

**ANALISIS DAMPAK INSENTIF VOUCHER CASHBACK
APLIKASI SHOPEE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
TERHADAP MINAT BELANJA KONSUMEN**

SKRIPSI

Oleh:

ISNAINI NURSAFITRI

NIM: G04219035



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2025

LEMBAR ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Isnaini Nursafitri, G04219035, menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil karya orang lain yang mengatasnamakan saya, bukan hasil peniruan atau penjiplakan dari karya orang lain. Skripsi ini juga belum pernah diajukan dalam mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan referensi dengan menyebutkan nama penulis dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan jika di kemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak kebenaran pada pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 30 mei 2025



METERAI
TEMPEL
G04DAJX348669302
Isnaini Nursafitri
NIM: G04219035

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang telah ditulis oleh Isnaini Nursafitri dengan NIM
G04219035 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan

Surabaya, 02 Juni 2025

Dosen Pembimbing



Muhammad Aqbal Surya Pratikto, M.Sel
NIP. 199103162019031013

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS DAMPAK INSENTIF VOUCHER CASHBACK APLIKASI SHOPEE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TERHADAP MINAT BELANJA

Oleh
Isnaini Nursafitri
NIM: G04219035

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
Tanggal 10 Juni 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Muhammad Iqbal Surya Pratikto, M.SEI
NIP. 199103162019031013
(Penguji 1)
2. Dr. Sri Wigati, M.E.I
NIP. 197302212009122001
(Penguji 2)
3. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I
NIP. 198106062009012008
(Penguji 3)
4. Hj. Nurlailah, SE., MM.
NIP. 196205222000032001
(Penguji 4)

Tanda Tangan



Surabaya, 10 Juni 2025

Dekan

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.EI
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Isnaini Nursafitri
NIM : G04219035
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : isnaininursafitri6615@gmail.com

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

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

ANALISIS DAMPAK INSENTIF VOUCHER CASHBACK APLIKASI SHOPEE
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TERHADAP MINAT BELANJA KONSUMEN

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, 09 Oktober 2025

Penulis

(Isnaini Nursafitri)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan voucher cashback pada aplikasi Shopee dan dampaknya terhadap minat belanja konsumen dari perspektif ekonomi Islam. Dalam era digital yang semakin berkembang, voucher cashback menjadi salah satu strategi pemasaran yang menarik bagi konsumen. Namun, penting untuk mengevaluasi bagaimana insentif ini berinteraksi dengan nilai-nilai ekonomi Islam yang menekankan keadilan dan tanggung jawab dalam berbelanja.

Metode penelitian ini menggunakan jenis analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi sesuai penelitian ini. Wawancara dilakukan kepada pengguna aplikasi Shopee. Metode ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi dan data penelitian. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan cara berpikir. Penelitian ini berangkat dari fakta di lapangan untuk digeneralisasi berdasarkan teori yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan voucher cashback secara signifikan mempengaruhi minat belanja konsumen. Konsumen yang memahami prinsip-prinsip ekonomi Islam cenderung lebih selektif dalam memanfaatkan voucher tersebut, sehingga mereka dapat berbelanja dengan cara yang lebih etis. Penelitian ini juga menemukan bahwa kesadaran akan nilai-nilai syariah dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi yang dilakukan.

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa voucher cashback tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga dapat mendorong perilaku belanja yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih bertanggung jawab dalam industri e-commerce, serta meningkatkan kesadaran konsumen terhadap pentingnya berbelanja secara etis.

Kata kunci: *voucher cashback shopee, minat belanja konsumen shopee, perspektif ekonomi islam*

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR ORISINALITAS SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Batasan Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB 2 LANDASAN TEORI	12
2.1 Jual Beli	12
2.1.1 Pengertian Jual Beli	12
2.1.2 Dasar Hukum Jual Beli	14
2.1.3 Rukun dan Syarat Jual Beli	18
2.2 Perilaku Konsumen	21
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	21
2.3 Uang Elektronik	26

2.3.1	Pengertian Uang Elektronik	26
2.3.2	Akad dalam Transaksi Jual Beli dengan Uang Elektronik	27
2.4	Cashback	32
2.4.1	Pengertian Cashback	32
2.4.2	Jenis-Jenis Cashback dan Kegunaannya	33
2.4.3	Kelebihan dan Kekurangan Cashback	35
2.5	Teori Hadiah (Perspektif Ekonomi Islam)	36
2.5.1	Definisi Hadiah	36
2.5.2	Rukun Hadiah	39
2.5.3	Syarat Hadiah	42
2.5.4	Macam-Macam Hadiah	44
2.6	Penelitian Terdahulu	46
2.7	Kerangka Konseptual	55
BAB 3	METODE PENELITIAN	56
3.1	Jenis Penelitian	56
3.2	Tempat atau Lokasi Penelitian	57
3.3	Jenis dan Sumber Data	57
3.4	Teknik Pengumpulan Data	59
3.5	Teknik Analisis Data	61
3.6	Teknik Pengolahan Data	63
3.7	Teknik Keabsahan Data	64
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1	Gambaran Umum PT. Shopee International Indonesia	67
4.1.1	Profil PT. Shopee International Indonesia	67
4.1.2	Visi dan Misi PT. Shopee International Indonesia	69
4.1.3	Popularitas Shopee di Indonesia	72
4.2	Sistem Transaksi Jual Beli Pada Aplikasi Shopee	75

4.2.1	Praktik Pembelian Dengan Syarat Pembayaran Untuk Mendapatkan Cashback di Aplikasi Shopee	76
4.2.2	Mekanisme Pemberian Voucher Cashback di Aplikasi Shopee	80
4.3	Analisis Penggunaan Voucher Cashback Pada Aplikasi Shopee Terhadap Minat Konsumen	83
4.4	Analisis Penggunaan Voucher Cashback Pada Aplikasi Shopee Terhadap Minat Belanja Konsumen Perspektif Ekonomi Islam	90
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1	Kesimpulan	96
5.2	Saran	96
	DAFTAR PUSTAKA	98
	LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

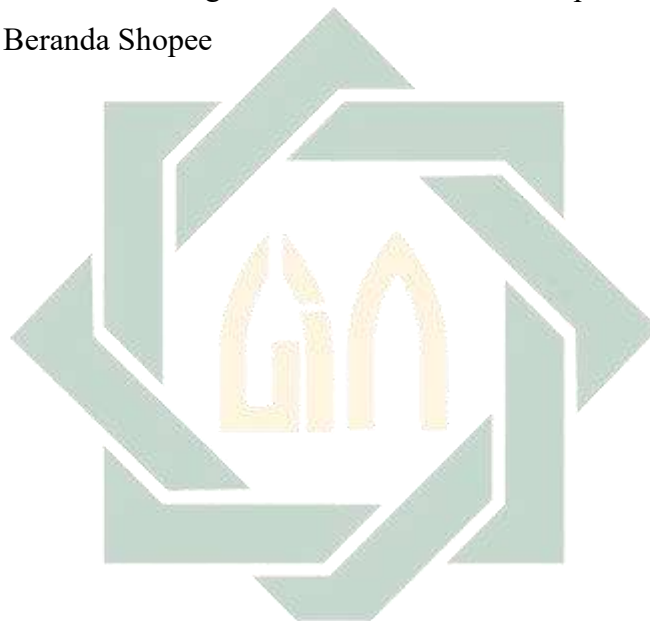
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	54
Tabel 3. 1 Data Narasumber	58



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peta Market Place Indonesia Tahun 2021	2
Gambar 1. 2 Peta Market Place Indonesia dari Tahun 2022	3
Gambar 1. 3 Jumlah Kunjungan Market Place di Indonesia 2023	4
Gambar 4. 1 Logo Shopee	67
Gambar 4. 2 Halaman Beranda Shopee	68
Gambar 4. 3 Data Perkembangan Shopee	70
Gambar 4. 4 Grafik Keuntungan UMKM diantara Marketplace	71
Gambar 4. 5 Beranda Shopee	78



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Ahmad. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Pustaka Setia.
- Admin BFI. (2023). *Mari Mengenal Cashback, Istilah Umum yang Banyak Ditemui Dimana-Mana*. BFI Finance.
- Al-Jawziyyah, I. Q. (1999). *al-Ikhtiyārāt al-Fiqhiyyah*, (Badr bin A).
- Al Qur'an Kemenag*. (n.d.). Retrieved December 17, 2023, from <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/74>
- Ali, H., & Maksum, M. (2012). *Dasar - Dasar Fikih Muamalah*.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Aryani, A. R. (2019). Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Diskon dan Reward Point OVO. *Jurnal All-Hakim*, 1, 7.
- Az-Zuhaili, W. (2011). *Fiqh Islam Wa Adiatuhu* (Jilid 5). Gema Insani Press.
- Berbagai Macam Kegunaan Voucher Untuk Promosi*. (n.d.). Info Cetak.
- Bungin, B. (2015). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Kencana.
- Chamsa, F. N. (2022). Analisis Hukum Islam Terhadap Cashback Di Shopee. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol 2 No 1, 3887–3897.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Firdayanti, I. S. (2021). Problematika Akad Mu'awadlah: Kajian Hukum Islam Pemberian Cashback Pada Transaksi Jual-Beli Online (Studi Kasus Pada Aplikasi E-Commerce Tokopedia). *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 8 No 2.
- Ghazaly, A. R. (2010a). *Fiqh Muamalat*. Kencana.
- Ghazaly, A. R. (2010b). *Fiqh Muamalat*. Kencana.
- Haryono. (2020). Konsep Al Ju'alah dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan

- Sehari-hari”, *Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam. Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial*, 654.
- Hendarsyah, D. (2019). *Penggunaan Uang Elektronik Dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai di Indonesia*. 8, 3.
- Huda, Q. (2011). *Fiqh Muamalah*. Teras.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan*. Unitomo Press.
- Iskandar. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Gaung Persada.
- Julianda, H. (2013). *Implementasi Corporate Social Responbility Pada PT. Maruki Internasional Indonesia*. Universitas Hasanuddin.
- Mangkunegara, A. . A. P. (2009). *Perilaku Konsumen*. PT. Refika Aditama.
- Medianti, U. S. (2024). *Kinerja Shopee Awal 2024: Tranformasikan UMKM dan Berdaya Saing*. Tim Publikasi Katadata.
<https://katadata.co.id/info/666bcd3c1e592/kinerja-shopee-awal-2024-transformasikan-umkm-dan-berdaya-saing>
- Mufid, M. (2020). *Fikih Untuk Milenial*. PT. Elex Media Komputindo.
- Muflih, M. (2006). *Perlaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Ekonomi Islam*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Muslich, A. W. (2010a). *Fiqh Muamalat*. Amzah.
- Muslich, A. W. (2010b). *Fiqh Mumalat*. Amzah.
- Nashirudin, M., & Rahmika, I. B. (2024). Analisis Akad Pemberian Hadiah dalam Produk Wadiah pada Lembaga Keuangan Syariah Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol 7 No 2*.
- Nawawi, I. (2017). *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Ghalia Indonesia.
- Nilakusumawati, D, P., Wulandari, N. G. A. I., A, W., & D.N.A, N. (2024). Pengaruh Voucher Diskon Terhadap Daya Tarik Pembeli Di Aplikasi E-Commerce. *Innovative: Journal of Social Science Research, Vol 4 No 1*,

10360–10367.

Ningsih, P. K. (2001). *Fiqih Muamalah* (p. Hal 213). Rajawali Press.

Pradana, R. Y., & Kholis, N. (2024). Konsep Hadiah dalam Produk Perbankan Syariah Perspektif Fatwa Dewan Syari'ah Nasional dan Aplikasinya Diperbankan Syariah. *Jurnal Mahasiswa Studi Islam, Vol 6 No 1*.

R Rudianto, Y., & Mukhlis, C. (2023). Pengaruh Potongan Harga dan Iklan Shopee terhadap Minat Beli Konsumen Shopee. *Seiko: Journal of Management & Businnes, Vol 6 No 1*, 337–347.

Rafli, M. (2024). *Shopee Jadi Marketplace Paling Menguntungkan bagi Brand Lokal dan Pelaku UMKM*. Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/shopee-jadi-marketplace-paling-menguntungkan-bagi-brand-lokal-dan-pelaku-umkm-lr1tL>

Rohman, A. (2016). Analisis Penerapan Akad Jualah Dalam Multi Level Marketing (MLM) (Studi Atas Marketing Plan WWW.Jamaher Network). *Jurnal Al Adalah XIII, Vol 2 No 2*, Hal 90-179.

Safitri, S. N. (2023). *Senang Dapat Cashback? Ini Kelebihan dan Kekurangannya!* Maserp.

Sahroni, O. (2019). *Fikih Muamalah Kontemporer: Membahas Ekonomi Kekinian*. Republika Penerbit.

Sari, N. N. (2021). Analisis Hukum Islam terhadap Cashback di Tokopedia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol 5 No 2*.

Shopee (3.51.24). (2015). <https://shopee.co.id/>

Sudarsono, H. (2002). *Konsep Ekonomi Islam*. Ekonisia.

Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. ANDI OFFSET.

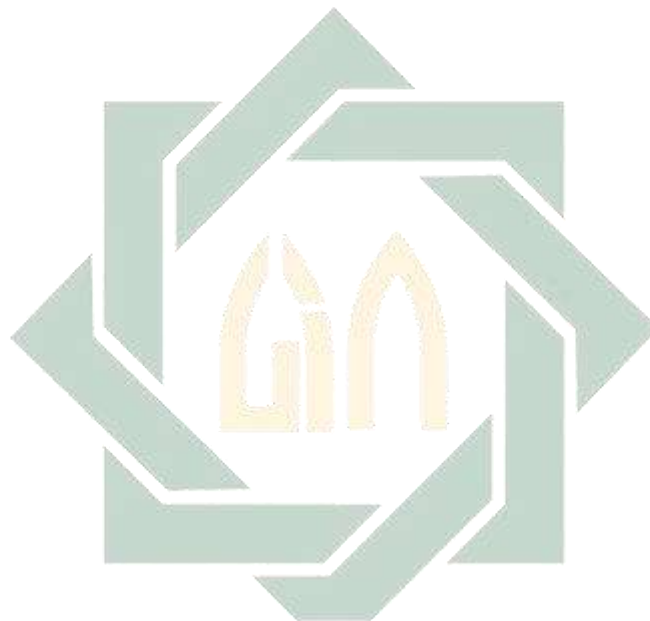
Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.

Suhendi, H. (2014). *Fiqh Muamalah*. Rajawali Press.

Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Graha Ilmu.

Zainal, V. R. (2017). *Islamic Marketing Managemen: Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*. PT. Bumi Aksara.

Zuriah, N. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Rosdakarya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A