

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial, yakni makhluk hidup yang bermasyarakat. Dalam hidupnya manusia membutuhkan manusia lain, manusia selalu berhubungan satu dengan yang lain, tanpa disadari untuk memenuhi kebutuhan dasar kita sendiri.¹

Dalam memenuhi kebutuhannya, secara umum manusia banyak melakukan kegiatan, pada kegiatan tersebut ada pekerjaan lain yang tidak dapat dilakukan sendiri, sehingga membutuhkan orang lain untuk melakukan pekerjaan tersebut. Karena hal ini maka harus ada imbalan dalam bentuk upah (*ju'alah*) atau pemberian.

Dalam Islam, upah atau pemberian ini disebut dengan *ju'alah*. *Ju'alah* berasal dari kata *al-ju'lu*, yang berarti upah, komisi, hadiah (*reward*). Secara istilah *ju'alah* mengacu pada komitmen atau janji, bertindak untuk memberikan sejumlah uang atau imbalan lain untuk melakukan pekerjaan tertentu. *Ju'alah*, menurut etimologi, adalah memberikan upah atau hadiah kepada orang lain yang telah melakukan pekerjaan untuknya, dan setiap pekerjaan yang lakukan menghasilkan upah atau imbalan lainnya.²

¹ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)* (UII Press, Yogyakarta: 2012), 11.

² Madani, *Fiqih Ekonomi Syariah, Fiqih Muamalah* (Jakarta: Gema Insani, 2012), 314.

Dasar hukum *ju'alah* tertera dalam Q.S Yusuf: 72 yakni

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

Artinya: “Penyeru-penyeru itu berkata: “Kami kehilangan pialah raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya”.³

Di era modern ini, banyak perusahaan berlomba-lomba merebut hati konsumen. Banyak jasa yang menawarkan untuk mempermudah transaksi melalui internet seperti jual beli online. Di zaman sekarang ini, ada banyak aplikasi online yang dipakai dalam melakukan transaksi baik jual-beli, simpan pinjam dll. Aktivitas bisnis yang menggunakan media internet disebut dengan *electronic commerce* atau elektronik perniagaan.⁴

Electronic commerce atau yang lebih umum dikenal dengan *electronic commerce* adalah proses pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer. Banyak aplikasi online yang memberikan layanan jual beli, termasuk salah satunya di Lazada. Lazada didirikan pada Maret 2012 dan berkembang pesat hingga saat ini. PT Lazada Indonesia bertujuan untuk memenuhi semua keperluan pembeli untuk pemesanan sampai pengiriman barang dirumah (*COD*). Produk yang ditawarkan di Lazada memenuhi berbagai kebutuhan seperti

³ Q.S Yusuf : 72.

⁴ Abdul Hakim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), 2.

alat elektronik, aksesoris elektronik, fashion wanita, fashion pria, aksesoris tas dan jam tangan, serta masih banyak lagi.⁵

Seiring berjalannya waktu, Lazada semakin mengembangkan produknya dengan membuka layanan promo *cashback*. *Cashback* merupakan salah satu strategi pemasaran dalam bentuk penawaran persentase pengembalian uang, baik secara tunai ataupun virtual, atau dapat berbentuk produk tertentu. *Cashback* digunakan untuk menurunkan harga potongan barang yang dikehendaki. Salah satu *cashback* yang ditawarkan dalam *e-commerce* di Lazada adalah *everyday cashback*. *Everyday cashback* merupakan program baru yang diberikan sebagai penghargaan atas loyalitas pelanggan dengan pemberian *cashback* hingga 5% sampai dengan Rp 35.000 untuk produk tertentu, untuk dibelanjakan pada pembelian selanjutnya. Sebagai contoh pengguna A membeli barang seharga Rp 1.000.000, maka perolehan saldo *cashback*nya 5% dari pembelian tadi yakni 5% x Rp 1.000.000 adalah Rp 50.000, akan tetapi *cashback* yang akan diterima pengguna hanya Rp 35.000, karena *cashback* yang diperoleh melebihi batas maksimum *cashback* harian yakni sebesar Rp 35.000.

Everyday cashback dalam *e-commerce* Lazada memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya adalah meningkatkan pendapatan toko online, meningkatkan trafik toko online. Sedangkan kekurangannya

⁵ Haris Chaebur, *Lazada Group*, <https://www.google.com/amp/s/www.tribunnewswiki.com/amp/2019/11/11/lazada-group>, diakses pada tanggal 10 September 2021 pukul: 08.02.

adalah pada *everyday cashback* Lazada hanya menyediakan *cashback* yang terbatas sesuai dengan promonya dan hanya bisa digunakan pada aplikasi Lazada saja.⁶

Berikut adalah perbedaan *cashback everyday* di beberapa aplikasi online:

1. Pada *e – commerce* Tokopedia, *voucher cashback* yang diberikan sebesar 10% sampai dengan Rp 10.000 dengan minimum belanja Rp 75.000.
2. Pada *e – commerce* Shopee, *voucher cashback* yang diberikan sebesar 10% sampai dengan Rp 20.000 dengan minimum belanja Rp 50.000.⁷
3. Pada *e – commerce* Lazada, *voucher cashback* yang diberikan sebesar 5% sampai dengan Rp 35.000, dengan ketentuan berlaku selama 30 hari sejak status *cashback* diaktifkan, yaitu setelah pesanan telah diterima, tanpa minimum belanja.⁸

Alasan peneliti memilih penelitian pada *everyday cashback e – commerce* Lazada adalah menyediakan *cashback* yang lebih banyak dibandingkan pada *e – commerce* lainnya seperti pada *e - commerce* Tokopedia dan Shopee, di *e – commerce* Lazada menyediakan *cashback* sebesar 5% sampai dengan Rp 35.000. Hal ini mempunyai daya tarik tersendiri untuk para konsumen untuk lebih memilih berbelanja di toko

⁶ Lazada Seller Center, *Cashback Setiap Hari (Everyday Cashback)*, <https://sellercenter.lazada.co.id/seller/helpcenter/cashback-setiap-hari-everyday-cashback-6979.html>, diakses pada tanggal 17 Desember 2021, pukul 14.00 WIB

⁷ Komentar Twitter Arni Zarzou, diakses pada tanggal 14 Desember 2021, pukul 19.15 WIB.

⁸ Wawancara dengan Arum , Pengguna Lazada, 15 Juni 2023.

online Lazada, dikarenakan memberikan *everyday cashback* yang lebih besar dibandingkan di toko online lainnya.

Arum adalah salah satu konsumen yang tertarik dengan promo *everyday cashback* pada *e-commerce* Lazada, akan tetapi pada saat akan membuka layanan promo *everyday cashback* ini ternyata ada tantangan *cashback* yang harus dilakukan agar pengguna bisa mendapatkan saldo *cashback*. Tantangan ini berupa tantangan yang diharuskan untuk berbelanja 2x dalam seminggu. Sementara didalam syarat dan ketentuan di *e-commerce* Lazada tidak menyebutkan adanya tantangan tersebut. Pihak dari Lazada hanya menyebutkan syarat serta ketentuannya sebagai berikut yang pertama yakni voucher *cashback* akan diberikan selama persediaan masih ada, untuk mendapatkan saldo *cashback* pengguna cukup mencari produk dengan logo *cashback*, *cashback* akan ditambahkan ke saldo *cashback* jika pesanan sudah dikonfirmasi diterima, pengguna dapat menggunakan saldo *cashback* untuk mengurangi pembelian berikutnya, *cashback* hanya dapat digunakan pada transaksi melalui aplikasi Lazada, voucher tidak dapat diuangkan dan/dipindahtangankan.⁹

Maka yang menjadi permasalahan yakni tantangan *cashback* tersebut tidak tertera di ketentuan dan syarat pada *e-commerce* Lazada, dan juga tantangan *cashback* ini tidak selalu ada pada akun pengguna. Dalam hal ini Arum selaku pengguna merasa kecewa karena tantangan tersebut

⁹ Lazada Seller Center, *Cashback Setiap Hari (Everyday Cashback)*, <https://sellercenter.lazada.co.id/seller/helpcenter/cashback-setiap-hari-everyday-cashback-6979.html>, diakses pada tanggal 14 Januari 2023, pukul 20.15 WIB

tidak tertera disyarat dan ketentuan serta tidak semua akun pengguna melakukan tantangan *cashback* tersebut.¹⁰

Dengan menggunakan teori *ju'alah* maka praktik tersebut terdapat ketidaksesuaian dengan teori *ju'alah*. Dalam teori *ju'alah* terdapat rukun dan syarat yang menjadi sahnya dalam *ju'alah* yakni *sighat*, para pihak, upah/hadiah/fee, pekerjaan.¹¹ Rukun yang pertama yaitu *sighat*, dalam hal ini *sighat* tidak terpenuhi dikarenakan tidak mencantumkan informasi mengenai tantangan *cashback* yang diharuskan berbelanja 2x dalam seminggu. Adapun rukun ke 4 yakni pekerjaan, pekerjaan dalam akad *ju'alah* yang dilakukan haruslah jelas serta di dalam informasi mengenai program pemberian *everyday cashback* haruslah jelas. Akan tetapi dalam praktiknya pekerjaan berupa tantangan belanja 2x dalam seminggu yang harus dilakukan oleh pengguna untuk bisa mendapatkan *cashback* sebesar Rp 10.000 tidak dicantumkan dalam syarat dan ketentuan pada Lazada, serta tidak semua akun pengguna juga mendapatkan tantangan seperti ini.¹²

Dari paparan diatas serta fenomena-fenomena yang terjadi, penulis ingin mengkaji permasalahan tersebut melalui penelitian yang berjudul **“TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PEMBERIAN *EVERYDAY CASHBACK* DALAM JUAL BELI ONLINE PADA *E – COMMERCE LAZADA*”**

¹⁰ Wawancara dengan Arum , Pengguna Lazada, 15 Juni 2023.

¹¹ Pudjiraharjo dan Nur Faizin, *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah*, (Malang: UB Press, 2019), 120.

¹² Wawancara dengan Arum , Pengguna Lazada, 15 Juni 2023.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik pemberian *everyday cashback* dalam jual beli online pada *e – commerce* Lazada ?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap pemberian *everyday cashback* dalam jual beli online pada *e - commerce* pada Lazada ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menjelaskan bagaimana praktik pemberian *everyday cashback* dalam jual beli online pada *e -commerce* Lazada?
2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap pemberian *everyday cashback* dalam jual beli online pada *e - commerce* Lazada?

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dilihat dari aspek perkembangan ilmu (teoritis) penelitian ini dapat memberikan sumbangan informasi dari ilmu dalam mengkaji dan menambah khazanah pengetahuan tentang praktik jual beli, selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber informasi

dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam pembelajaran, terutama dalam permasalahan pemberian *everyday cashback* dalam jual beli online pada *e – commerce* Lazada ditinjau dari hukum Islam.

2. Manfaat praktis

a) Bagi peneliti

Diharapkan dapat meningkatkan kepraktisan dan kemampuan penelitian ilmiah, serta memperdalam pemahaman atas permasalahan yang muncul dalam praktik pemberian *everyday cashback* dalam jual beli online pada *e - commerce* Lazada berdasarkan ajaran hukum Islam.

b) Bagi mahasiswa

Dapat menjadi rujukan dan tambahan literasi dan bahan referensi untuk penelitian yang akan datang agar dikembangkan kedalam materi lainnya untuk meningkatkan kualitas pembelajaran.

c) Bagi masyarakat

Agar masyarakat atau pengguna dan penjual memperoleh pengetahuan tentang pemberian *everyday cashback* dalam jual beli online pada *e – commerce* Lazada yang sesuai menurut hukum Islam.

E. Telaah Pustaka

Guna menunjang penelitian dan analisa praktik pemberian *everyday cashback* dalam jual beli online pada *e – commerce* Lazada untuk tujuan

yang dimaksud, maka penulis mengambil beberapa skripsi dari skripsi yang hamper sama dengan penelitian yang akan dilakukan, diantaranya:

1. Hafilah Nindya Pangesti, 2019. Fakultas Hukum Ekonomi Syariah. Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapatkan *Cashback* di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. menjelaskan tentang bagaimana penerapan *cashback* di Tokopedia dan hukumnya menurut hukum ekonomi syariah. Dalam pelaksanaannya jual beli ini bertentangan dengan aturan Hukum Ekonomi Syariah karena masih banyak orang yang melaksanakan penipuan dengan mengatur akad jual beli yang salah, dimana barangnya tidak ada dan hanya merekayasa. Dengan demikian akad penjualan menjadi rusak karena benda yang dipertukarkan tidak ada.¹³
2. Annisa Rifka Aryani dari IAIN Surakarta 2019. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Diskon dan *Reward Point* OVO (Studi Kasus Aplikasi Grab di Surakarta). Menjelaskan bahwa dalam hal akad telah terpenuhi rukun dan syarat sesuai syariat Islam. Akad terjadi antara pengguna aplikasi OVO dengan pihak *qard* (yang berhutang) dan diskon diberikan berupa manfaat atas pinjaman. Diskon ini termasuk kategori riba. Sedangkan *cashback* dalam transaksi di Matahari department store tidak memenuhi akad ju`alah secara sempurna karena *cashback* yang diberikan berupa

¹³ Hafilah Nindya Pangesti, *Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapat Cashback di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, (IAIN : Purwokerto, 2019).

point OVO dan memiliki masa berlaku selama 18 bulan. Dengan ini *cashback* termasuk dalam kategori riba dan hukumnya haram.¹⁴

3. Indiani Rusmana. 2020. Fakultas Hukum Ekonomi Syariah. Tinjauan Hukum Islam Terhadap *Cashback* Aplikasi Pembayaran (Studi Kasus GO-PAY Indonesia). Menjelaskan bahwa dalam praktik terdapat adanya unsur rekayasa berupa penipuan dan kerugian, jika Gojek mengetahui dan menelusuri masalah tersebut, pengguna akun dapat dilaporkan ke pihak yang berwenang dengan kasus melakukan penipuan. Dengan ini akad penjualan menjadi rusak (fasid) karena bertujuan untuk merekayasa adanya *cashback*.¹⁵
4. Asdania Novera. 2020. Fakultas Syari'ah dan Hukum. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Analisis Sistem *Cashback* Pada Transaksi Jual Beli Motor Secara Non Tunai Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pada Dealer Motor di PT Alfa Scorpio Banda Aceh). Hasil Penelitian menjelaskan bahwa perjanjian *cashback* tentang pembelian sepeda motor di PT Alfa Scorpio dilaksanakan secara lisan. *Cashback* tidak diperjanjikan secara langsung kepada pihak konsumen / pembeli. Tetapi hanya memuat berupa brosur atau katalog harga pada PT Alfa Scorpii. *Cashback* yang diberikan juga dipengaruhi oleh jangka waktu masa pembayaran, besaran jumlah *cashback* yang diberikan mulai dari Rp. 100.000 sampai Rp. 2.000.000. Dalam perspektif hukum Islam,

¹⁴ Annisa Rifka Aryani, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Diskon dan Reward Point OVO Studi Kasus pada Aplikasi Grab di Surakarta*, (IAIN : Surakarta, 2019).

¹⁵ Indiani Rusmana, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Cash Back Aplikasi Pembayaran Studi Kasus GO-PAY INDONESIA*, (Universitas Islam Kalimantan: 2020).

pemberian *cashback* semacam ini diperbolehkan dengan syarat bukan berbentuk riba dan harus ada kejelasan harganya.¹⁶

Persamaan skripsi terdahulu adalah sama-sama membahas tentang *cashback*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada subjek penelitian dengan objek yakni membahas pada *e-commerce* Lazada yang lebih terfokus pada *everyday cashback* sedangkan penelitian sebelumnya membahas tentang *cashback* pada aplikasi Tokopedia, Aplikasi Grab, dan GO-PAY.

¹⁶ Asdania Novera, *Analisis Sistem Cashbak Pada Transaksi Jual Beli Motor Secara Non Tunai Dalam Perspektif Hukum Islam Studi Kasus Dealer Motor di PT Alfa Scorpii Banda Aceh*, (UIN Ar-Raniry: 2020).