

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang memiliki nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, dimana pihak pertama menerima benda-benda dan pihak kedua menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.¹ Pada umumnya jual beli dapat dilakukan secara langsung dengan bertatap muka dan secara tidak langsung yaitu melalui internet atau aplikasi *online* yang saat ini dikenal dengan istilah *e-Commerce*.

E-Commerce sendiri merupakan penyedia layanan jual beli secara *online*. Dengan adanya *E-Commerce* membuat bisnis jual beli *online* semakin berkembang pesat. Di Indonesia sendiri perkembangan *e-commerce* berbanding lurus dengan kepopuleran toko *online* yang ada di seluruh dunia. Pada awal kepopulerannya di tahun 2006, para pengguna internet di Indonesia mencapai 30% atau sekitar 82 juta penduduk. Namun seiring perkembangannya pengguna internet pada tahun 2019 mengalami peningkatan hingga 56% atau sekitar 151,59 juta penduduk. Hal ini menjadi bukti bahwa perkembangan jual beli *online* sangat memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.

Di Indonesia khususnya pada aplikasi jual beli *online* atau *e-commerce* memiliki berbagai jenis diantaranya aplikasi Shopee, Lazada, Jd.id, Tokopedia, dan sebagainya. Saat ini starup *E-Commerce* saling bersaing untuk menarik minat masyarakat dengan menyediakan banyak program atau promo sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan layanannya. Salah satu program yang dilakukan oleh *E-Commerce* adalah program *cashback*, potongan diskon serta adanya layanan gratis ongkos kirim.

Layanan *E-Commerce* tersebut saling berlomba dan bersaing untuk memberikan promo terbaik guna mendapatkan banyak pelanggan. Salah satunya adalah Tokopedia. Tokopedia adalah salah satu perusahaan terbesar

¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2014), 68-69.

di Indonesia yang melakukan penjualan dan pembelian berbasis *digital*. PT Tokopedia di nilai telah berhasil menjadi salah satu industri internet dengan pertumbuhan yang sangat cepat. Tokopedia menjunjung model bisnis dalam mall *online* dan marketplace, Tokopedia juga memungkinkan untuk setiap individu, brand dan toko kecil agar bisa membuka dan mengelola toko *online*. Sejak peluncuran hingga akhir ini, pelayanan dasar pada Tokopedia dapat digunakan untuk semua pengguna dengan gratis.²

Dibalik kesuksesan yang diraih oleh Tokopedia, ternyata ada beberapa konsumen Tokopedia yang melakukan kecurangan dengan menyalahgunakan kemudahan dan promonya untuk kepentingan pribadinya.³ Para pelaku kecurangan tersebut mengesampingkan syarat dan ketentuan yang telah diberikan oleh pihak Tokopedia dengan sengaja agar bisa memanipulasi transaksi dan bisa memperoleh *cashback* sehingga *cashback* tersebut bisa dicairkan dan dapat ditarik melalui pembayaran Bank.

Para pelaku kecurangan menggunakan sistem *Buyback* agar bisa memperoleh *cashback* yang diberikan oleh aplikasi Tokopedia. Secara bahasa *Buyback* berarti “pembelian kembali”. *Buyback* sendiri awalnya dikenal pada produk investasi ekonomi seperti saham, emas, obligasi dan sebagainya. Tetapi dengan berkembangnya layanan *E-Commerce*, *buyback* kemudian juga menjadi suatu hal umum yang dikenal di kalangan pelaku kecurangan untuk bisa mendapatkan *cashback*.

Praktik *buyback* sendiri kurang lebih sama seperti *buyback* pada saham dan emas, yaitu suatu perusahaan akan membeli kembali saham dan emas yang telah dijual kepada pasar terbuka, kemudian perusahaan akan membeli kembali saham mereka melalui pasar terbuka itu juga. Alasan suatu perusahaan melakukan *buyback* saham dan emas adalah untuk strategi perusahaan, dimana strategi tersebut digunakan untuk memberikan sinyal kepada pasar terbuka bahwa manajemen dapat dipercaya dan memiliki

² Indah Tri Lestari dan Widyastuti. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 7 Nomor 2 - Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (2019).

³ Ratna Ajeng Wahyuningtyas, *Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat Beli Ulang dengan Persepsi Kegunaan sebagai Variabel Intervening*, (Surabaya : CV. Karya Utama, 2016), 32.

kinerja yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai saham bagi pemegang saham pada suatu perusahaan tersebut.

Namun biasanya praktik *buyback* pada saham dan emas sudah diawasi oleh OJK yaitu pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 29 Tahun 2003 tentang Pembelian Kembali Saham Yang Dikeluarkan Oleh Perusahaan Terbuka dan Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 14/16/DPbS tentang Produk Pembiayaan Kepemilikan Emas Bagi Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah. Hal ini tentu berbeda dengan praktik *buyback* yang dilakukan para pelaku kecurangan yang mencari *cashback* dengan melakukan *buyback* untuk bisa mendapatkan benefit promo dari *platform digital* atau *e-commerce* khususnya pada aplikasi Tokopedia.

Buyback yang di maksud dalam transaksi ini adalah kesepakatan antara penjual dan pembeli bahwa barang yang diperjual-belikan merupakan barang yang akan di beli kembali oleh penjual. Artinya penjual dan pembeli saling bekerja sama untuk melakukan transaksi jual beli. Pihak pertama selaku penjual akan memasang barang dagangannya pada *platform digital* kemudian akan di beli oleh pihak kedua sebagai pembeli. Pihak kedua melakukan transaksi pembelian dengan menggunakan kode promo *cashback* yang apabila *cashback* itu bisa didapatkan maka pihak kedua akan mendapatkan keuntungan. Tidak berhenti disitu, pihak kedua sebagai pembeli juga akan memainkan peran sebagai penjual untuk melakukan transaksi yang sama kepada pihak pertama. Tujuannya agar keduanya sama-sama memperoleh keuntungan, yaitu mendapatkan *cashback* dengan nominal yang sama.

Dalam hal ini, penulis menganalisa sebuah permasalahan yang terjadi pada akun jual beli *online* di Tokopedia yang bernama UD. Mantul Group dan Toko AE CELL. Toko *online* tersebut hanya menjual *handphone* dengan berbagai jenis dan merk yang cukup terkenal. Untuk menganalisa permasalahan tersebut penulis melakukan wawancara dan mensurvey bagaimana cara *seller* melakukan teknik *buyback*. Pemilik akun menjelaskan jika proses *buyback* untuk mendapatkan *cashback* ini sama seperti umumnya melakukan jual beli di aplikasi *online*. Perbedaannya,

penjual membeli barangnya yang telah dijual untuk kembali dibeli dengan mencantumkan kode promo pada aplikasi Tokopedia.

Sebagai contoh akun UD. Mantul Group membeli barang melalui Toko AE CELL berupa *handphone* Xiaomi Redmi 12 4/128 sebanyak 1 Unit dengan harga Rp 2.250.000,- kemudian mencantumkan promo *cashback* 5% yaitu sekitar Rp 112.500,00-. Kemudian setelah transaksi selesai dan diterima, Toko AE CELL akan menjual kembali barang miliknya kepada UD. Mantul Group dengan nominal yang sama dan transaksi yang sama pula.

Oleh karenanya, penulis ingin mengetahui mengenai tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap analisis praktik *buyback* dalam aplikasi Tokopedia tersebut. Penulis merasa perlu dilakukan penelitian untuk memastikan bahwa praktik tersebut tidak melanggar prinsip-prinsip ekonomi syariah dan dapat diterima oleh masyarakat yang mengedepankan nilai-nilai syariah. Studi kasus pada komunitas *seller* Tokopedia Kediri dipilih karena wilayah ini memiliki potensi pasar yang besar dan banyak pengguna Tokopedia yang mengikuti praktik *buyback*. Dengan demikian, penulis akan melakukan penelitian yang berjudul **“Praktik *Buyback* Untuk Mendapatkan *Cashback* Dalam Aplikasi Tokopedia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Komunitas *Seller* Tokopedia Kota Kediri)”**

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana praktik *buyback* untuk mendapatkan *cashback* dalam aplikasi Tokopedia pada komunitas *seller* Tokopedia di Kota Kediri?
2. Bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap praktik *buyback* untuk mendapatkan *cashback* yang dilakukan oleh *seller* pada aplikasi Tokopedia?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui praktik *buyback* untuk mendapatkan *cashback* dalam aplikasi Tokopedia pada komunitas *seller* Tokopedia di Kota Kediri.

2. Mengetahui tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap praktik *buyback* untuk mendapatkan *cashback* yang dilakukan oleh *seller* pada aplikasi Tokopedia.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis, penelitian ini membantu menghasilkan pengetahuan baru tentang suatu topik atau fenomena tertentu. Hal ini membantu memperluas pemahaman kita tentang dunia dan mengembangkan basis pengetahuan yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini berperan penting dalam pengembangan teori dalam berbagai bidang studi. Dengan melakukan penelitian yang cermat dan terstruktur, peneliti dapat menguji dan memperbarui teori yang ada, atau bahkan mengembangkan teori baru yang menjelaskan fenomena yang belum dipahami dengan baik mengenai studi kasus yang berlaku terutama pada komunitas *seller* Tokopedia di Kota Kediri .
2. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan solusi nyata untuk masalah praktis dalam berbagai bidang. Dengan menggunakan metode penelitian yang tepat, peneliti dapat mengidentifikasi masalah, mengembangkan dan menguji solusi, serta memberikan rekomendasi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kinerja organisasi atau memecahkan masalah tertentu pada komunitas *seller* Tokopedia di Kota Kediri menurut Hukum Islam.

E. Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu merupakan sesuatu yang penting sebagai bentuk tolak ukur dalam suatu penelitian untuk mengetahui perbedaan tentang substansi isi penelitian yang memiliki tema yang sama, namun objek kajian yang berbeda. Adapun penelitian terdahulu antara lain :

1. Hafilah Nindya Pangesti, mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, di Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, pada tahun 2019, membuat penelitian dengan mengangkat judul “*Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapatkan Cashback Di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.*” Pada penelitian ini terperinci sebagai berikut:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Hafilah Nindya Pangesti ini mengangkat penelitian mengenai kecurangan yang dilakukan oleh para pembeli yang bertransaksi bekerja sama untuk mendapatkan *cashback*. Selain itu, skripsi ini juga membahas mengenai praktik rekayasa dengan memanfaatkan promo *cashback* pada aplikasi Tokopedia seperti merekayasa sistem jual belinya dengan berpura-pura membeli dagangannya berupa *handphone* lalu si pembeli diberikan sejumlah uang untuk pembayaran transaksinya tersebut, kemudian ketika *cashback* itu bisa didapatkan maka pembagian keuntungan akan di bagi dua antara penjual dan pembeli dengan nominal yang sama besarnya.
 - b. Persamaan dengan penelitian penulis adalah sama sama menggunakan aplikasi Tokopedia dan barang yang diperjual belikan juga berupa *handphone*. Namun terdapat perbedaaan antara peneliti dan penulis yaitu transaksi yang dilakukan bukan transaksi rekayasa melainkan transaksi nyata diantara penjual dan pembeli, namun transaksi ini dilakukan secara terus-menerus bahkan transaksi ini menggunakan satu barang yang sama, tetapi barang tersebut di putar dan di perjual belikan kepada anggota komunitas *Seller* Tokopedia di Kediri. Keuntungan yang diperoleh dari *cashback* ini bukan untuk dibagi sama besarnya, melainkan untuk keuntungan pribadi masing-masing *Seller* yang tergabung di komunitas *Seller* Tokopedia Kediri.
2. Febrina Firi Permatasari mahasiswa Jurusan Muamalah Fakultas Syariah, di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, pada tahun 2018, membuat penelitian dengan mengangkat judul '*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Yang Mencantumkan Gambar Dan Testimoni Hoax Di Ponorogo.*' Pada penelitian ini terperinci sebagai berikut:
- a. Skripsi yang dilakukan oleh Febrina Fitri Permatasari membahas masalah mengenai gambar palsu dan ulasan yang dengan sengaja di buat palsu. Skripsi tersebut menggunakan metode pendekatan

normatif, dengan jenis penelitian kualitatif. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah objek dari jual dan beli haruslah jelas kualitasnya dan terhindar dari unsur-unsur yang *gharar*, maka jual dan beli yang dengan sengaja mencantumkan gambar yang palsu tidak diperbolehkan dikarenakan mengandung *gharar*. Sehingga jual dan beli secara *online* yang mencantumkan gambar-gambar yang palsu adalah tidak sah atau dilarang karena sifat objeknya tidak diketahui dengan jelas dan telah memenuhi unsur-unsur *gharar* yang telah terjadi pada akad transaksi bisnis pada bagian *gharar* yang ringan. Jual dan beli dengan menggunakan cara yang haram agar mendapat keuntungan telah dilarang dalam Islam, hal tersebut dikarenakan akan merugikan oranglain yang tidak mendapatkan hak-haknya sehingga terjadi sebuah perselisihan atau permusuhan. Sehingga metode jual dan beli secara *online* yang mencantumkan ulasan palsu merupakan sebuah perilaku penipuan dan upaya menghalalkan semua cara untuk memperoleh laba. Hal ini dianggap sebagai jual dan beli yang dilarang karena hal tersebut termasuk didalam *syara'*. Sehingga, jual dan beli yang mencantumkan ulasan palsu adalah dilarang, karena sebab *syara'* dan adanya unsur penipuan.

- b. Persamaan penelitian terletak pada tindakan manipulatifnya yang sama-sama untuk menarik minat pembeli. Perbedaannya terletak pada prakteknya yang mana dalam praktek fiktifnya ada barangnya.
3. Bagus Tri Yulianto, mahasiswa Jurusan Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, di Universitas Islam Indonesia, pada tahun 2019, membuat penelitian yang berjudul “*Keabsahan Jual Beli Voucher Indomaret Fiktif Melalui Situs Tokopedia.*” Pada penelitian ini terperinci sebagai berikut:
 - a. Penelitian yang dilakukan oleh Bagus Tri Yulianto mengangkat mengenai keabsahan produk voucher indomaret yang dilakukan secara fiktif untuk mendapatkan *cashback*. Selain itu, pada

- penelitian ini menganggap bahwa voucher indomaret yang digunakan juga tidak ada wujudnya alias bodong.
- b. Persamaan penelitian terletak pada transaksinya untuk mendapatkan *cashback*. Perbedaannya terletak pada praktiknya yang mana penulis membahas praktik dengan adanya barang yang dibeli kembali, barangnya ada dan tidak fiktif.
4. Dian Ovita Putri, mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, di Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, pada tahun 2023, membuat penelitian yang berjudul “*Analisis Transaksi Buyback Objek Emas Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh Dalam Perspektif Akad Ba’I Musawamah (Studi Tentang Implementasi Produk Tabungan Emas)*”. Pada penelitian ini terperinci sebagai berikut:
- a. Penelitian yang dilakukan oleh Dian Ovita Putri mengangkat mengenai penjualan kembali (*buyback*) emas yang berupa saldo tabungan tanpa ada wujud dari benda yang berupa emas itu sendiri. Selain itu transaksi yang dilakukan hanya antara pihak PT Pegadaian Syariah dan nasabahnya saja, sehingga tidak ada penjelasan dan proses mengenai akad yang dilangsungkan. Hal ini memenuhi syarat jual beli dalam Hukum Islam tetapi wujud dari kebendaan yang dijadikan objek sebagai syarat sahnya tidak ada.
 - b. Persamaan penelitian terletak pada transaksinya yaitu pembelian kembali (*buyback*). Perbedaannya terletak pada objeknya dimana penulis membahas praktik dengan barang yang dibeli kembali itu objeknya ada dan tidak fiktif, selain itu transaksi yang dilakukan oleh penulis melalui aplikasi Tokopedia.
5. Nafisatul Fitria, mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, pada tahun 2016, membuat penelitian yang berjudul “*Analisis Reaksi Pasar Modal Sebelum Dan Sesudah Pengumuman Pembelian Kembali Saham (Buyback)*”. Pada penelitian ini terperinci sebagai berikut:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Nafisatul Fitria mengangkat mengenai investasi saham yang dilakukan oleh investor ketika sebelum dan sesudah adanya pengumuman mengenai *buyback* saham oleh OJK Nomor 22/SEOJK.04/2015. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi informasi baru yang dipublikasikan ke pasar modal sehingga diharapkan dapat mengubah preferensi investor terhadap keputusan investasinya.
- b. Persamaan penelitian terletak pada transaksinya yaitu pembelian kembali (*buyback*). Perbedaannya terletak pada objeknya dimana penulis membahas praktik yang objeknya berupa *handphone* dan transaksinya dilakukan melalui aplikasi Tokopedia.

