilakukan oleh *marketplace* membuktikan bahwasanya uang yang mengendap di rekening bersama selama barang belum diterima oleh pembeli bukanlah milik *marketplace*. Hal ini terbukti mengingat telah terjadi akad jual beli antara penjual dan pembeli yang masuk ke dalam rekening bersama. Sebagaimana dalam Islam mengajarkan pihak yang telah melakukan akad dan menerima konsekuensi terhadap akad tersebut, maka akibat dari akad jual beli tersebut berupa perpindahan hak milik antara penjual dan pembeli. Dimana uang pembayaran akan menjadi milik penjual dan pembeli akan memiliki hak atas barang yang dibelinya.

Dalam transaksi online seperti ini, ketika pembeli mentransfer sejumlah uang pembayaran terhadap barang yang dibelinya adalah bentuk keputusannya setuju untuk melakukan transaksi dan saat itu akad jual beli tersebut berlangsung. Sehingga uang yang terdapat pada rekening bersama bukanlah uang milik *marketplace* sebagai pihak ketiga, melainkan milik penjual dan bukan lagi milik pembeli. Uang tersebut pada intinya adalah sebagai jaminan atas transaksi jual beli yang dilakukan antara penjual dan pembeli di *marketplace* tersebut.

Kesimpulannya adalah *voucher* gratis ongkir ShopeePay adalah hadiah yang diberikan Shopee atas kerjasamanya dengan para penjual pengguna aplikasinya. Hukumnya halal karena uang yang mengendap di dalam rekening bersama ini bukan dana pinjaman pembeli kepada marketplace, sehingga apabila pembeli atau pengguna tersebut mendapatkan hadiah dalam bentuk apapun dari marketplace tidak terhitung sebagai keuntungan akibat transaksi hutang piutang. Sifatnya murni digunakan pembeli secara wajar dan tidak melanggar aturan syariah.

2. Praktik akad *ju'ālah* dalam penggunaan *voucher* gratis ongkir di Shopee dengan menggunakan ShopeePay

Berdasarkan strategi yang dilakukan oleh Shopee dalam menarik minat penggunanya melalui *voucher* gratis ongkir khususnya yang menggunakan metode pembayaran ShopeePay, peneliti menemukan adanya keterkaitan dengan teori mengenai akad *ju'ālah*. Akad *ju'ālah* dalam hukum Islam akan

menjadi sah jika pada praktiknya promosi yang dilakukan oleh Shopee juga terpenuhi rukun dan syaratnya sebagai berikut:

1. Adanya *'aqidain* (pihak yang melakukan akad)

Pada praktik penggunaan *voucher* gratis ongkir ShopeePay, terdapat pihak Shopee sebagai *ja'il* dan pembeli atau pengguna yang menggunakan *voucher* gratis ongkir sebagai *'amil*. Kedua pihak tersebut melakukan akad yang tentunya harus baligh, berakal, dan tidak dalam perwalian. Dimana syarat untuk menjadi pengguna Shopee sendiri haruslah berumur 17 tahun dan sudah memiliki KTP atau KITAS yang juga akan digunakan dalam verifikasi akun ShopeePay, sehingga ini menandakan sudah cakap hukum untuk melakukan transaksi suatu akad.

2. Adanya pekerjaan yang jelas

Pada praktik *voucher* gratis ongkir ShopeePay, pekerjaan yang dilakukan adalah melakukan transaksi sebagaimana syarat dan ketentuan yang ditentukan oleh pihak Shopee saat menggunakan *voucher* gratis ongkir baik dengan syarat minimal belanja ataupun tidak. Pembeli juga diharuskan melakukan metode pembayaran dengan ShopeePay, karena pada dasarnya *voucher* ini dikhususkan untuk pengguna aplikasi Shopee yang telah mengaktifkan layanan dompet digital milik Shopee yaitu ShopeePay untuk mendapat potongan biaya pengiriman atau ongkos kirim. Dalam kegiatan transaksi seperti ini

bukalanlah perbuatan yang melanggar aturan syariat, melainkan memberi manfaat bagi penjual, pembeli dan juga Shopee.

3. Imbalan yang jelas

Pada praktik *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay, imbalan gratis ongkir diberikan tidak sepenuhnya tergantung jumlah pembelian yang dilakukan oleh pembeli sesuai ketentuan dan syarat yang ada pada setiap *voucher* yang digunakan. Imbalan dalam ketentuan akad *ju'ālah* harus ditentukan dengan jelas dan bukan termasuk sesuatu yang diharamkan, melainkan dalam hal ini berupa potongan biaya pengiriman atau ongkir. Artinya, Shopee tidak melanggar ketentuan syariat.

4. *Sighat* atau lafal izin dari para pihak

Dalam praktik akad *ju'ālah*, *shighat* akad berasal dari pihak pemberi *ju'ālah* sedangkan pihak pekerja tidak disyaratkan adanya qabul dan *ju'ālah* tidak dianggap batal karenanya. Pada praktik penggunaan *voucher* gratis ongkir ShopeePay, yang menjadi *shighat* akad adalah ketika Shopee memberikan notifikasi pemberitahuan adanya *voucher* gratis ongkir kepada para penggunannya yang bisa digunakan untuk berbelanja online. Artinya, Shopee telah memberikan izin kepada setiap pengguna atau pembeli yang mendapat *voucher* tersebut untuk memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku. *Sighat* akad *ju'ālah* pada *voucher* gratis ongkir ShopeePay yang ada di Shopee dilakukan secara tertulis.

Dari penjelasan di atas, *voucher* gratis ongkir ShopeePay yang digunakan pembeli telah sesuai dan memenuhi dengan rukun dan syarat pada akad *ju'alah*. Peneliti memilih menggunakan akad *ju'alah* karena adanya kesamaan *voucher* gratis ongkir dengan akad *ju'alah* dimana al-*ju'alah* merupakan janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan (*reward*) tertentu atas pencapaian hasil atau prestasi (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan.⁹ Kebolehan *ju'alah* sebagaimana dalam firman Allah S.W.T dalam surat Yusuf ayat 72:

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

Artinya: *Penyeru-penyeru itu berkata: "Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya".* (Q.S Yusuf: 72)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa *ju'alah* atau sayembara diperbolehkan dalam hukum Islam dan mengenai imbalan atau upah yang telah diperjanjikan harus ditunaikan dan dianggap layaknya hutang selama penjamin belum menunaikannya. Hal ini juga dipertegas dalam hadis riwayat Bukhari dari Abu Sa'id al-Khudri:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ نَاسًا مِنْ أَصْحَابِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَتَوْا عَلَى حَيٍّ مِنْ أَحْيَاءِ الْعَرَبِ فَلَمْ يَفْرُوهُمْ فَبَيْنَمَا هُمْ كَذَلِكَ إِذْ لُدَّ سَيْدٌ أُولَيْكَ فَقَالُوا هَلْ مَعَكُمْ مِنْ دَوَاءٍ أَوْ رَاقٍ فَقَالُوا إِنَّكُمْ لَمْ تَفْرُونَا وَلَا نَفْعَلُ حَتَّى تَجْعَلُوا لَنَا جُعْلًا فَجَعَلُوا لَهُمْ قَطِيعًا مِنَ الشَّاءِ فَجَعَلَ يَقْرَأُ بِأَمْرِ الْقُرْآنِ وَيَجْمَعُ بَرَأْفَهُ وَيَتَفَلُّ فَبَرَأَ فَأَتَوْا بِالشَّاءِ فَقَالُوا لَا نَأْخُذُكَ حَتَّى نَسْأَلَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَسَأَلُوهُ فَضَحِكَ وَقَالَ وَمَا أَدْرَاكَ أَنَّهَا رُقِيَّةٌ خُذُوهَا وَاضْرِبُوهَا لِي بِسَهْمٍ (رواه البخاري)

"Sekelompok sahabat Nabi SAW melintasi salah satu kampung orang Arab. Penduduk kampung tersebut tidak menghidangkan makanan kepada mereka. Ketika itu, kepala kampung disengat kalajengking. Mereka lalu

⁹ Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia, “Fatwa DSN-MUI No. 63/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*”, (Jakarta: DSN-MUI, 2007), 4.

bertanya kepada para sahabat: 'Apakah kalian mempunyai obat, atau adakah yang dapat me-ruqyah (menjampi)?' Para sahabat menjawab: 'Kalian tidak menjamu kami; kami tidak mau mengobati kecuali kalian memberi imbalan kepada kami.' Kemudian para penduduk berjanji akan memberikan sejumlah ekor kambing. Seorang sahabat membacakan surat al-Fatihah dan mengumpulkan ludah, lalu ludah itu ia semprotkan ke kepala kampung tersebut; ia pun sembuh. Mereka kemudian menyerahkan kambing. Para sahabat berkata, "Kita tidak boleh mengambil kambing ini sampai kita bertanya kepada Nabi SAW" Selanjutnya mereka bertanya kepada beliau. Beliau tertawa dan bersabda, "Bagaimana kalian tahu bahwa surat al-Fatihah adalah ruqyah! Ambillah kambing tersebut dan berilah saya bagian." (HR. Bukhari)

Menurut para ulama Syafi'iyah, dalam melakukan praktik *ju'alah* disyaratkan tentang kejelasan waktu tentang awal pekerjaan dan beban usaha dalam pekerjaan tersebut. Apabila seseorang telah melakukan pekerjaannya, maka hak atas imbalan yang telah dijanjikan di awal haruslah diterimanya. Terkait pekerjaan dalam akad *ju'alah* diperbolehkan selama bukan sesuatu hal yang bersifat haram. Ulama Syafi'iyah juga menjelaskan bahwa imbalan (bonus) dapat diberikan ketika pekerjaan telah berhasil dan selesai dilakukan. Karena akad *ju'alah* sifatnya tidak mengikat kedua belah pihak yang melaksanakan akad, maka perihal ketidakjelasan pekerjaan dan limit waktu dalam penyelesaian *ju'alah* tidaklah memberi mudharat kepada pihak yang melakukan akad tersebut.¹⁰

Artinya boleh akad *ju'alah* diterapkan dan sah dalam penerapannya akad *ju'alah* sebagaimana *voucher* gratis ongkir ShopeePay terdapat batasan waktu dalam penyelesaian pekerjaannya. Jadi, kembali lagi kepada

¹⁰ Andes Laste Wijaya, Skripsi: “ Penerapan Akad Ju'alah dalam Referral Bonus MLM Menurut Ulama Syafi'iyah: (Studi Kasus PT. Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)” (Purwokerto: Saizu Publisher, 2021), 70.

para pihak yang melakukan akad haruslah atas dasar kemauan sendiri tanpa adanya paksaan dan penuh kerelaan.¹¹ Karena dalam pelaksanaan akad *ju'alah* yang diutamakan adalah pencapaian atas pekerjaan dan tidak terkait dengan batasan waktu.¹²

Selain itu, penggunaan ShopeePay untuk mendapatkan gratis ongkir saat berbelanja di Shopee tidaklah melanggar aturan syariat karena ShopeePay merupakan dompet digital untuk menyimpan uang secara virtual dimana uang yang tersimpan ada sesuai besaran pada dompet digital yang tertera dan dapat dibelanjakan sesuai besarnya jumlah uang pembelian yang dilakukan pembeli.¹³ Hal ini sebagaimana dalam kaidah fiqh dalam bermuamalah berikut¹⁴:

الأَصْلُ فِي الشَّرْطِ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْحِلُّ وَالْإِبَاحَةُ إِلَّا بِدَلِيلٍ

“Hukum asal menetapkan syarat dalam muamalah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil (yang melarangnya).”

Dari kaidah tersebut, selama dalam kegiatan muamalah tidak ada dalil atau hukum yang mengharamkannya, maka kegiatan tersebut diperbolehkan untuk dilakukan dan sebagaimana hukum asalnya dianggap sah dan halal. Ini berarti penggunaan *voucher* gratis ongkir dengan metode pembayaran ShopeePay yang pada praktiknya dilakukan dengan akad

¹¹ Nandang Ihwanudin., dkk, *Etika Bisnis dalam Islam: Teori dan Aplikasi* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022), 71.

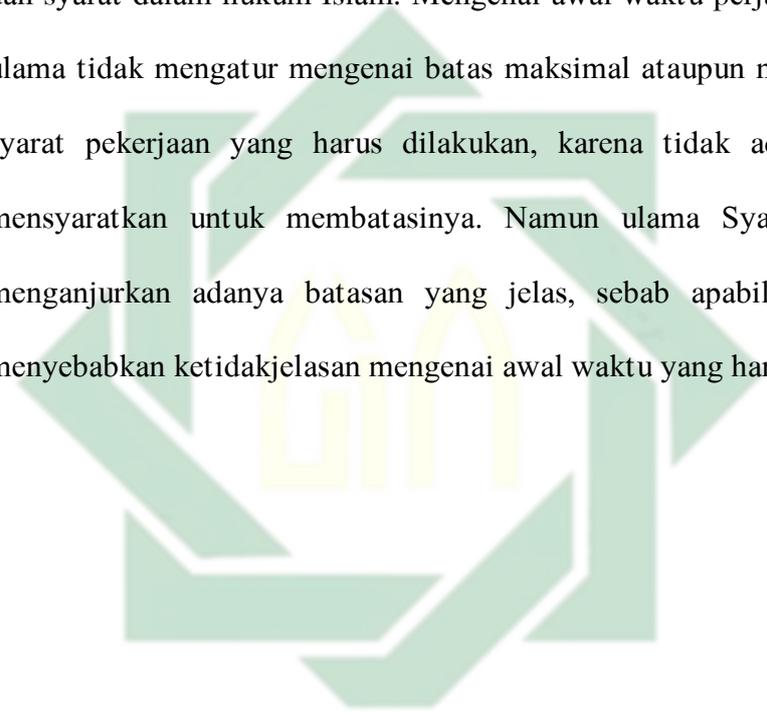
¹² Ibid., 73.

¹³ Sitti Hajerah, Skripsi: *“Presepsi Masyarakat terhadap Penggunaan Dompet Digital pada Transaksi Jual Beli dalam Tinjauan Islam”* (Makassar: UNISMU Makassar, 2021), 53.

¹⁴ Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia, *“Fatwa DSN-MUI No. 63/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah”* (Jakarta: DSN-MUI, 2007), 3.

ju'alah dianggap sah dan halal, selama belum ada ketentuan yang mengharamkannya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa akad *ju'alah* pada *voucher* gratis ongkir ShopeePay boleh diterapkan karena telah memenuhi rukun dan syarat dalam hukum Islam. Mengenai awal waktu perjanjian, jumhur ulama tidak mengatur mengenai batas maksimal ataupun minimal dalam syarat pekerjaan yang harus dilakukan, karena tidak ada dalil yang mensyaratkan untuk membatasinya. Namun ulama Syafi'iyah justru menganjurkan adanya batasan yang jelas, sebab apabila tidak akan menyebabkan ketidakjelasan mengenai awal waktu yang harus dipenuhi.¹⁵



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

¹⁵ Abu Azam Al Hadi, *Fiqih Muamalah Kontemporer* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), 203.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Penggunaan *voucher* gratis ongkir di Shopee dengan menggunakan ShopeePay oleh pembeli atau penggunanya yang telah memiliki akun Shopee dan telah melakukan aktivasi dan verifikasi akun ShopeePay sesuai dengan syarat dan ketentuan di Shopee. Dalam praktiknya ketika melakukan belanja secara online di aplikasi Shopee, *voucher* gratis ongkir ini hanya bisa digunakan dengan metode pembayaran melalui ShopeePay agar mendapat potongan atau terbebas dari biaya ongkos kirim. Pengguna atau pembeli juga harus memperhatikan syarat dan ketentuan lain dalam menggunakan *voucher* gratis ngkir ShopeePay ini, seperti toko yang dapat menggunakan *voucher* tersebut, masa berlaku, minimal pembelian dan juga saldo ShopeePay yang harus disesuaikan jumlah total pembayaran belanjaan agar *voucher* dapat digunakan.
2. Dalam penggunaan *voucher* gratis ongkir di Shopee dengan menggunakan ShopeePay, terdapat 2 (dua) akad yang berkaitan dengan praktik tersebut yaitu akad hadiah dan akad *ju'ālah*. *Voucher* gratis ongkir ShopeePay merupakan hadiah yang diberikan Shopee atas kerjasamanya dengan para penjual kepada para pembeli sebagai bagian dari strateginya dalam mempromosikan dan meningkatkan minat daya beli penggunanya. Hukumnya halal dan boleh digunakan karena walaupun menggunakan

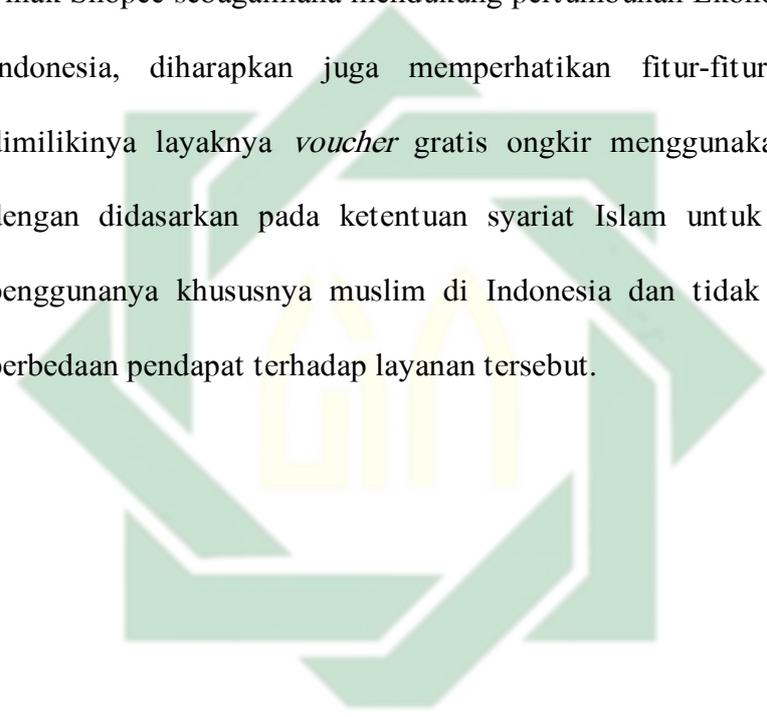
pembayaran menggunakan layanan ShopeePay dan mengendap di dalam rekening bersama sebelum transaksi terselesaikan ini bukan sebagai bentuk dana pinjaman pembeli kepada *marketplace*, sehingga hadiah dalam bentuk apapun dari *marketpace* tidak termasuk sebagai keuntungan akibat transaksi hutang piutang dan tidak melanggar ketentuan syariat Islam. Sementara, akad *ju'alah* pada *voucher* gratis ongkir ShopeePay telah sesuai sebagaimana ketentuan hukum Islam dan telah memenuhi rukun dan syarat sebagaimana ketentuan dalam Fatwa DSN-MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007. Syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi oleh para pembeli untuk menggunakan voucher tersebut juga sah dan diperbolehkan dalam penerapan praktiknya layaknya ketentuan menurut ulama Syafi'iyah dalam praktik akad *ju'alah* diantaranya mengenai kejelasan awal waktu perjanjian, batasan waktu pekerjaan yang jelas, dan imbalan yang harus dipenuhi selama terjadinya akad. Akan tetapi, perlu diperhatikan bahwa penggunaan voucher gratis ongkir ini akan menjadi haram atau tidak diperbolehkan dalam hukum Islam ketika digunakan untuk hal-hal negative diantaranya penipuan, pembelian barang haram dan kegiatan yang dapat menimbulkan kemudharatan.

B. Saran

1. Bagi pengguna Shopee yaitu para pembeli dan pengguna *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay diharakan dengan adanya voucher tersebut tidak mempengaruhi perilaku konsumtif dalam melakukan belanja online di Shopee secara berlebih dan tetap menyesuaikan dengan

kebutuhan yang diperlukan serta bagi para muslim yang melakukan kegiatan muamalah layaknya jual beli haruslah mempelajari dan mengerti ketentuan dalam syariat Islam untuk menghindari kemudharatan yang akan terjadi.

2. Pihak Shopee sebagaimana mendukung pertumbuhan Ekonomi Syariah di Indonesia, diharapkan juga memperhatikan fitur-fitur yang telah dimilikinya layaknya *voucher* gratis ongkir menggunakan ShopeePay dengan didasarkan pada ketentuan syariat Islam untuk memudahkan penggunaanya khususnya muslim di Indonesia dan tidak menimbulkan perbedaan pendapat terhadap layanan tersebut.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998.
- Arifin, Johar. “*Substansi Akad dalam Transaksi Syariah*” *Jurnal al-anwal: Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1, 2014.
- Al Hadi, Abu Azam. *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Depok: Raja Grafindo Persada, 2017.
- Ardiningsih, Sri. *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia: Lahirnya Tren Baru Teknologi, Bisnis, Ekonomi, dan Kebijakan di Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Astuti, Gina Dwi. “*Tinjauan Fiqih Muamalah Akad Ju’alah terhadap Praktik Giveaway Bersyarat pada Online Shop*”, dalam *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, volume 6, No. 2, Tahun 2020, Bandung: Universitas Islam Bandung, 2020.
- Akbar, Mohammad Aldrin dan Sitti Nur Alam. *E-COMMERCE: Dasar Teori dalam Bisnis Digital*, Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Annur, Cindy Mutia. “*Konsumen Paling Gemar Promo Gratis Ongkir saat Belanja Online*”, dalam <https://databoks.katadata.co.id/>, (7 Agustus 2022).
- Anggraini, Betti., dkk. 2022 *Akad Tabarru’ dan Tijarah dalam Tinjauan Fiqih Mumalah*, Bengkulu: CV. Sinar Jaya Berseri, 2022.
- Agustina, Sally Dwi. *Jurnal Pengaruh Promosi “Voucher Gratis Ongkir Marketplace” Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Deskriptif Kuantitatif Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Belanja Online pada Kalangan Mahasiswa di Kabupaten Garut)*, Garut: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Garut.
- Anonim. “*Gratis Ongkir: Pengertian dan Memahami Cara Penggunaan dan Penerapannya*”, dalam <https://www.mitratoday.com/>, (31 Mei 2022).
- Anonim. “*Free Ongkir Adalah: Pengertian dan Strategi Ampuh dalam menerapkannya*”, dalam <https://accurate.id/marketing-manajemen/>, (31 Mei 2022).
- Aipassa, Jeanny. “*Apa Itu Marketplace, Pengertian, jenis dan Contohnya*”, dalam <https://www.inews.id/finance/bisnis/>, (25 Mei 2022).

- BALILATFO. *Inovasi Pemasaran Produk Unggul Berbasis Ekonomi Digital*, Yogyakarta, 2019.
- Dewi, Gemala., dkk. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Depok: Prenamedia Group, 2005.
- Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia. “*Fatwa DSN-MUI No. 63/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju’alah*”, Jakarta: DSN-MUI, 2007.
- Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Faradilla, Rinda. “*Cashback: Pengertian, Jenis dan Kegunaannya*”, dalam <https://www.idntimes.com/business/finance/>, (28 Mei 2022).
- Ginee. “*Sejarah Shopee di Indonesia: Marketplace Sukses di Tanah Air*”, dalam <https://ginee.com/id/insight/>, (5 Juni 2022).
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 1991.
- Haidar, Muhammad Aqil. *Memberi Hadiah bagi Pemberi Hutang: Apakah Riba?*, Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018.
- Haidar, Muhammad Aqil. *Memberi Hadiah bagi Pemberi Hutang: Apakah Riba?*, Palembang: Lentera Islam, 2018.
- Hidayatulloh, Kafit. *Skripsi: Analisis Hukum Islam terhadap Pelaksanaan Undian Berhadiah di Aplikasi Bukalapak*, Surabaya: UINSA, 2019.
- Hajerah, Sitti. Skripsi: “*Presepsi Masyarakat terhadap Penggunaan Dompot Digital pada Transaksi Jual Beli dalam Tinjauan Islam*”, Makassar: UNISMA Makassar, 2021.
- Ihwanudin, Nandang., dkk. *Etika Bisnis dalam Islam: Teori dan Aplikasi*, Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022.
- I. R., Jeko. “*Shopee: Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia*”, dalam <https://m.liputan6.com/>, (26 Juni 2021).
- Nathania, Yoshi. “*Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Meningkatkan Tajam, Siapa di Posisi Teratas?*”, dalam <https://www.idntimes.com/business/economy/>, (24 Mei 2022).

- Nofriansyah, Dicky., dkk, *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*, Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Roykhanah, Siti. *"Pengaruh Tagline Shopee terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya"*, Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Rumondang, Astri., dkk. *Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019.
- Rosidin. *Modul: Fikih Muamalah*, Malang: Edulitera, 2020.
- Rahman, Taufiqur. *Buku Ajar: Fiqih Mumalah Kontemporer* Lamongan: Academia Publication, 2021.
- Surat Keputusan Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya. *Putunjuk Teknis Penelitian Skripsi*, Surabaya: Surat Keputusan Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017.
- Sahabuddin. *Ensiklopedia Al-Qur'an: Kajian Kosa Kata*, Jakarta: Lentera Hati, 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran* Makassar: Sah Media, 2019.
- Sahroni, Oni. *Fikih Muamalah Kontemporer Jilid*, Jakarta: Republika Penerbit, 2020.
- Saputra, Didin Hadi., dkk. *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Skripsi. *"Pengaruh Flash Sale dan Tagline 'Gratis Ongkir' Shopee terhadap Keputusan Pembelian Implusif Secara Online"*: Studi Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee di Universitas Sumatera Utara, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2020.
- Siregar, Astri Maysarah. *Skripsi: "Hukum Terhadap Hadiah yang tidak Diberikan atas Pembelian Detergen dengan Skema Akad Wakalah Prespektif Mazhab Syafi'I"*, Medan: USU Press, 2020.
- Suyudi, Teguh. *"Ini Deretan Layanan dan Inovasi untuk Maksimalkan Pengalaman Belanja"*, <https://www.itworks.id/>, (12 Juli 2022).

- Shopee. “*Gratis Ongkir: Apa Ketentuan Voucher Gratis Ongkir?*”, <https://help.shopee.co.id/portal/article/>, (8 Juli 2022).
- Shopee. Dalam <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee>, (1 Mei 2022).
- Shopee. “*Tentang Shopee*”, dalam <https://careers.shopee.co.id/>, (04 Juli 2022).
- Sumarni, Titin., dkk. *Strategi Peningkatan Ekonomi dengan Memanfaatkan Marketplace melalui Media Sosial*, CV. DOTPLUS Publisher, 2022.
- Wulandari, Darma. *"Tinjauan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah tentang Pembagian Hadiah di Koperasi dengan Penentuan Syarat Saldo Tabungan"*, (Skripsi: IAIN METRO, 2017).
- Wardaya, Anton., dkk. *Strategic Management of Digital Era: Revisited Concepts and Findings*, Surabaya: Artha Karya Pustaka, 2020.
- Wijaya, Andes Laste. Skripsi: “*Penerapan Akad Ju’alah dalam Referral Bonus MLM Menurut Ulama Syafi’iyah: (Studi Kasus PT. Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)*”, Purwokerto: Saizu Publisher, 2021.
- Wijaya, Andes Laste. *"Penerapan Akad Ju’alah dalam Referral Bonus MLM Menurut Ulama Syafi’iyah"*, (Skripsi: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021).
- Winda, “*Kenalan dengan Voucher Cashback Shopee, Pengertian Serta Cara Mendapatkannya*”, dalam <https://cerdasbelanja.grid.id/read/>, (7 Juli 2022).
- Pengguna Shopee Dian Indryani., *Wawancara*, tentang proses pembayaran belanja menggunakan voucher gratis ongkir menggunakan ShopeePay, Nganjuk, 15 Juli 2022.
- Pengguna Shopee Andam Fitri D.N., *Wawancara*, tentang proses pembayaran belanja menggunakan voucher gratis ongkir menggunakan ShopeePay, Nganjuk, 03 Juli 2021.
- Pengguna Shopee Pudjiati, *Wawancara*, tentang Penggunaan Voucher Gratis Ongkir di Shopee, Nganjuk, 15 Juli 2022.
- Pengguna Shopee Yeni Anggraini., *Wawancara*, tentang Penggunaan Voucher Gratis Ongkir di Shopee, Nganjuk, 15 Juli 2022.
- Customer Service Choki, Wawancara*, via *live chat* Aplikasi Shopee pada tanggal 27 Juli 2022.