

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP
TRANSAKSI TRAKTIRAN PENGGUNA BARU DI
*PLATFORM TOKOPEDIA***

SKRIPSI

Dibuat Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Jurusan Hukum Ekonomi Syariah



Disusun Oleh :

Mohamad Hani Rodiyanto

1902036079

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jalan Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024)7601291, Faksimili (024)7624691, Website : <http://fsh.walisongo.ac.id/>

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.
Hal : Naskah Skripsi
An. Sdr. Mohamad Hani Rodyanto

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

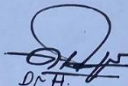
Setelah membaca, meneliti, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Mohamad Hani Rodyanto
NIM : 1902036079
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP TRANSAKSI TRAKTIRAN PENGGUNA BARU DI *PLATFROM* TOKOPEDIA

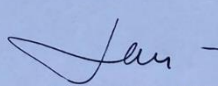
Dengan ini kami mohon kiranya skripsi Saudara tersebut dapat segera di munaqosyahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Dr. H. Mahsun, M. Ag.
NIP. 19671113 200501 1001

Pembimbing II


Muhamad Ichrom, M.S.I.
NIP. 1984091 6201903 1003

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan (024) 7601291 Fax. 7624691 Semarang 50185

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Mohamad Hani Rodyanto
NIM : 19020036079
Judul : TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP
TRANSAKSI TRAKTIRAN PENGGUNA BARU DI
PLATFORM TOKOPEDIA

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude / baik / cukup, pada tanggal : 06 April 2023 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata (S-1) tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 11 April 2023

Ketua Sidang

Supangat, M. Ag.
NIP. 197104022005011004

Sekretaris Sidang

Dr. Mahsun, M. Ag.
NIP. 196711132005011001

Penguji Utama I

Dr. H. Amik Tajrid, M. Ag.
NIP. 197204202003121002

Penguji Utama II

Muhammad Shoim, S. Ag., M. H.
NIP. 197111012006041003

Pembimbing 1

Dr. Mahsun, M. Ag.
NIP. 196711132005011001

Pembimbing 2

Muhamad Ichrom, M.S.I
NIP. 198409162019031003

MOTTO

كُلُّ مَا جَازَ أَخْذُ الْعَوَضِ عَلَيْهِ فِي الْإِجَارَةِ, جَازَ أَخْذُ الْعَوَضِ عَلَيْهِ فِي
الْجُعَالَةِ

“Setiap perbuatan yang dibolehkan mengambil imbalan (ujrah) dalam akad ijarah maka boleh mengambil imbalan (ju’l) dalam akad ju’lah”¹

¹ Manshur bin Yunus bin Idris al-Buhutiy, *kasyaf al-qina'*, Daarul Fikri, 1972, juz. 4, hal. 228.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT penulis mempersembahkan skripsi ini untuk :

1. Orang tua penulis, Bapak Akhyanto dan Ibu Rodiyah, Adik Rizki Romadhon Rodiyanto, dan Adik Mohamad Robih Rodiyanto, serta keluarga besar penulis yang tidak bisa dicantumkan seluruhnya yang telah memberikan motivasi, nasehat serta memberikan do'a yang selalu dipanjatkan untuk penulis, sehingga skripsi ini dapat selesai dan di mudahkan dalam mengerjakan. Semoga Allah selalu memberikan balasan yang terbaik kepada mereka.
2. Seluruh guru penulis sejak awal penulis menuntut ilmu.
3. Teman-teman jurusan Hukum Ekonomi Syariah 2019 baik yang sudah mendahului maupun yang sedang berjuang, yang telah memberikan banyak masukan, dukungan dan do'a kepada penulis.

Berkat do'a dan dukungan kalian, alhamdulillah skripsi penulis telah selesai. Terimakasih juga atas motivasi-motivasi dan masukan yang sangat di butuhkan oleh penulis, sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi dan menyelesaikan dengan penuh semangat.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, peneliti menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 13 Desember 2022
Deklarator,



Mohamad Hani Rodiyanto
NIM: 1902036079

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, pada tanggal 22 Januari 1988 Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

I. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Keterangan |
|------------|------|-------------|------------------------------|
| ا | Alif | - | Tidak dilambangkan |
| ب | bā' | Bb | - |
| ت | Tā' | Tt | - |
| ث | Šā' | Šš | s dengan satu titik atas |
| ج | Jīm | Jj | - |
| ح | ḥā' | Ḥḥ | h dengan satu titik di bawah |
| خ | Khā' | Khkh | - |
| د | Dāl | Dd | - |
| ذ | Ẓāl | Ẓẓ | z dengan satu titik di atas |
| ر | rā' | Rr | - |
| ز | Zāl | Zz | - |
| س | Sīn | Ss | - |
| ش | Syīn | Ssys | - |
| ص | Ṣād | Ṣṣ | s dengan satu titik di bawah |
| ض | Ḍād | Ḍḍ | d dengan satu titik di bawah |
| ط | ṭā' | Ṭṭ | t dengan satu titik di bawah |
| ظ | Ẓā' | ẒẒ | z dengan satu titik di bawah |
| ع | 'ain | ' | Koma terbalik |
| غ | Gain | Gg | - |
| ف | fā' | Ff | - |

| | | | |
|----|--------|---------------------------|---|
| ق | Qāf | Qq | - |
| ك | Kāf | Kk | - |
| ل | Lām | Ll | - |
| م | Mīm | Mm | - |
| ن | Nūn | Nn | - |
| هـ | hā' | Hh | - |
| و | Wāwu | Ww | - |
| ء | Hamzah | Tidak dilambangkan atau ' | Apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata |
| ي | yā' | Yy | - |

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda syaddah, ditulis rangkap.

Contoh: رَبَّكَ ditulis rabbaka

الْحَدُّ ditulis *al-ḥadd*

III. Vokal

1. Vokal Pendek

Contoh: يَضْرِبُ ditulis *yaḍribu*

سَعَلَ ditulis *su'ila*

2. Vokal Panjang

Vokal panjang (*māddah*), yang dalam tulisan Arab menggunakan harakat dan huruf dengan huruf dan tanda caron (-) di atasnya: *ā, ī, ū*.

Contoh: قَالَ ditulis *qāla*

قِيلَ ditulis *qīla*

يَقُولُ ditulis *yaqūlu*

3. Vokal Rangkap

a. *Fathah* + *yā'* mati ditulis ai (أي)

Contoh: كَيْفَ

b. *Fathah* + wāwu mati ditulis au (أو)

Contoh: حَوْلَ

IV. *Ta'marbutah* (ة) di akhir kata

1. *Tā marbūṭah* (ة) yang dibaca mati (sukūn) ditulis *h*, kecuali kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, taubat, dan sebagainya.

Contoh: طَلْحَةَ ditulis *ṭalḥah*

التَّوْبَةَ ditulis *at-taubah*

فَاطِمَةَ ditulis *Fāṭimah*

2. *Tā marbūṭah* yang diikuti kata sandang *al* (ال), jika dibaca terpisah atau dimatikan, ditulis *h*.

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *rauḍah al-aṭṭāl*

Jika dibaca menjadi satu dan dihidupkan ditulis *t*.

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *rauḍatul aṭṭāl*

V. Kata Sandang Alif + Lam

1. Kata sandang (ال) diikuti huruf *syamsiah* ditulis sesuai dengan bunyinya sama dengan huruf yang mengikutinya, dan pisahkan dengan tanda (-).

Contoh: الرَّحِيمِ ditulis *ar-raḥīmu*

السَّيِّدُ ditulis *as-sayyidu*

الشَّمْسُ ditulis *as-syamsu*

2. Kata sandang (ال) diikuti huruf *qamariah* ditulis *al-* dan dipisahkan tanda (-) dengan huruf berikutnya.

Contoh: الْمَلِكِ ditulis *al-maliku*

الْكَافِرُونَ ditulis *al-kāfirūn*

الْقَلَمِ ditulis *al-qalamu*

VI. Kata dalam Rangkaian Frasa atau Kalimat

1. Jika rangkaian kata tidak mengubah bacaam, ditulis terpisah/kata per-kata, atau
2. Jika rangkaian kata mengubah bacaan menjadi satu, ditulis menurut bunyi/pengucapannya, atau dipisah dalam rangkaian tersebut.

Contoh: حَيْرُ الرَّازِقِينَ ditulis *khair al-rāziqīn* atau *khairurrāziqīn*.

ABSTRAK

Praktik promo traktiran belanja gratis pada aplikasi tokopedia merupakan promo yang ditawarkan oleh Tokopedia kepada pengguna barunya sehingga dapat menarik pengguna lain untuk menggunakan aplikasi Tokopedia. Namun, Tokopedia tidak mencantumkan syarat dan ketentuan yang seharusnya dipenuhi pada promo traktiran pengguna baru. Sehingga tidak ada kesepakatan diawal untuk membayar pengiriman, tetapi pengguna baru harus tetap membayar pengiriman agar bisa mendapatkan barang. Pada promo ini Tokopedia membatalkan pesanan secara sepihak tanpa adanya informasi sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan diatas, maka penulis dapat menyusun rumusan masalah yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini, yaitu Bagaimana perlindungan konsumen terhadap promo traktiran pengguna baru? Bagaimana tinjauan hukum ekonomi Islam terhadap promo traktiran pengguna baru dengan membayar biaya pengiriman di *platfrom* Tokopedia? Penelitian ini merupakan penelitian normatif empiris dengan pendekatan yuridis empiris yang bersumber data data primer dan sekunder dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk menguraikan hasil penelitiannya.

Penelitian ini menghasilkan bahwa perlindungan konsumen terhadap promo traktiran pengguna baru menurut pasal 4 huruf c undang-undang perlindungan konsumen. konsumen berhak mendapat informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Praktik transaksi fitur promo traktiran pengguna baru dengan mekanisme menginstal aplikasi untuk mendapatkan barang secara gratis dalam aplikasi Tokopedia selama tidak melanggar rukun dan syarat dalam akad *ju'ālah* hukumnya diperbolehkan dalam perspektif hukum ekonomi Islam. Adapun ketentuan untuk tetap membayar biaya pengiriman yang dibebankan kepada pengguna baru agar barang dapat sampai ke alamat penerima.

Kata Kunci: *Ju'ālah*, Promo, Hukum Ekonomi Islam

KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad Saw, yang kita nantikan syafa'atnya di yaumul qiyamah kelak. Adapun skripsi ini berjudul “Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap Transaksi Pada Fitur Traktiran Belanja Gratis (Studi Kasus di *Platfrom* Tokopedia)”. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana hukum (S.H) pada prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan berupa bimbingan, nasihat, saran serta kerjasama sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Dengan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang, Bapak Dr. H. Mohammad Arja Imroni S.Ag dan jajarannya atas pelayanan terbaiknya menjalankan roda kegiatan perkuliahan.
2. Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Bapak Supangat, M.Ag dan Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Bapak Saifudin, M.H. serta Bapak Muhamad Ichrom, M.S.I yang telah memberi persetujuan atas judul skripsi ini.
3. Pembimbing I Bapak Dr. Mahsun, M, Ag dan Pembimbing II Bapak Muhamad Ichrom, M.S.I yang telah memberikan bimbingan serta arahan sehingga skripsi ini selesai dengan baik.

4. Seluruh dosen dan staf Fakultas Syariah dan Hukum yang telah membekali ilmu yang bermanfaat.
5. Kedua orang tua penulis, Bapak Akhyanto dan Ibu Rodiyah yang telah memberikan semangat, dukungan, dan doa yang mana tidak dapat terbalas. Semoga Allah menganugerahkan kedua orang tua penulis umur yang panjang dalam ketaatan terhadap-Nya.
6. Adik Rizki Romadhon Rodiyanto, Adik Mohamad Robih Rodiyanto, yang selalu memberikan doa dan semangat untuk penulis.
7. Seluruh pihak narasumber yang terlibat dalam penulisan skripsi ini.
8. Teman-teman sejurusan Hukum Ekonomi Syariah 2019 dan terkhusus Ropik, Shyera, Bela, Anisah, Rohman, Azmi, Topik, Fikri, serta teman-teman yang tidak bisa saya tulis satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat saya. Mereka yang selalu memberikan bantuan kepada penulis dan menjadi teman semasa perkuliahan

Kepada semua yang tidak dapat disebutkan satu persatu Namanya dan telah turut membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih. Semoga Allah membalas amal kebaikan mereka melebihi apa yang telah mereka berikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidaklah sempurna dan masih banyak kekurangan. Untuk itu, penulis mengharapkan masukan dari para pembaca baik berupa kritik maupun saran yang membangun agar penelitian ini bisa menjadi lebih baik lagi. Terakhir, penulis berharap semoga

penelitian ini bisa menjadi berkah bermanfaat untuk semua yang membacanya.

Semarang, 13 Desember 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mohamad Hani Rodiyanto', with a horizontal line underneath.

Mohamad Hani Rodiyanto

NIM: 1902036079

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| MOTTO..... | iii |
| PERSEMBAHAN..... | iv |
| DEKLARASI..... | v |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN | vi |
| ABSTRAK..... | x |
| KATA PENGANTAR..... | xi |
| DAFTAR ISI..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvii |
| DAFTAR TABEL..... | xviii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 12 |
| C. Tujuan Penulisan | 13 |
| D. Manfaat Penulisan | 13 |
| E. Telaah Pustaka..... | 14 |
| F. Metode Penelitian..... | 18 |
| G. Sistematika Penulisan..... | 28 |

BAB II PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN AKAD JU'ALAH

| | |
|---|-----------|
| A. PERLINDUNGAN KONSUMEN..... | 29 |
| 1. Pengertian Perlindungan Konsumen..... | 29 |
| 2. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha..... | 31 |
| 3. Tanggung Jawab Dalam Perlindungan Konsumen..... | 36 |
| B. AKAD JU'ALAH | 38 |
| 1. Pengertian Akad Ju'alah | 38 |
| 2. Dasar Hukum Akad Ju'alah | 45 |
| 3. Rukun dan Syarat Ju'alah | 54 |
| 4. Perbedaan Antara Akad Ju'alah dan Akad Ijarah..... | 58 |
| 5. Hubungan Akad Ju'alah dan Akad Ijarah | 59 |
| 6. Berakhirnya dan Batalnya Akad Ju'alah..... | 61 |
| 7. Hikmah Akad Ju'alah..... | 62 |

BAB III PRAKTIK TRANSAKSI TRAKTIRAN PENGGUNA BARU DI TOKOPEDIA

| | |
|---|-----------|
| A. Platform E-Commerce Tokopedia..... | 65 |
| 1. Gambaran Umum Aplikasi Tokopedia | 65 |
| 2. Fitur Promo Traktiran Belanja Gratis | 71 |

| | |
|--|-----------|
| B. Promo Traktiran Belanja Gratis Bagi Pengguna Baru di Aplikasi Tokopedia..... | 76 |
| 1. Praktik Transaksi Belanja Gratis di Tokopedia..... | 76 |
| 2. Mekanisme Bertransaksi Menggunakan Fitur Promo Traktiran Pengguna Baru..... | 79 |

BAB IV TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP TRAKTIRAN PENGGUNA BARU

| | |
|--|-----------|
| A. Analisis Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Promo Traktiran Pengguna Baru di Tokopedia..... | 86 |
| B. Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Praktik Transaksi Traktiran Pengguna Baru di Tokopedia. | 94 |

BAB V PENUTUP

| | |
|----------------------------------|------------|
| A. Kesimpulan | 127 |
| B. Saran..... | 129 |
| C. Penutup | 130 |
| DAFTAR PUSTAKA | 131 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 142 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 154 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------|----|
| Gambar 3 1 | 68 |
| Gambar 3 2 | 72 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3. 1 Estimasi Biaya Pengiriman | 78 |
|--|----|

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan bantuan dan saling berintraksi terhadap orang lain agar tetap bisa bertahan hidup bersama masyarakat, manusia pada setiap harinya sebagai makhluk sosial pastinya selalu melakukan kegiatan yang berkaitan dengan tukar-menukar dan ekonomi. Kegiatan tukar-menukar tersebut biasa disebut dengan jual beli atau mu'amalah, mu'amalah merupakan tempat bagi setiap orang melakukan aktivitas dengan berkomunikasi dengan orang lain. Allah SWT telah memberikan aturan agar manusia dapat hidup bermasyarakat, dan ada aturan-aturan yang harus diikuti. Aturan-aturan ini mengatur bagaimana orang berinteraksi satu sama lain dan bagaimana mereka memperhatikan kepentingan terbaik satu sama lain.¹

Manusia mengenal atau terbiasa dengan kegiatan ekonomi ketika mereka saling membutuhkan orang lain. Ketika seseorang membutuhkan orang lain, baik untuk kebutuhan pokok seperti barang atau jasa yang dimiliki orang lain pada saat itu, maka terjadilah aktivitas jual beli. Suatu proses transaksi yang dikenal dengan istilah jual beli melibatkan

¹ Muhammad Iqbal dan Muh. Idris, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sampel Dalam Jual Beli Online (Studi Pendapat Mazdhab Hanafi, Mazdhab Maliki, Mazdhab Syafi'i, Mazdhab Hambali)," *Jurnal Fawaid Sharia Ekonomi Law Review* Volume 3 No. 1 (2021): 62.

pembeli dan penjual yang saling menukar uang dengan barang guna memenuhi kebutuhannya masing-masing. Pedagang menyerahkan barangnya kepada pembeli, yang kemudian membayar pedagang dengan uang mereka. Dengan membayar uang dengan barang, penjual dan pembeli melakukan proses transaksi yang dikenal dengan jual beli secara langsung untuk saling memenuhi kebutuhan masing-masing. Pedagang menyerahkan barangnya kepada pembeli, yang kemudian membayar pedagang dengan uang mereka agar menjadi alat tukar yang sah.²

Dahulu sistem jual beli antara pembeli dan penjual melibatkan pertemuan tatap muka untuk menyelesaikan transaksi, sehingga memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi langsung dengan pedagang dan melihat secara fisik produk atau barang yang akan mereka beli. Terkadang proses jual beli dahulu pembeli mendekati penjual di pasar atau penjual sendiri menjajakan barangnya ke kota atau bahkan ke pedesaan sebelum proses penjualan dimulai. Proses jual beli berlangsung secara sederhana dan sangat mudah dengan penjual menawarkan barangnya kepada pembeli dan pembeli memeriksa barangnya yang kemudian terjadilah saling menawar dengan menyerahkan barang dengan uang.³

Seiring dengan perkembangan zaman kegiatan mu'amalah atau jual beli secara langsung eksistensinya

² Iqbal dan Idris, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sampel Dalam Jual Beli Online (Studi Pendapat Mazdhab Hanafi, Mazdhab Maliki, Mazhab Syafi'i, Mazdhab Hambali),62.

³ Rodame Monitorir Napitupulu, "Pandangan Islam Terhadap Jual Beli Online," *Jurnal At-Tijarah* Volume 1, No.2 (2015): 123.

semakin berkurang walaupun masih ada, namun jumlahnya tidak sebanyak dahulu yang melakukannya, sebab dengan adanya internet dan teknologi masakini mengalihkan transaksi perdagangan melalui media online dengan menawarkan barang melalui foto produk yang dijual. Pemakaian fasilitas internet dapat tanpa harus mempertemukan pihak-pihak yang terlibat secara langsung, transaksi bisnis dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Kegiatan jual beli dengan menggunakan media jaringan internet dinamakan dengan *electronic commerce (E-commerce)* atau sekarang dikenal dengan sebutan jual beli online.⁴ Strategi penjualan melalui media online ini dapat meningkatkan minat bagi pembeli, karena dapat memudahkan calon pembeli untuk mendapatkan barang yang diinginkan dan dapat mengefisiensi waktu.

Metode transaksi untuk memasarkan dan menjual barang yang saat ini berkembang pesat seiring dengan metode kemajuan teknologi di zaman sekarang ini, transaksinya menggunakan media online atau *e-commerce*. Transaksi secara online memudahkan seseorang karena yang diperlukan untuk menemukan barang yang diinginkan adalah menggunakan internet dengan memilih barang melalui layar ponsel, maka transaksi online memudahkan seseorang untuk mencari barang yang diinginkan dengan mudah, cepat, dan tentunya tidak memakan waktu lama hanya perlu melalui layar handphone, sehingga tidak banyak menghabiskan

⁴ Runto Hediana dan Ahmad Dasuki Aly, "Transaksi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* Vol.3, No.2 (2015): 44.

banyak waktu dan tenaga. Penjualan online bagi kedua belah pihak penjual dan pembeli, penjualan online tentu sangat menggiurkan. sehingga bagi penjual, memiliki barang atau toko mereka dapat tersebar luas secara online dan memungkinkan pelanggan potensial untuk mempelajari dan memilih penawaran mereka. Sedangkan bagi pembeli, ketika mereka dapat dengan cepat membandingkan satu produk dengan produk lainnya dan dapat melihat berbagai produk yang akan dijual dan dicari secara online.⁵

Transaksi menggunakan sistem *e-commerce* menjadi salah satu peluang besar bagi para pelaku usaha, hal demikian disebabkan transaksi menggunakan *e-commerce* dapat memperluas penyebaran produk ataupun jasa kepada seluruh konsumen. Hal ini berdampak signifikan terhadap pelaku usaha yang memaksa mereka mengubah strategi pemasaran karena sikap konsumen terhadap jual beli telah berubah untuk melakukan transaksi. Banyak dari pelaku usaha yang selain membuka toko di pusat dunia, banyak pelaku bisnis juga menyediakan diri untuk pembelian dan penjualan langsung atau online. Namun, ada beberapa aspek transaksi *e-commerce* yang harus diperhatikan, seperti manfaat dan kerugiannya, hukum Islam, perspektif keilmuan, dan lain sebagainya. Transaksi jual beli dalam islam tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan dunia akan tetapi juga keuntungan

⁵ Hedianan dan Dasuki Aly, 44.

akhirat.⁶ Berdasarkan pada firman Allah Surat Al-Qashash ayat 77 yaitu:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا
يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”⁷

Para pelaku usaha supaya bisnisnya tetap berjalan dan agar dapat bersaing dengan pebisnis lain mereka harus menemukan inovasi-inovasi terbaru untuk memasarkan produknya agar tetap dapat diminati oleh masyarakat umum mulai dari menggunakan berbagai macam strategi promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha hanya untuk menarik calon pembeli menggunakan jasanya atau membeli produknya. Strategi promosi yang dilakukan pun bermacam-macam dari memberikan barang gratis, potongan harga dan lain sebagainya. Promosi secara keseluruhan mengacu pada semua inisiatif dalam pemasaran yang bertujuan untuk segera

⁶ Maulana Surya Ihsan dan Achmad Fageh, “Revolusi Jual Beli Offline Menuju Jual Beli Online Perspektif Usul Fiqh,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol 8, No. 3 (2022): 2.

⁷ Kemenag, *Terjemahan Al-Qur'an* Kemenag, 2019.

membangkitkan kepada minat konsumen terhadap suatu produk dengan memicu aktivitas transaksi.⁸

Dalam Islam, Rasulullah SAW sangat menyarankan agar upaya pemasaran harus akurat kepada pelanggan bahwa produk yang dijual sesuai dengan preferensi mereka. Salah satu caranya adalah dengan menjelaskan bahwa produknya bagus karena kualitasnya tinggi, sedangkan yang jelek harganya masih dapat terjangkau.⁹ Oleh karena itu, penting untuk menjelaskan manfaat dan kelemahan atas suatu produk. Bila hal ini dilakukan, jelaslah bahwa promosi itu sesuai dengan syariat Islam.¹⁰

Masyarakat saat ini memiliki berbagai macam kebutuhan, yang memicu persaingan dalam dunia bisnis dan memaksa pengusaha untuk lebih inventif dan kreatif dalam memasarkan barang mereka kepada publik dan calon pelanggan. Mengenalkan produk melalui *marketplace* merupakan salah satu strategi jual beli dengan inovatif, karena *marketplace* adalah situs belanja online yang menawarkan layanan penjualan yang sederhana dan lengkap. Sehingga untuk melayani semuanya dengan baik mulai dari kampanye pemasaran hingga transaksi jual beli harus menggunakan sistem yang sudah terbukti benar. Media jual beli berbasis

⁸ Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Eirlangga, 2003), 6.

⁹ Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah* (Yogyakarta: Jogja Great, 2010), 107.

¹⁰ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi II* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), 37.

online *marketplace* di Indonesia, salah satu contohnya adalah Lazada, Bukalapak, Akulaku, dan Tokopedia.¹¹

Saat ini di zaman yang sudah modern promosi menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi pelaku bisnis dan perusahaan, berbagai cara strategi dilakukan untuk menarik khayalak ramai yakni dengan mengubah cara penjualan melalui media *online marketplace* dengan memberikan berbagai promo seperti voucher gratis, traktiran pengguna baru, potongan harga dan lain sebagainya. Hal demikian dilakukan juga oleh Tokopedia sebagai perusahaan besar yang bergerak pada berbagai sektor terutama jasa, keuangan dan jual beli online.¹²

Tokopedia merupakan salah satu perusahaan teknologi digital terbesar dalam bidang jual beli di Indonesia. Setelah resmi diluncurkan perkembangan Tokopedia dinilai cukup cepat. Tokopedia menjalani model bisnis *marketplace* dan mall online yang menjadikan setiap individu, toko, serta brand berkemungkinan memiliki dan mengelola toko onlinenya sendiri. Tokopedia menjadi salah satu *marketplace* terfavorit bagi penduduk Indonesia maupun di Asia tenggara, sebab harganya yang terjangkau, pelayanan aman, dan adanya promo yang diberikan.¹³

¹¹ Wati Suasiawati, M.A, “Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian,” *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 8 No. 2 (2017): 182.

¹² Salma Laila, “Gambaran Umum Perusahaan Marketplace Tokopedia dan Karakteristik Responden” (Skripsi, Semarang, Universitas Diponegoro, 2020), 60.

¹³ Salma Laila, “Gambaran Umum Perusahaan Marketplace Tokopedia Dan Karakteristik Responden” (Skripsi, Semarang, Universitas Diponegoro, 2020), 60.

Sebagai perusahaan besar supaya tetap pengguna bertambah lebih pesat Tokopedia meluncurkan promo atau diskon besar-besaran dengan disediakannya gratis ongkir, dan Tokopedia meluncurkan fitur promo yang diberi nama “traktiran pengguna baru Rp.0 bagi pengguna baru” sebagai salah satu strategi promosi yang dilakukan untuk mengenalkan kepada masyarakat Indonesia, sehingga orang-orang tertarik untuk menggunakan aplikasi Tokopedia dan menjadi pelanggannya.¹⁴

Sistem promosi melalui fitur “traktiran pengguna baru Rp.0” ini merupakan fitur yang menawarkan kepada pengguna Tokopedia untuk mendapatkan barang gratis atau belanja Rp.0,- apabila pengguna baru telah berhasil menyelesaikan persyaratan yang ditentukan yaitu dengan cara menginstal aplikasi Tokopedia dan mendaftarkan data diri sebagai pengguna baru untuk kemudian baru akan menggunakan aplikasi. Barang gratis yang diberikan oleh aplikasi Tokopedia kepada pelanggannya merupakan imbalan yang diberikan kepada pelanggan Tokopedia yang telah berkontribusi untuk bergabung menggunakan aplikasi dan mendownload aplikasi melalui iklan promosi oleh Tokopedia.¹⁵

Dengan adanya sistem promo pada Tokopedia, maka penulis mendapatkan beberapa referensi untuk dijadikan

¹⁴ Doli Witro dkk., “Kontestasi Marketplace di Indonesia pada Era Pandemi: Analisis Strategi Promosi Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli dalam Pemulihan Ekonomi Nasional,” 2021 Vol.2, No.2 (22 Desember): 36.

¹⁵ Witro dkk., 36.

rujukan dalam penulisan skripsi, adapun salah satu penelitian sebelumnya tentang sistem promo pada jual beli online oleh penelitian yang dilakukan Octavia Lili (2020) dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Promo Pada Jual Beli Online Shopee*” dalam penelitiannya menjelaskan tentang keserupaan promo dengan Tokopedia yaitu potongan harga, potongan harga diberikan dari 1% hingga 90% yang di berikan dalam waktu tertentu, misal dalam waktu 1 minggu, 1 bulan, 1 hari berbeda-beda ketentuan tiap toko dalam memberikan diskon, akan tetapi Tokopedia memberikan promo traktiran belanja Rp.0,- kepada pengguna baru sampai waktu yang tidak di tentukan oleh Tokopedia.¹⁶

Proses dimana pelanggan memilih dan memutuskan berbelanja di Tokopedia karena menyukai promosi yang tersedia, pilihan produk, merek, toko, dan waktu pembelian. Jika melihat penjelasan diatas, promosi yang dilakukan oleh pihak Tokopedia yaitu memberikan promo traktiran pengguna baru Rp.0,- memang dipandang sebagai sesuatu yang menarik, namun sebenarnya tindakan tersebut belum sepenuhnya menguntungkan bagi pengguna baru yang akan mendapatkan promo Rp.0,- sebab keterangan dari promosi tersebut belum begitu jelas. Pihak Tokopedia tidak mencantumkan syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi oleh pengguna baru dalam promosi traktiran pengguna baru.

¹⁶ Lili Octavia, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Promo Pada Jual Beli Online Shopee*, vol. Skripsi (Semarang: UIN Walisongo Semarang), 55.

Dampak yang ditimbulkan dari promosi tersebut yakni ketika pengguna baru telah menginstal aplikasi Tokopedia, namun ketika pengguna baru memilih barang yang disukai dan dibutuhkan untuk dimiliki pengguna baru mereka diharuskan untuk membayar biaya pengiriman terlebih dahulu agar bisa mendapatkan barang tersebut.¹⁷ Maka hal tersebut pengguna baru di haruskan untuk membayar biaya pengiriman untuk mendapatkan barang, sehingga tidak ada kesepakatan di awal sebelumnya antara pihak Tokopedia dan pengguna baru untuk membayar pengiriman yang seharusnya di jelaskan terlebih dahulu.

Bagi pengguna baru tentu dalam hal ini mereka merasa terbebani karena kurang jelasnya informasi oleh promo tersebut yang seharusnya dimiliki secara langsung dan biaya pengiriman yang seharusnya ditanggung oleh Tokopedia berdasarkan promo tersebut, namun pada praktinya harus membayar biaya pengiriman yang ditanggung oleh pengguna baru tanpa adanya kesepakatan untuk membayar biaya pengiriman diakhir transaksi. Bahwasannya dalam Islam hadiah diberikan secara cuma-cuma dan tanpa adanya syarat apapun, sehingga permasalahannya tentang apakah memberikan imbalan bersyarat diperbolehkan menurut hukum Islam dan bagaimana hukum itu benar-benar bekerja dalam praktik yang muncul karena dalam Islam hadiah diberikan secara bebas, lalu bagaimana hukumnya praktik

¹⁷ Zainul Arifuddin dan Edy Suwasono, "Analisis Prilaku Konsumen Dalam Pemberian Produk Online Tokopedia," *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen* Vol.9, No.1 (Juni 2020): 89.

transaksi promo traktiran pengguna baru untuk mendapatkan barang gratis tersebut dengan dibebani membayar biaya pengiriman tanpa adanya kesepakatan sebelumnya yang dilakukan oleh Tokopedia.¹⁸

Promo traktiran pengguna baru dari pihak Tokopedia ini dapat secara sepihak membatalkan transaksi pada promo tersebut, sedangkan dalam transaksi seharusnya ada kesepakatan di antara kedua pihak jika ada kejadian untuk membatalkan transaksi, hal demikian dilakukan demi mencegah adanya pertengkaran dan kesalahpahaman serta kekecewaan terhadap kedua belah pihak, terutama kepada konsumen.

Tokopedia membatalkan transaksi promo traktiran pengguna baru secara sepihak ini tidak ada informasi sebelumnya dan tidak adanya informasi secara detail pada promo tersebut. Perlindungan terhadap konsumen saat ini terasa sangat penting, pasalnya hal demikian sangat penting demi mendapatkan hak-hak terhadap konsumen. Perlindungan konsumen berlaku dalam segala transaksi jual beli secara langsung maupun online, meskipun adanya transaksi yang tidak melalui tatap muka, konsumen tetap berhak mendapatkan informasi terkait untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan pemberitahuan sebelumnya atau barang yang sesuai dengan yang di janjikan. Sehingga timbul permasalahan tentang bagaimana perlindungan konsumen

¹⁸ Syabbul Bahri, "Hukum Promosi Produk Dalam Persepektif Hukum Islam," *Episteme* Vol. 8, No. 1 (Juni 2013): 138.

terhadap pembatalan sepihak atas informasi yang kurang jelas. Upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan hal yang sangat penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia.¹⁹

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka perlu dilakukan sebuah penelitian lebih lanjut mengenai promo traktiran pengguna baru Rp.0,- pada *platform* Tokopedia, hal ini sangat menarik diteliti dari sudut pandang hukum ekonomi Islam dan pandangan terhadap perlindungan konsumen. Dengan harapan adanya penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru bagi setiap orang, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam mengenai permasalahan tersebut dengan judul **“TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP TRANSAKSI TRAKTIRAN PENGGUNA BARU DI *PLATFROM* TOKOPEDIA.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan diatas, maka penulis dapat menyusun rumusan masalah yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini, yakni:

1. Bagaimana perlindungan konsumen terhadap promo traktiran pengguna baru?

¹⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 5.

2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi Islam terhadap promo traktiran pengguna baru dengan membayar biaya pengiriman di *platfrom* Tokopedia?

C. Tujuan Penulisan

Sebagaimana rumusan masalah tersebut, sehingga maksud dan tujuan yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui tentang perlindungan konsumen terhadap promo traktiran pengguna baru.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum ekonomi islam terhadap promo traktiran pengguna baru dengan membayar biaya pengiriman di *platfrom* Tokopedia.

D. Manfaat Penulisan

Manfaat penelitian yang hendak dicapai dalam pembahasan skripsi ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi penjesan dan jawaban terhadap peristiwa yang terjadi di sekitar masyarakat serta berharap dapat bermanfaat bagi para pembaca yang nantinya dapat digunakan sebagai rujukan dan dapat menjadi pertimbangan tentang hukum Islam terkait ju'alah dan perlindungan konsumen dengan menggunakan mekanisme membayar biaya pengiriman untuk mendapatkan promo fitur traktiran pengguna baru Rp.0,- dan perlindungan konsumen terhadap pembatalan secara sepihak pada *Platform* Tokopedia yang sesuai

dengan hukum Islam dan hukum perlindungan konsumen.²⁰

2. Manfaat Praktis

Penulis berharap hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah ilmu pengetahuan dan dapat mengetahui praktik mengenai tentang akad ju'alah terkait promo traktiran pengguna baru Rp.0,- di Tokopedia serta mengetahui hukum perlindungan terhadap konsumen dan supaya pembaca mengetahui bagaimana praktik jual beli tersebut sudah sesuai dengan ketentuan hukum Islam dan hukum perlindungan konsumen atau belum.²¹

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka diartikan sebagai perlunya langkah awal yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan supaya tidak terjadi ketimpangan. Review yang dilakukan atas penelitian terdahulu dimaksudkan agar mengetahui penelitian yang telah dilakukan dan sebagai pembeda penelitian yang dilakukan pada saat ini. Dalam hal tersebut maka penulis mencoba mencari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan terhadap penelitian ini. Berikut merupakan penelitian yang dirasa cukup relevan yang membahas tentang praktik transaksi dengan akad ju'alah untuk mendapatkan promo belanja gratis, ialah sebagai berikut:

²⁰ Sandu Siyoto dan M.Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 9.

²¹ Siyoto dan Sodik, 9.

Pertama, hasil penelitian yang dilakukan oleh, Muhammad Nur Itsnaini, (2021), dari Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifudin Zuhri Purwokerto yang berjudul “*Pandangan hukum Islam Terhadap Akad Ju’alah Aksi Terjun Bebas (Studi Kasus di Curug Gumawang Lokawisata Baturraden)*”. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa praktik aksi terjun bebas di curug gumawang lokawisata Baturraden. Sudah sesuai dengan hukum Islam yang pada prinsipnya segala bentuk kegiatan mu’amalah adalah mubah, kecuali ada larangan yang telah ditentukan dalam Al-Qur’an dan sunnah Rasul. Yang mana cara mendapatkan upah yaitu dengan cara penerjun melompat dan berebut koin yang dilemparkan ke bawah air terjun. Namun sekarang para penerjun memasang tarif, dimana tarif tersebut berdasarkan gaya terjunnya.²² Sedangkan dalam penelitian ini penulis ingin menjelaskan mengenai bagaimana pemberian traktiran belanja gratis Rp.0,- pada aplikasi Tokopedia pada pengguna baru berdasarkan persepektif Hukum Ekonomi Islam.

Kedua, hasil penelitian yang dilakukan oleh, Lisdiana (2018), dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah (studi pada Alfamart Way Dadi Sukarame Bandar Lampung)*”. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang

²² Muhammad Nur Itsnaini, “Pandangan Hukum Islam Terhadap Akad Ju’alah Aksi Terjun Bebas (Studi Kasus di Curug Gumawang Lokawisata Baturraden)” (Skripsi, Purwokerto, Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifudin Zuhri, 2021), 2.

dilakukan, maka dapat diketahui bahwa promosi dengan sistem pemberian hadiah pada Alfamart Way Dadi Sukarame dengan cara belanja Rp. 40.000, (kecuali rokok, susu bayi 1 tahun, voucher HP), dan kemudian mengumpulkan kode unik di ekor struk hingga membentuk kata ALFA atau ALFAMART. Menurut Hukum Islam bahwa promosi dengan menggunakan hadiah yang dilakukan Alfamart Way Dadi Sukarame dilarang karena mengandung unsur ketidakjelasan, merugikan sebelah pihak dan mengkondisikan konsumen hidup *mubazir*, jadi promosi dengan pemberian hadiah pada Alfamart Way Dadi Sukarame diharamkan karena adanya unsur *qimar,gharar, dan mubazir*.²³ Sedangkan dalam penelitian ini penulis mencoba ingin menjelaskan bagaimana praktik pemberian promo traktiran belanja barang gratis Rp.0,- di *platform* Tokopedia bagi pengguna baru.²⁴

Ketiga, hasil penelitian yang di lakukan oleh Syabbul Bahri (2013), dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surabaya dengan judul “*Hukum Promosi Produk Dalam Persepektif Hukum Islam*”. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa perkembangan pemakaian alat promosi dalam kondisi yang rawan, bahkan pada zaman sekarang konsumen dihadapkan pada apa yang dikenal dengan *consumer ignorance*, yaitu ketidakmampuan konsumen

²³ Lisdiana, *Tinjauan hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah (studi Pada Alfamart Way Dadi Sukarame Bandar Lampung*, (Skripsi, Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), 3.

²⁴ Nur Itsnaini, “Pandangan Hukum Islam Terhadap Akad Ju'alah Aksi Terjun Bebas (Studi Kasus di Curug Gumawang Lokawisata Baturraden),” III.

menyeleksi informasi akibat kemajuan teknologi dan keragaman produk, sehingga hal ini dapat disalahgunakan oleh para pelaku usaha. Dalam keadaan ini, apabila iklan yang mengandung pujian tersebut bersifat nyata dan benar, maka iklan semacam ini hukumnya adalah boleh (*jaiz*), namun apabila iklan tersebut mengandung unsur kebohongan dan penipuan atau tidak diketahui oleh pembeli tentang barang atau jasa yang ditawarkan maka hal demikian dalam Islam disebut penipuan (*haram*).²⁵ Sedangkan dalam penelitian ini penulis ingin menjelaskan promosi yang dilakukan oleh Tokopedia untuk mendapatkan belanja gratis Rp.0,- bagi pengguna baru.

Keempat, hasil penelitian yang dilakukan oleh Ita Taniya (2021), dengan judul “*Tinjauan hukum Islam Terhadap Pemanfaatan Konten Promosi Pada Program Shopee Affiliate di Media Sosial*” hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa mekanisme pemanfaatan konten promosi dilakukan member affiliate dengan mengunggah kembali konten promosi milik sesama member affiliate di media sosial dengan mencantumkan link produk hanya serupa dengan ada yang di video namun memiliki kualitas yang berbeda. Program shopee affiliate termasuk kategori akad ju’alah, karena shopee menerapkan sistem komisi dari klik terakhir, yaitu komisi diberikan jika terjadi penjualan. Pemanfaatan konten promosi yang menggunakan video milik orang lain untuk

²⁵ Syabul Bahri, “Hukum Promosi Produk Dalam Persepektif Hukum Islam,” *Episteme* Vol. 8, No. 1 (2013).

dikomersialkan guna mendapat keuntungan pribadi dikategorikan sebagai tindakan ghasab, tindakan tersebut menyebabkan kerugian bagi sesama member affiliate dan konsumen, sehingga promosi tersebut tidak dibenarkan oleh ketentuan syara'.²⁶

Kelima, karya hasil penelitian yang dilakukan oleh Haryono (2017), yang berjudul “*Konsep Al-Ju’alah Dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-hari*” hasil penelitian tersebut menjelaskan konsep Al-Ju’alah merupakan bukti konkrit keluhuran agama Islam yang menghargai jerih payah dan hak cipta. Konsep ini juga selaras dengan profesionalitas kerja yang sangat di hargai oleh masyarakat modern yaitu memberikan penghargaan sesuai dengan beratnya beban pekerjaan. Imbalan atau komisi yang bersifat lazim dalam akad al-ju’alah merupakan bukti bahwa Islam adalah agama yang kosekuen dan konsisten dalam memegang prinsip kejujuran, keselarasan hukum Islam inilah yang menjadi aturan Islam selalu relevan dengan perkembangan zaman.²⁷

F. Metode Penelitian

Metode menurut Peter R. adalah suatu proses atau usaha untuk menemukan sesuatu yang memiliki rangkaian langkah-

²⁶ Ita Taniya, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemanfaatan Konten Promosi Pada Program Shopee affiliate di Media Sosial” (Skripsi, Semarang, UIN Walisongo Semarang, 2021), 13.

²⁷ Haryono, “Konsep Al-Ju'alah Dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-hari,” *Al Mashlahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial Islam*, Vol 5 No. 9 (2017): 6.

langkah yang sistematis. Menurut kamus besar bahasa Indonesia kata “motode” diartikan sebagai cara teratur yang digunakan untuk menyelesaikan suatu tugas guna mencapai sesuatu. Sebaliknya, terjemahan latin dari kata Yunani *metdhos* adalah upaya mencari pengetahuan, penilaian rasional, cara melakukan kegiatan penelitian, logika penelitian ilmiah, sistem prosedur dan teknik penelitian, atau jalan yang harus ditempuh untuk mencapai kebenaran.²⁸

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang hendak digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif empiris. Jenis penelitian dengan menggunakan metode penelitian normatif empiris adalah dengan menggabungkan antara aturan hukum yang berlaku dan relevan di masyarakat yang menjadi fokus penelitian dengan pelaksanaan yang terjadi di lapangan apakah berjalan dengan patut atau tidak.²⁹

Penulis akan mengkaji peraturan dalam hukum Islam mengenai akad *ju'alah* dan hukum perlindungan konsumen. Data yang akan di peroleh dari masyarakat menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan

²⁸ Suteki dan Galang Tufani, *Metodologi Penilitia Hukum (Filsafat, Teori dan Praktik)* (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2018), 148.

²⁹ Benuf Kornelius dan Muhamad Azar, “Metode Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer,” *Jurnal Gema Keadilan* Vol.7 NO.1 (Juli 2020): 23.

mengangkat data yang ada di lapangan.³⁰ Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Bodgan dan Taylor, metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamat. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara utuh.³¹ Penelitian dilakukan dengan terlibat langsung serta mengungkapkan fakta di lapangan, guna mendapatkan data yang akan di butuhkan dan dilaporkan. Maka dalam hal ini penulis langsung mengamati sistem traktir belanja gratis bagi pengguna baru hanya dengan membayar biaya pengiriman yang telah ditentukan oleh Tokopedia.

2. Jenis Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang sesuai dengan tujuan akan mempermudah dalam melakukan penelitian yang akan disusun oleh peneliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan yuridis empiris yaitu penelitian hukum dengan mengamati peraturan hukum yang berlaku nyata di tengah masyarakat.³²

Penelitian yuridis empiris adalah penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan

³⁰ Suharismi Arikunto, *Dasar-Dasar Research* (Bandung: Tarsoto, 1995), 58.

³¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991), 3.

³² Kornelius dan Azar, "Metode Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer," 27.

hukum normatif secara *in action* pada setiap kejadian atau peristiwa hukum yang kerap terjadi di masyarakat. Atau dengan kata lain meneliti peraturan-peraturan hukum yang kemudian digabungkan data dan perilaku yang berlaku di tengah masyarakat.³³

Maka dalam penelitian ini penulis mencoba mengamati praktik transaksi traktiran pengguna baru dengan membayar biaya pengiriman dan perlindungan konsumen bagi pengguna baru terhadap promo traktiran pengguna baru di Tokopedia apakah sesuai dengan ketentuan dan aturan dari akad *ju'alah* dalam hukum Islam dan hukum perlindungan konsumen.

3. Sumber Data

Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki 2 (dua) sumber data, yaitu:

- a. Data Primer, merupakan data yang langsung dan segera diperoleh dari sumber data penyelidikan untuk tujuan yang khusus.³⁴ Atau biasa di sebut dengan sumber data pokok, dalam hal ini data primer yang diperoleh oleh penulis bersumber dari hasil wawancara bersama 5 (lima) orang yang berkaitan dengan promo traktiran belanja gratis, diantaranya yaitu seorang *customer service* dari aplikasi Tokopedia, 2 (orang) dari pemilik toko online di

³³ Muhammad Abdulkadir, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), 134.

³⁴ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik* (Bandung: Tarsoto, 1990), 163.

Tokopedia, dan 2 (orang) dari pengguna baru yang menggunakan promo traktiran belanja gratis.

b. Data Sekunder, yaitu sumber data penelitian yang diperoleh penulis secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).³⁵ Data skunder sebagai data untuk memperkuat data pokok yang telah ada, baik diperoleh dari Aplikasi Tokopedia, karya ilmiah, jurnal dan bersumber pada:

- 1) Fatwa DSN MUI Nomor: 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah.
- 2) Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- 3) Al-Qur'an
- 4) Hadist

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan.³⁶ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu :

³⁵ Drs. Bambang Supomo Dr. Nur Indriantoro, *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 1999), 147.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfa Beta, 2005), 224.

a. Observasi

Observasi, yaitu suatu teknik yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti serta pencatatan secara sistematis.³⁷ Didalam salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi), pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki maka teknik observasi ini digunakan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar.

Dengan melakukan pengamatan langsung ke lapangan hingga diperoleh data-data yang konkrit dari sumbernya. Didalam penelitian ini penulis menggunakan observasi partisipatoris, dalam observasi partisipatoris ini peneliti dalam proses pengamatan menjadi salah satu bagian yang terlibat didalamnya.³⁸ Selama melakukan pengumpulan data menggunakan observasi ini peneliti memperoleh beberapa data yang berkaitan dengan penelitian ini diantaranya data mengenai praktik traktiran belanja gratis bagi pengguna baru untuk mendapatkan barang

³⁷ Arikunto Suharsimi, *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 45.

³⁸ Sugiyono, *Metodde Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfa Beta, 2012), 310.

gratis dari aplikasi Tokopedia yang telah di sediakan di branda aplikasi mulai dari proses awal memilih barang hingga barangnya dikirimkan kepada pengguna.

b. Wawancara

Wawancara, yaitu salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan sumber data.³⁹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur dengan tujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat dan ide-idenya terhadap topik tertentu.⁴⁰ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang sudah ditentukan dalam populasi dan sampel.

Populasi merupakan wilayah generalisasi atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah pihak Tokopedia dan pengguna baru yang telah menggunakan aplikasi Tokopedia.⁴¹ dan dimana peneliti mewawancarai pihak

³⁹ Abdurrahman Fatoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 105.

⁴⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfa Beta, 2009), 75.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfa Beta, 2011), 80.

dari aplikasi Tokopedia, penjual yang ada pada aplikasi Tokopedia, pengguna baru aplikasi Tokopedia yang menggunakan fitur traktiran belanja gratis untuk pengguna baru Tokopedia.

Sampling (sampel) adalah bagian populasi yang diambil dengan cara tertentu juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap dan dapat dianggap mewakili populasi. Menurut Sugiyono, dalam penelitian kualitatif teknik *sampling* (sampel) yang lebih sering digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. *Snowball Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar.⁴²

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, karena peneliti merasa sampel yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Penggunaan *purposive sampling* dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk mengetahui bagaimana interaksi antara pihak Tokopedia, sehingga dalam penelitian

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfa Beta, 2011), 300.

skripsi ini hanya membutuhkan dari pihak Tokopedia, Toko online, dan Pengguna baru.

c. Dokumentasi

Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden.⁴³ Adapun dokumen yang dikumpulkan pada penelitian ini, peneliti nantinya akan menggunakan berupa foto langsung atau dengan lainnya yang bersumber dari Tokopedia.

5. Metode Analisis Data

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif analisis, yakni menggambarkan kondisi, situasi, atau fenomena yang tertuang dalam data yang diperoleh.⁴⁴ Hal ini diharapkan agar penelitian dapat menggambarkan tentang apa dan bagaimana korelasi fakta dilapangan dengan Hukum Ekonomi Islam dan dengan Akad ju'alah, lalu ditarik kesimpulan terkait tinjauan Hukum Ekonomi Islam terhadap penerapan promo traktiran belanja gratis Rp.0,- bagi pengguna baru dari Tokopedia.

6. Langkah-Langkah Analisis Data

a. Reduksi Data, yaitu kegiatan memilih dan memilah data yang relevan dengan pembahasan agar pembuatan dan penulisan skripsi menjadi efektif dan

⁴³ Fatoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, 112.

⁴⁴ M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2011), 68.

mudah dipahami oleh para pembaca serta tidak berputar-putar dalam membahas suatu masalah.⁴⁵ Dalam hal ini, peneliti hanya akan fokus pada pembahasan mengenai hukum perlindungan konsumen terkait pembatalan sepihak dan praktik promo traktiran pengguna baru untuk mendapatkan barang gratis dari Tokopedia.

- b. Penyajian Data. Setelah direduksikan, kemudian tahap berikutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Bahwa yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif yang didapatkan dari reduksi data.⁴⁶
- c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi. Hal ini dilakukan selama proses penelitian berlangsung seperti halnya proses reduksi data, setelah data terkumpul cukup memadai, maka selanjutnya diambil kesimpulan sementara, dan setelah data benar-benar lengkap maka diambil kesimpulan akhir.⁴⁷

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methods* (Bandung: Alfabeta, 2013), 334.

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 2011, 335.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methods*, 344.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disajikan guna memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai penelitian ini. Adapun penulisan yang penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan mengenai latar belakang terjadinya masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, metode analisis data dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan mengenai teori tentang *Ju'alah* (upah/imbalan) dan teori hukum perlindungan konsumen.

BAB III : DATA PENELITIAN

Pada bab ini berisikan mengenai praktik transaksi fitur traktiran pengguna baru dengan membayar pengiriman, syarat dan ketentuan, cara mendapatkan promo belanja gratis dan pembatalan secara sepihak.

BAB IV : ANALISIS DATA

Pada bab ini memuat analisis terhadap kedudukan akad antara pihak Tokopedia dan pengguna aplikasi pada program traktiran pengguna baru dan analisis hukum Islam dan hukum perlindungan konsumen mengenai pembayaran imbalan dan pembatalan secara sepihak.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan yang di buat oleh penulis dari hasil penelitian, saran, dan penutup.

BAB II

PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN AKAD JU'ALAH

A. PERLINDUNGAN KONSUMEN

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen menurut pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan seluruh usaha yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan rasa aman kepada konsumen. Hukum perlindungan konsumen merupakan seluruh kaidah-kaidah dan asas-asas hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam kerjasama dan permasalahannya terhadap para pemberi kesediaan barang dan atau jasa konsumen.¹

Perlindungan konsumen dengan demikian, jika dipahami mengenai pemaparan tentang perlindungan konsumen diatas yang menjelaskan mengenai pengertian tentang perlindungan konsumen, maka perlindungan hukum bagi konsumen merupakan sebuah hubungan ikatan hukum yang diciptakan oleh lembaga pemerintah untuk bisa memberikan kemaslahatan kepada konsumen yakni sebuah perlindungan hukum dan jaminan kepastian

¹ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum; Tinjauan Sosial, Ekonomi, dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), 65-66

hukum dari berbagai macam permasalahan ataupun sengketa konsumen karena merasa dirugikan oleh pelaku konsumen.²

Perlindungan konsumen adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan konsumen demi memenuhi kebutuhannya ketika terjadi kerugian, dalam bidang hukum istilah tersebut masih terbilang baru, terutama di Indonesia, yang mana negara-negara maju mulai mendiskusikan hal ini dengan kemajuan industri dan teknologi.³

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang disebutkan dalam pasal 1 ayat 1 bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.⁴ Adapun ruang lingkup perlindungan konsumen dibagi menjadi 2 bagian, yaitu:

- 1) Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
- 2) Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

² Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 4

³ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), 10.

⁴ Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No.8 Tentang Perlindungan Konsumen.

Fungsi dari hukum sendiri adalah untuk memberikan perlindungan kepada warga masyarakat, terkhusus yang berada dalam status lemah akibat tidak seimbangnya hubungan hukum. Maka perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.⁵

2. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Hak dapat didefinisikan sebagai kepemilikan seseorang terhadap sesuatu, konsumen dan pelaku usaha sebenarnya mereka saling memiliki ikatan atau keterkaitan. Apabila dilihat dari aspek KUHPerdara hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha merupakan suatu perikatan. Pada pasal 1233 KUHPerdara menyatakan bahwa tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan, baik karena undang-undang. Dalam hal perikatan yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha merupakan perikatan yang terlahir karena adanya persetujuan.⁶

Salah satu hak yang paling penting ialah hak moral. Hak-hak moral ini artinya jenis-jenis hak yang termuat dalam istilah hak moral adalah hak-hak yang dalam

⁵ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen, Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesai Sengketa Konsumen (BPSK)*, (Mataram: UB Press, 2011), 42.

⁶ Mukhammad Yunus Kusuma Yudha, "Tanggung Jawab Penjual Dalam Pembatalan Secara Sepihak Dalam Transaksi E-Commerce", (Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, 2017), 84.

melakukan kegiatan-kegiatan tersebut dalam batas-batas yang ditetapkan oleh hak-hak tertentu, seperti hak-hak moral, mengidentifikasi kegiatan atau manfaat yang dapat dilakukan. Seperti pada fitur “aktifkan dan lindungi”.⁷

Hak perlindungan konsumen sangat erat kaitannya dengan perlindungan hukum. Sebab dari pada itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik melainkan terlebih juga kepada hak-hak yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen. Adapun hak-hak dasar konsumen dapat secara umum dikenal ada 4 (empat), yaitu:

- a. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*),
- b. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)
- c. Hak untuk memilih (*the right to choose*)
- d. Hak untuk di dengar (*the right to be heard*).⁸

Empat dasar hak ini diakui secara internasional dan dalam UUPK pun empat hak dasar yang dikemukakan

⁷ Pieres Jhon & Wiwik Sri Widiarty, *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Pelangi Cendikia, 2007), 50.

⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), 30.

oleh John F. Kennedy tersebut juga di akomodasikan dan menetapkan banyak hak-hak konsumen yang penting.⁹ Menurut pasal 4 ada sembilan hak konsumen, delapan diantaranya diatur secara tegas oleh UUPK dan satu lagi diatur dengan perundang-undangan yang lainnya. Hak-hak ini yaitu:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan atas barang dan jasa
2. Hak untuk memilih barang dan jasa
3. Hak mendapat informasi yang benar, jelas, dan jujur atas barang dan jasa
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya
5. Hak untuk mendapat bantuan hukum (advokasi), perlindungan dan penyelesaian sengketa
6. Hak dalam pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diberlakukan dengan secara benar, jujur dan tidak diskriminatif
8. Hak untuk mendapat kompensasi atas barang atau jasa yang merugikan
9. Hak-hak yang ditentukan dalam perundang-undangan lain.¹⁰

Selain hak konsumen, kewajiban bagi konsumen juga diatur di dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, mewajibkan konsumen untuk:

⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 31.

¹⁰ Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.¹¹

Pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajibannya menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu pada pasal 6, pasal 7, dan pasal 10. Adapun hak pelaku usaha menurut pasal 6 UUPK adalah:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang bertindak tidak baik.
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

¹¹ Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.¹²

Adapun kewajiban pelaku usaha menurut pasal 7 UUPK adalah:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan atau yang diperdagangkan.
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang

¹² Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.¹³

Pasal 10

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

1. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa
2. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa
3. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/jasa
4. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan
5. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.¹⁴

3. Tanggung Jawab Dalam Perlindungan Konsumen

Dalam perlindungan konsumen dikenal banyak bentuk tanggung jawab, yakni:

- a. Tanggung jawab mutlak
(*Strick product liability*) merupakan salah satu unsur tanggung jawab yang didasarkan pada unsur faktor cacatnya produk

¹³ Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

¹⁴ Pasal 10 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

- b. Tanggung jawab produk
Merupakan tanggung jawab atas pembuat, penjual, penyalur, importer, distributor barang, kebutuhan konsumen, baik perorangan maupun badan hukum.
- c. Tanggung jawab berdasarkan kesalahan
(*Negligence*) merupakan prinsip tanggung jawab sebagai dasar gugatan konsumen kepada produsen dengan syarat pokok adalah adanya unsur kesalahan pada pihak produsen.
- d. Tanggung jawab berdasarkan ingkar janji
(*Breach of warranty*) merupakan prinsip tanggung jawab sebagai dasar gugatan konsumen kepada produsen karena dinilai telah melakukan ingkar janji yang berkaitan dengan produk yang dijualnya.
- e. Tanggung jawab berdasarkan ingkar janji yang tegas-tegas dinyatakan
(*Breach of implied warranty*) merupakan tanggung jawab sebagai dasar gugatan konsumen kepada produsen sebab produsen dinilai mengingkari janji yang secara tegas-tegas dinyatakan oleh produsen.¹⁵
- f. Tanggung jawab berdasarkan ingkar janji yang tidak secara tegas dinyatakan
(*Breach of implied warranty*) merupakan tanggung jawab sebagai dasar gugatan konsumen kepada

¹⁵ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Murlak*, Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, 2004, 34-35.

produsen karena produsen dinilai mengingkari janji yang secara tegas-tegas dinyatakan oleh produsen.

B. AKAD JU'ALAH

1. Pengertian Akad Ju'alah

Ju'alah secara harfiah diartikan sebagai sesuatu yang diberikan kepada orang lain untuk dilakukan atau sebagai perintah yang telah diberikan sebagai mandat untuk dijalankan kepada seseorang. *Ju'alah* menurut hukum qanun dapat dipahami sebagai hadiah yang menjanjikan ketika seseorang yang telah menyelesaikan suatu tugas.¹⁶

Ju'alah bisa diartikan sesuatu yang diberikan kepada seseorang karena telah melakukan suatu perbuatan yang telah selesai dikerjakannya, Sedangkan upah (ju'alah) menurut syari'ah menyebutkan hadiah atau hadiah seseorang dalam jumlah tertentu kepada seseorang yang telah melakukan perbuatan khusus, Al-Jazari mendefinisikan ju'alah sebagai sesuatu yang diberikan kepada seseorang karena telah melakukan suatu perbuatan yang telah selesai baik diketahui atau tidak. Definisi ini mirip dengan *Ju'alah* dalam buku Ensiklopedi Hukum Islam, *ji'alah* atau *ju'alah* diartikan sebagai upah atau hadiah yang diberikan kepada seseorang sebagai akibat

¹⁶ Dimyauddin Djuwani, *Pengantar Fiqih Mu'amalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 165–67.

keberhasilan orang tersebut dalam melakukan suatu tugas atau perbuatan tertentu.¹⁷

Secara bahasa *ju'alah* adalah janji linguistik untuk memberikan imbalan atau hadiah/penghargaan dalam hal hasil yang diinginkan walaupun tidak sepenuhnya terwujud. Akad *Ju'alah* termasuk akad pertukaran (*mubādalah/mu'awadhāt*), yang melibatkan pertukaran antara *al-ju'l* (imbalan) dan kinerja (*al-natījah*), merupakan bagian dari akad *ju'alah*.¹⁸

Mengenai definisi *ju'alah* secara istilah yang diberikan oleh para ulama, antara lain disebutkan dalam kitab *mughni al-muhtaj* (2/429), *kasyf al-Qina'* (4/225), dan *al-syarh al-shaghir* (4/79), bahwa *ju'alah* adalah komitmen untuk memberikan imbalan yang jelas pada suatu tugas tertentu yang sulit untuk dikuasai. Kemudian di jelaskan *ju'alah* secara istilah dalam kitab *al-Qawain al-Fiqhiyah* (275), *al-syarh al-kabir* (4/60), dan *Bidayat al-Mujtahid* (2/232), ulama malikiyah menjelaskan bahwa arti *ju'alah* secara istilah adalah, *ju'alah* adalah akad sewa atas pekerjaan yang diduga dapat tercapai hasilnya.¹⁹

Ju'alah berbeda dengan akad lainnya jika dilihat dari perspektif ilmu akad fikih. Pada umumnya para ulama berpendapat bahwa *ju'alah* merupakan bagian dari akad

¹⁷ Afriani dan Ahmad Saepudin, "Implementasi Akad *Ju'alah* Dalam Lembaga Keuangan Syari'ah" *Jurnal Eksisbank* Vol. 2 No. 1 (2018): 59–60.

¹⁸ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fiqh Mu'amalah Maliyah Akad Ijarah dan Ju'alah* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2017), 271.

¹⁹ Mubarak dan Hasanudin, 271–72.

yang dominan, yang diatur oleh hukum perjanjian (disebut juga dengan hukum perjanjian) karena *Ju'alah* mengandung (dapat melahirkan) hak-hak. dan kewajiban yang lahir dari perjanjian.²⁰

Jika dilihat secara eksplisit, para ulama ahli hukum syariah menyatakan bahwa akad *ju'alah* adalah janji (*al-wa'ad*) untuk memberikan imbalan (*al-jā'izah*), sehingga memberikan kesan bahwa *ju'alah* termasuk janji tetapi bukan akad atau kesepakatan. Akan tetapi, jika dilihat dari segi substansinya, *ju'alah* termasuk perjanjian (akad atau perikatan) karena di dalamnya mengandung kewajiban dan hak bagi masing-masing pihak.²¹

Para ulama terdahulu dengan kedalaman ilmu fiqih memberikan definisi tentang akad *al-ju'alah* diantaranya adalah Imam Syamsyuddin Muhammad Ibnu Al Khotib Asy-Syarbini yang juga diikuti oleh Wahbah al Zuhaili dalam kitabnya mendefinisikan *ju'alah* dengan ungkapan sebagai berikut:

التَّزَامُ عَوَضٍ مَعْلُومٍ عَلَى عَمَلٍ مُعَيَّنٍ عَسَرَ عِلْمُهُ

“Komitmen untuk memberikan imbalan yang jelas atas suatu pekerjaan tertentu yang sulit ilmunya”.²²

Beberapa ulama terdahulu memberikan pengertian dan mendefinisikan mengenai akad *al-ju'alah* menurut

²⁰ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Malīyyah Akad Ijarah dan Ju'alah* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2017), 272.

²¹ Mubarak dan Hasanudin, 272.

²² Mubarak dan Hasanudin, 272.

hukum syara' yang lain adalah Ulama Sayyid Sabiq beliau memberikan definisi terkait akad *al-ju'alah* sebagaimana berikut:

الْجُعْلَةُ عَقْدٌ عَلَى مَنَفَعَةٍ يَظُنُّ حُصْلَهَا كَمَنْ يَلْتَزِمُ بِجَعَلٍ

“*Al-Ju'alah* adalah akad atas suatu manfaat yang diperkirakan akan mendapatkan imbalan sebagaimana yang dijanjikan atas suatu pekerjaan”²³

Perlu dicatat bahwa kata *ju'alah* memperoleh arti etimologisnya dari kata *al-ju'ul*, yang merupakan bahasa Arab untuk upah *ja'altu lahu ju'lan* berarti saya memberikan upah untuknya. *Ja'alah* juga bisa dibaca sebagai *Ji'alah*. *Al-ja'lu*, *al-ja'alah*, menurut Ibnu Faris, adalah segala pekerjaan yang menghasilkan pendapatan, seperti mengembalikan hewan yang hilang (*dhalalah*), membawa kembali budak yang melarikan diri, mendirikan tembok, menjahit pakaian, dan tugas-tugas lainnya yang mendapatkan upah.²⁴

Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah mendefinisikan *ju'alah* sebagai persetujuan khusus yang seimbang antara pihak pertama dan pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas atau jasa yang dilakukan oleh pihak kedua untuk

²³ Haryono, “Konsep Al-Ju'alah dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-hari,” *Al-Maslahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*, 2017, 645.

²⁴ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, Jilid 5 (Jakarta: Gema Insani, 2011), 432.

kepentingan pihak pertama untuk mendapatkan imbalan.²⁵

Ju'alah ini juga sering disebut dengan “sayembara” yaitu memberikan suatu pekerjaan yang pekerjaan tersebut belum jelas dapat dikerjakan atau dapat dilakukan oleh orang yang mendengarkan sayembara. Apabila seseorang mampu dan sanggup menyelesaikan pekerjaan maka orang tersebut berhak atas upah yang telah dijanjikan.²⁶

Akad *ju'alah* ini menurut kebanyakan para ulama *fuqaha* mereka mengartikan bahwa *ju'alah* dalam kehidupan dapat diimplentasikan sebagai tindakan yang baik dalam kehidupan sehari-hari yaitu memberi upah kepada orang lain untuk melakukan tugas seperti merawat orang sakit, menemukan benda yang hilang, atau memenangkan kompetisi. Jadi bisa dikatakan bahwa *ju'alah* bukan sekedar mencari benda yang hilang, akan tetapi bisa dikatakan sebagai suatu kegiatan atau pekerjaan yang dapat menguntungkan orang lain.²⁷

Para ulama madzhab memiliki pengertian sendiri dalam memaknai akad *ju'alah* sebagaimana berikut:

²⁵ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syari'ah* (Jakarta: PT. Fajar Intepratama Mandiri, 2012), 313–14.

²⁶ Soemitra Andi, *Hukum Ekonomi Syariah & Fiqh Mu'amalah Di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 159.

²⁷ Ghazali Rahman, *Fiqh Mu'amalah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2012), 70.

- a. Akad sewa atas manfaat usaha untuk mendapatkan keuntungan yang potensial inilah yang disebut oleh ulama Malikiyah dengan akad *ji'alah* atau *ju'alah*. Hal ini seperti yang dikatakan seseorang “Barangsiapa dapat mengembalikan hewan saya yang kabur atau lari, atau harta saya yang hilang, atau yang dapat merawat kebun saya, atau menggali sumur untuk saya sehingga saya dapat menemukan air, atau menjahit pakaian atau baju untukku, maka dia akan mendapatkan sekian”.²⁸
- b. *Ju'alah* didefinisikan oleh ulama Syafi'i atau mazhab Syafi'i adalah ketika seseorang memberikan upah kepada seseorang yang telah melakukan suatu pekerjaan, seperti mengembalikan barang yang hilang, menemukan budak yang hilang, mendirikan tembok, menjahit pakaian, atau melakukan tugas lain yang dapat dikompensasi.²⁹
- c. *Ju'alah* didefinisikan oleh para ulama Hambali sebagai ketika seseorang menjadikan sesuatu sebagai hadiah bagi mereka yang dapat mengembalikan budak yang hilang atau hewan yang hilang, membuat jahitan baju, atau melakukan perbuatan lain yang dapat dihargai.³⁰

²⁸ Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, 432.

²⁹ Abdur Rohman, “Analisis Penerapan Akad Ju'alah Dalam Multi Level Marketing (MLM) (Studi Atas Marketing Plan Jamaher.Nertwork,” *Al-Adalah* Vol. XIII. No. 2 (2016): 183.

³⁰ Abdullah bin Ahmad bin Muhammad bin Qudamah, *Al-Kâfi fi Fiqh al-Imami Ahmad*, II (Dar al-kutub alilmiyyah, 1994), 186.

d. Ulama dalam madzhab Hanafi mendefinisikan *al-ju'lu* atau *ju'alah* adalah sesuatu yang dijadikan imbalan untuk seseorang karena telah melakukan pekerjaan, begitu juga *ji'alah* maupun *ju'alah*, yakni harta yang dijadikan syarat untuk sesuatu pekerjaan.³¹

Dalam penjelasannya menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah, *ju'alah* merupakan suatu perjanjian yang dapat memberikan imbalan dari pihak pertama kepada pihak kedua karena telah melaksanakan atau melakukan suatu tugas atau pelayanan yang dilakukan oleh pihak kedua atas kepentingan dari pihak pertama atau pihak yang ingin memberikan upah.³²

Secara eksplisit ini jelas menunjukkan bahwa *ju'alah* tampaknya berada dalam wilayah janji (*al-wa'd*), bukan wilayah kontrak.³³ Dalam fatwa DSN-MUI Nomor 62 Tahun 2007 tentang akad *ju'alah* dijelaskan bahwa *ju'alah* adalah janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan tertentu atau (*reward/iwaḍh/ju'l*) atas pencapaian hasil (*natījah*) yang ditentukan oleh suatu pekerjaan.³⁴

³¹ Abul Abbas Ahmad bin Muhammad al-Khalwati al-Shawi al-Maliki, *Bulghot al-Sâlik li Aqrab al-Masâlik li Madzhab al-Imâmi Mâlik* (Hasyiyah al-Shawi, t.t.), 79.

³² Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2012), 314.

³³ Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Ijaroh dan Ju'alah*, 273.

³⁴ "Fatwa DSN MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah".

Dapat disimpulkan dari beberapa definisi yang telah dipaparkan diatas, bahwa akad *ju'alah* adalah suatu akad perjanjian antara pihak pertama dan pihak kedua untuk memberikan imbalan atau komisi kepada seseorang atas suatu pekerjaan tertentu yang telah dicapai, baik pekerjaan yang telah dimandatkan tersebut berbentuk sayembara atau pekerjaannya berbentuk perintah dari pihak pertama, dan seseorang yang tidak secara langsung mendengar sayembara tersebut, artinya mendengar dari orang lain maka boleh melakukan pekerjaan yang di mandatkan. Maka orang yang memberikan pekerjaan (*ja'il*) wajib memberikan imbalan kepada seseorang yang melaksanakan pekerjaan (*ma'jul*).

2. Dasar Hukum Akad Ju'alah

Akad *ju'alah* menurut para ahli ilmu fiqih bahwa akad *ju'alah* ini hukumnya di perbolehkan, dan termasuk para ulama madzhab, baik madzhab Imam Syafi'i, Imam Hambali, dan Imam Maliki, dengan berpegangan kepada:

a. Al-Qur'an

Dasar hukum diperbolehkannya melakukan akad *ju'alah* dalam Al-Qur'an diantaranya terdapat pada ayat berikut:

1) Q.S Al-Maidah ayat 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. Q.S 5 [Al-Maidah]: 2).³⁵

Pada ayat Al-Qur’an surat Al-Maidah menjelaskan tentang memerintahkan untuk umat manusia senantiasa agar saling tolong menolong kepada seseorang yang sedang membutuhkan pertolongan.³⁶

2) Q.S Yusuf ayat 72

قَالُوا نَفَقْدُ صَوَاعَ الْمَلِكِ وَلَمْ نَجَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا
بِهِ زَعِيمٌ

“Mereka menjawab, “Kami kehilangan cawan raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh (bahan makanan seberat) beban unta dan aku jamin itu.” (Q.S 12 [Yusuf]: 72).³⁷

Pada ayat Al-Qur’an surat Yusuf di atas, pada ayat ini dikisahkan bahwasanya Nabi Yusuf melakukan sayembara secara terbuka dan telah

³⁵Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Diponogoro, 2015).

³⁶ Muhammad Amin Suma, *Tafsir Al-Amin Bedah Surat Al-Mai’dah* (Jakarta: Amzah, 2021), 52.

³⁷ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur’an dan Terjemahannya*.

menyiapkan upah. Bahwa dengan jelas Allah membolehkan memberikan imbalan atau upah kepada orang lain terhadap usahanya dalam menemukan barang yang hilang baik itu dalam bentuk sayembara.³⁸ Maka pada ayat ini menjadi dasar hukum dari pada akad *ju'alah* untuk melakukan pekerjaan yang berupa sayembara agar dapat mendapatkan upah sesuai dengan apa yang dikerjakannya.

3) Q.S At-Taubah ayat 105

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ
وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ
تَعْمَلُونَ

*“Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.” (Q.S At-Taubah: 105).*³⁹

Pada ayat diatas menjelaskan tentang perintah agar kita bekerja untuk mendapatkan upah atas apa yang telah berhasil dilakukan atau

³⁸ Arif Iman Mauliddin dan Sintia Rusmalinda, *Tafsir dan Hadits Ekonomi Syari'ah* (Serang Banten: PT Sada Kurnia Pustaka, 2022), 73.

³⁹ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*.

di laksanakan, sesungguhnya Allah akan memberikan kepada umat manusia atas seluruh pekerjaan yang telah dilakukan.⁴⁰

b. Al-Hadits

1) HR Imam 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 فَبَيَّنَمَا هُمْ كَذَلِكَ إِذْ لُدِغَ سَيْدٌ أُولَئِكَ فَقَالُوا هَلْ مَعَكُمْ مِنْ دَوَاءٍ أَوْ رَاقٍ فَقَالُوا إِنَّكُمْ لَمْ تَفْرُونَا وَلَا نَفْعَلُ حَتَّى تَجْعَلُوا لَنَا جُعْلًا فَجَعَلُوا لَهُمْ قَطِيعًا مِنَ الشَّاءِ فَجَعَلَ يَقْرَأُ بِأَمِّ الْقُرْآنِ وَيَجْمَعُ بُرَاقَهُ وَيَتَنَفَّلُ فَبَرَأَ فَأَتَوْا بِالشَّاءِ فَقَالُوا لَا نَأْخُذُ حَتَّى نَسْأَلَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَسَأَلُوهُ فَضَحِكَ وَقَالَ وَمَا أَدْرَاكَ أَهْمَا رُقِيَةٌ حُذُوها وَاضْرِبُوا 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 dopat me-rugyah (menjampi)?' Para sahabat menjawab: 'Kalian tidak menjamu kami, kami

⁴⁰ Doni Putra, *Belajar Tadabbur Ilmu Karakter pada Lebah, Burung Gagak, dan Singa (Kajian Tafsir Ayat-Ayat Fauna)* (Jakarta: Guepedia, 2020), 156.

tidak mau mengobati, kecuali kalian memberi imbalan kepada kami'. Kemudian para penduduk berjanji akan memberikan sejumlah ekor kambing. Seorang sahabat membacakan surah al-Fatihah dan mengumpulkan ludah, lalu ludah itu ia semprotkan ke kepala kampung tersebut. Ia pun sembuh. Mereka Remudian menyerahkan kambing. Para sahabat berkata, 'Kita tidak boleh mengambil kambing ini sampai kita bertanya kepada Nabi Saw. Nabi Saw. tertawa dan bersabda, 'Bagaimana kalian tahu bahwa surah al-Fatihah adalah ruyah? Ambillah kambing tersebut dan berilah saya bagian". (H.R Bukhari).⁴¹

Hadist diatas tersebut yang menjadi landasan atau dasar diperbolehkannya melakukan akad *ju'alah* dalam Islam serta pembagiannya terhadap upah yang harus diberikan. Perbuatan yang dilakukan sahabat dalam hadits merupakan salah satu perbuatan yang sah dan bukan merupakan perbuatan yang tidak diperbolehkan dalam Islam. Jika seseorang melakukan pekerjaan dengan perjanjian bahwa akan memberikan upah atau imbalan, maka setelah pekerjaan selesai orang yang bekerja wajib mendapatkan upah atau imbalan sesuai dengan kesepakatan.⁴²

⁴¹HR. Bukhari, Shahih, No. 5736

⁴² Wahbah Az-Zuhaili, Fiqih Islam Wa Adillatuhu, Jilid 5, (Jakarta: Gema Insani, 2011,) 434.

Dari arti hadits diatas secara tidak langsung memberikan keterangan bahwa memberikan hadiah atau imbalan secara langsung di perbolehkan dan tidak ada kewajiban karna yang terpenting adalah serahterima dari pemberian hadiah atau imbalan.

2) HR Muslim dari Abu Hurairah

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَمَةِ، وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَمَنْ سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَيْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَيْنِ أَخِيهِ. (رواه مسلم)

“Dari Abu Hurairah r.a dari Rasullullah Saw yang bersabda, “Siapa saja yang mengatasi kesulitan seorang mukmin dari suatu kesulitan dunia, niscaya Allah SWT akan mengatasi baginya satu kesulitan dari berbagai kesulitan di Hari Kiamat. Siapa saja yang memudahkan orang yang mengalami kesulitan, niscaya Allah SWT akan memberikan kemudahan baginya didunia dan akhirat.”⁴³

⁴³ Imam Nawawi Rahimahullahu, *Ta'liqat Arba'in An-Nawawiyah*, HR. Muslim. 2699.

Dalam hadist tersebut menjelaskan bahwa dalam kehidupan bermasyarakat khususnya, sangat dianjurkan sekali untuk kita saling berbuat baik dan saling tolong menolong kepada sesama manusia, karna manusia adalah mahluk sosial yang saling membutuhkan, Allah SWT menjamin pertolongan kelak dan kemudahan dihari kiamat kelak jika hal tersebut diterapkan dengan rasa ikhlas.⁴⁴

c. *Ijma'* (kesepakatan ulama)

Ijma adalah kesepakatan para ulama untuk menentukan suatu hukum, dalam hal ini para ulama memiliki *ijma* terhadap akad *ju'ālah* ulama telah menyepakati akan kebolehan akad *ju'ālah* sebab akad *ju'ālah* dibutuhkan ketika ada seseorang yang kehilangan barang maka akad ini di butuhkan untuk menemukan barang yang hilang, karena ketika seseorang tidak mampu untuk menemukan atau melakukan suatu pekerjaan dan tidak ada orang yang dapat membantu dengan suka rela, dan tidak dapat melakukannya dengan sewa menyewa atau upah (*akad ijaroh*) sebab pekerjaannya belum bisa diketahui secara jelas apa yang akan dilaksanakan sehingga dibolehkan dengan memberikan imbalan.⁴⁵

⁴⁴ Musthofa dib Al-Bugha, Al-Wafi, 453.

⁴⁵ Wardani Diah Kusuma, “Analisis Praktik Penukaran Kupon Makan Warung Puji Lesehan di Jalan Sunan Ampel I Kelurahan Rejomulyo Kota Kediri Menurut Hukum Islam” (Skripsi, Kediri, IAIN Kediri, 2020), 11.

Kontrak *ju'ālah* bagaimanapun adalah topik yang tidak disetujui oleh beberapa ulama. Karena akad *ju'ālah* berbeda dengan akad ijarah murni yang menetapkan upah untuk suatu pekerjaan tanpa memasukkan unsur pekerjaan kebetulan dalam pelaksanaannya.⁴⁶ Ulama Empat madzhab menyepakati bahwa jika seseorang melaksanakan atas perintah sayembara seperti halnya seorang membawa barang kembali kepada pemiliknya (*ja'il*), maka berhak menerima upah atau imbalan lantaran membawa barangnya kembali, apabila hal tersebut disyaratkan.⁴⁷

Berbeda dengan Madzhab Malikiyyah, Madzhab Syafi'iyah, dan Madzhab Hambali yang menyetujui mengenai akad *ju'ālah*. Namun Madzhab Hanafiyyah adalah salah satu ulama yang tidak menyetujui akad *ju'ālah*. Wahbah Az-Zuhaili mengemukakan alasan madzhab Hanafiyyah tidak menyetujui dikarenakan dalam akad *ju'alah* terdapat unsur *gharar* atau ketidakjelasan dalam pekerjaan dan jangka waktu yang tidak ditentukan.⁴⁸

Perbuatan yang dikerjakan dengan *ju'ālah* ini disamakan dengan akad *ijaroh* yang mewajibkan mengenai kejelasan atas pekerjaannya, upah, dan

⁴⁶ Djuwani, *Pengantar Fiqih Mu'amalah*, 333.

⁴⁷ Syaikh Muhammad Abdurrahman Ad-Dimasyqi bin, *Rahmatul Ummah Fiqih Islam Empat Madzhab* (Yogyakarta: Pustaka Hati, 2019), 400.

⁴⁸ Abdurrahman Ad-Dimasyqi bin, 400.

jangka waktu. Namun ada sebagian ulama Hanafiyyah yang menyepakati akad *ju'alah* atas dasar istihsan (adanya dasar nilai kemaslahatan) dalam hal memberikan imbalan bagi mereka yang memiliki tekad atau usaha, misalnya untuk mencari budak yang telah melarikan diri.⁴⁹

Dikutip dari Dimyauddin Djuani dalam bukunya yang berjudul Pengantar Fiqih Mu'amalah mengatakan dasar para imam madzhab memperbolehkan akad *ju'alah* dengan landasan kisah Nabi Yusuf dengan saudaranya yakni firman Allah SWT Q.S Yusuf ayat 72. Dan landasan lain ulama menyetujui akad *ju'alah* berdasarkan sabda Rasulullah Saw dalam sebuah hadist yang membolehkan menerima imbalan dari pengobatan yang dilakukan sahabat Nabi Saw dengan membacakan Al-Fatihah. Dan ulama fiqh juga sepakat fakta bahwa akad *ju'alah* dapat diterima dan biasanya bersifat *ghair* (tidak mengikat), berbeda dengan akad *ijarah* yang lebih *lazim*, oleh karena itu kontrak dapat dibatalkan oleh salah satu pihak.⁵⁰

d. Kaidah Fiqh

Menetapkan hukum islam yang berkaitan dengan ibadah salah satunya adalah dengan kaidah fiqh yang dapat menguatkan mengenai akad *ju'alah* adalah:

⁴⁹ Haryono, "Konsep Al-Ju'alah dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-hari," 650.

⁵⁰ Djuwani, *Pengantar Fiqih Mu'amalah*, 166–70.

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدل دليل على
تحريمها

”Pada dasarnya, semua bentuk mu’amalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”⁵¹

Dalam kaidah diatas adalah salah satu bagian dari *Qaidah Asasiyyah* maksudnya ”keyakinan itu tidak dihapus dengan keraguan” yang diterapkan dalam setiap kegiatan *mu’amalah*. Setiap muslim diberi kebebasan atau kemudahan dalam menjalankan kegiatan *bermu’amalah* selama dalam kegiatan tersebut tidak terdapat unsur yang dilarang atau sampai kegiatan yang dilakukan ada dalil yang mengharamkan. Demikian pula berlaku pada akad *ju’alah*.⁵²

3. Rukun dan Syarat Ju’alah

Akad *ju’alah* boleh dilakukan apabila telah memenuhi Rukun dan Syarat dari akad *ju’alah*, adapun rukun dan syaratnya sebagai berikut:

- 1) Rukun *ju’alah*
 - a. Pemberi (*Ja’alah*)

⁵¹Ahmad Dzazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2007), 10.

⁵² Taufiqur Rahman, *Fiqh Mu’amalah Kontemporer* (Lamongan: Academia Publication, 2021), 10.

Pemberi (*ja'alah*) adalah orang yang memberi imbalan atau membayar mereka yang akan bekerja atau mereka yang memiliki barang yang hilang, pemberi *ja'alah* memiliki syarat kualitatif yang pertama adalah kebebasan dengan syarat bahwa semua perbuatannya sah dengan apa yang dia lakukan sebagai upah baik apakah dia pemilik atau bukan, termasuk didalamnya wali dan tidak termasuk anak kecil, orang gila, dan orang bodoh. Kedua, jika Anda tidak diberi pilihan, dan terpaksa maka kontraknya tidak sah.⁵³

b. Pekerja

Pekerja adalah mereka yang melakukan pekerjaan dari pemilik barang atau dari orang yang memerintahkan. Dalam akad *ju'alah* pekerja mempunyai izin untuk bekerja dari orang mempunyai harta, jika dia menemukan sesuatu tanpa persetujuannya, seperti ada harta yang hilang atau seseorang yang kesulitan mencarinya kepada pemiliknya.⁵⁴ Oleh karena itu, dalam hal ini dia tidak memenuhi syarat untuk menerima *ja'alah* karena dia memberikan bantuan tanpa ikatan upah, dan akibatnya dia tidak berhak atas upah tersebut. Akan tetapi, jika pemilik harta

⁵³ Abdul Aziz Muhammad Azam, *Fiqh Mu'amalah Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam* (Jakarta: AMZAH, 2010), 334.

⁵⁴ Muhammad Azam, 334.

mengizinkan dan mensyaratkan ada *ja'alah*, lalu dia bekerja. Maka dia berhak mendapat *ja'alah*, sebab dia si pemilik harta menerima manfaat dari usahannya dengan akad *ja'alah* maka si pekerja pun berhak dengan *ja'alahnya* itu sama seperti orang yang disewa.

c. Upah

Upah atau imbalan adalah sesuatu yang diberikan karena telah melaksanakan pekerjaan:

- 1) Berupa harta yang memang menjadi maksud untuk dimiliki, terhormat, atau hak khusus.
- 2) Harus di ketahui atau harus jelas dan tidak samar sebab dia adalah bayaran.
- 3) Imbalan yang diberikan sesuai dengan kesepakatan.
- 4) Imbalan yang diberikan setelah pekerjaan telah selesai dan hasilnya dapat di ketahui.
- 5) Imbalan yang di janjikan merupakan hal yang halal.
- 6) Imbalan disesuaikan dengan beratnya pekerjaan.⁵⁵

d. Pekerjaan

Pekerjaan adalah hal yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang hendak dicapai, pekerjaan dalam *ju'alah* memiliki syarat sebagai berikut:

⁵⁵ Muhammad Azam, 335.

- 1) Pekerjaan yang di tawarkan memiliki tingkat kesusahan, maka tidak ada upah bagi pekerjaan yang tidak ada beban.
 - 2) Pekerjaan yang ditawarkan kepadanya bukanlah pekerjaan yang diwajibkan oleh syar'i.
 - 3) Hendaknya pekerja menyerahkan barang tersebut harus kepada pemiliknya.⁵⁶
- e. *Shighat* (ucapan)

Ucapan ini datang dari pihak pemberi *ja'alah* sedangkan dari pihak pekerja menerima dari ucapan pemberi, maka tidak disyaratkan ada ucapan dan dengan ada *qabul* darinya dengan ucapan walaupun barangnya sudah jelas sebab yang di nilai adalah pekerjaannya sama dengan akad perwakilan. Ucapan dijadikan rukun sebab akad *ju'alah* merupakan akad saling memberi dan penetapan syarat ucapan berarti tidak ada penentuan waktu sebab penentuan waktu bisa menyebabkan hilangnya tujuan dari akad *ju'alah*.⁵⁷

2) Syarat Akad *Ju'alah*

Ulama mencantumkan syarat-syarat berikut yang diperlukan agar akad *ju'alah* menjadi sah, yaitu:

⁵⁶ Muhammad Azam, 336.

⁵⁷ Muhammad Azam, 333–38.

- a. Orang yang terlibat dalam akad *ju'alah*, harus memiliki *ahliyyah*. *Al ja'il* (pemilik sayembara) menuntut orang yang memiliki kemutlakan dalam urusan (baligh, akal, dan rasyid) transaksi tidak dapat dilakukan oleh anak kecil, orang gila, atau orang safih.
- b. Hadiah harus diperjelas jumlah hadiah dan upah (*ja'al*) yang dijanjikan. Akad *ju'alah* batal demi hukum jika upahnya tidak jelas.
- c. Manfaat yang akan dikerjakan pelaku (*amil*) haruslah jelas, dan diperbolehkan secara syar'i.
- d. Mazhab Malikiyyah menambahkan satu syarat lagi akad *ju'alah* tidak boleh dibatasi waktu. Ulama lain, berpendapat bahwa dapat diterima untuk memperkirakan jangka waktu dengan pekerjaan yang ada.
- e. Madzhab Malikiyah menetapkan bahwa meskipun dinyatakan secara eksplisit, jenis pekerjaan *ju'alah* harus spesifik,⁵⁸ walaupun terbilang seperti menemukan sejumlah ekor hewan yang hilang.

4. Perbedaan Antara Akad Ju'alah dan Akad Ijarah

Ju'alah pada hakekatnya sama dengan sewa, namun ada beberapa perbedaan aspek tertentu seperti :

- a. Meskipun pembayarannya tidak pasti, akad Ju'alah tetap berlaku dan sah.

⁵⁸ Djuwani, *Pengantar Fiqih Mu'amalah*, 168–70.

- b. Ju'alah sah walaupun pekerjaanya belum diketahui.
- c. Kesuksesan dalam bekerja merupakan prasyarat untuk menerima ju'alah.
- d. pekerja yang memilih untuk tidak menerima *ja'alahnya*, kontrak *ju'alah* tetap berlaku.
- e. Meskipun upah belum ditentukan, namun akad *ju'alah* tetap dapat dilaksanakan.
- f. Gugurnya setiap *iwadh* (upah) jika pekerja membatalkan akad.⁵⁹

5. Hubungan Akad Ju'alah dan Akad Ijarah

Keterkaitan antara *ju'alah* dan *ijarah* dapat dibedakan menjadi dua, yaitu keterkaitan *ju'alah* dan *ijarah al-'amal* serta keterkaitan *ju'alah* dan akad *ijarah* secara umum. Pada bagian ini tidak diperinci perbedaan *ju'alah* dari segi ragam akad *ijarah* akan tetapi perbedaannya di jelaskan secara umum, yaitu:

- a. *ju'alah* sah dilakukan, baik antara *ja'il* dan *amil* tertentu jelas, maupun dengan *amil* yang tidak tertentu. Sedangkan akad *ijarah* hanya sah dilakukan antara *mu'jir* dan *ajir* tertentu (jelas).
- b. Pekerjaan yang dilakukan *amil* dalam akad *ju'alah* boleh *gharar* (tidak jelas), sedangkan pekerjaan dalam akad *ijarah* haruslah jelas (tidak boleh *gharar*).

⁵⁹ Muhammad Azam, *Fiqh Mu'amalah Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*, 333.

- c. *Qabul* dalam akad *ju'alah* merupakan pernyataan penawaran (*ijab*) yang bersifat sepihak, sementara dalam akad *ijarah* pernyataan penerimaan atau persetujuan merupakan bagian dari rukun.
- d. *Ja'il* tidak akan mendapatkan manfaat akad *ju'alah* apabila *amil* tidak berhasil melakukan pekerjaannya secara sempurna. Sedangkan *mu'jir* dalam *ijarah* dapat memperoleh manfaat dari apa yang dilakukan *ajir* meskipun belum sempurna pekerjaannya.
- e. *ju'alah* merupakan akad yang mengandung ketidakjelasan dari segi bentuk pekerjaan atau ikhtiar yang dilakukan *amil* dan dari segi waktu (*al-muddah*). Sementara dalam akad *ijarah* harus jelas jangka waktu dan jenis pekerjaan yang di lakukan *ajir*.
- f. Akad *ju'alah* tidak boleh disepakati syarat untuk mendahulukan pembayaran imbalan, sementara dalam akad *ijarah* dibolehkan adanya kesepakatan untuk membayar *ujrah* sebelum pekerjaan dilakukan oleh *ajir*.
- g. Akad *ju'alah* adalah akad yang bersifat (tidak mengikat), sedangkan akad *ijarah* bersifat (mengikat). Karena itu akad *ju'alah* boleh dibatalkan secara sepihak (*fasakh*). Oleh karena itu tidak dapat dibatalkan secara sepihak.⁶⁰

⁶⁰ Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Ijarah dan Ju'alah*, 282–84.

Dalam keterangan diatas dapat dipahami bahwa akad *ju'alah* dan akad *ijrah* saling memiliki keterkaitan satu sama lain. Akan tetapi kedua akad tersebut juga memiliki perbedaan, maka ketika hendak melakukan suatu perjanjian yang berkaitan dengan upah mengupah perlu diteliti kembali supaya ketika pelaksanaan akad dilaksanakan tidak ada kekeliruan untuk memberikan upah atau imbalan.

6. Berakhirnya dan Batalnya Akad Ju'alah

Ada beberapa hal yang dapat memungkirkan akan batalnya akad *ju'alah* diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. kematian salah satu pihak atau gila hilangnya akal.
- b. Sebelum pekerjaan selesai, salah satu pihak dapat menyelesaikan kesepakatan atau kontrak.
- c. Ma'jul (pekerja) meninggalkan pekerjaannya secara misterius tanpa sebab yang jelas.⁶¹
- d. Ja'il (penyuruh) membatalkan pekerjaan, sehingga pekerja yang belum memulai pekerjaan tidak berhak atas imbalan.
- e. Kedua belah pihak membatalkan akad sebelum bekerja.
- f. Ma'jul (pekerja) membatalkan pekerjaan, maka pekerja tidak berhak atas imbalan meski ia sudah bekerja.

⁶¹ Abdul Rahman Ghazi, Ghufon Ihsan, dan Sapiudin Shiddiq, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), 143.

g. Ja'il (penyuruh) membatalkan akad, maka pekerja berhak menuntut imbalan sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan.⁶²

Terdapat beberapa perbedaan pendapat terkait waktu akan pembatalan akad *ju'alah*. Pertama, ulama malikiyyah mengakatan dibolehkannya waktu pembatalan sebelum pekerjaan dimulai, karena *ju'alah* ini bersifat mengikat pekerja bukan pekerjaan. Madzhab Syafi'iyah dan Hanabilah pembatalan *ju'alah* dapat dibatalkan sewaktu-waktu, sama seperti akad lain.⁶³

7. Hikmah Akad Ju'alah

Dalam kegiatan *mu'amalah* atau jual beli tentunya ada hikmah yang dapat diambil dan dijadikan pelajaran, salah satunya yaitu akad *ju'alah* hikmah yang dapat diambil dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Memungkinkan individu mendapat kesempatan untuk menghasilkan uang dengan cara yang diperbolehkan oleh Syariah, bahkan dengan bantuan orang lain.
- b. Akad *ju'alah* merupakan indikator utama bahwa sektor *mu'amalah* melindungi hak milik dan kepentingan bisnis orang lain.

⁶² Abdul Rahman Ghazi, Ghufron Ihsan, dan Sapiudin Shiddiq, 143.

⁶³ Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, 437.

- c. Menolong seseorang yang kehilangan barang, dengan membuat pengumuman yang menemukan barang akan mendapat imbalan.
- d. Memotivasi manusia melakukan pekerjaan tertentu yang bertujuan agar mendapat imbalan.
- e. Memotivasi pekerja untuk berusaha lebih keras karena mendapat imbalan.
- f. Menghormati upaya yang telah dilakukan orang lain.
- g. Meningkatkan persaudaraan dan persahabatan.
- h. Menanamkan sikap saling tolong menolong dan menghargai.⁶⁴

Keterkaitan akad ju'alah yang bersifat sayembara dengan promo traktiran pengguna baru di Tokopedia karena Tokopedia memberikan janji hadiah berupa barang kepada siapa saja sesuai dengan promo, namun pengguna baru harus memenuhi syarat untuk mendapatkan hadiah tersebut.⁶⁵

Dari beberapa hikmah yang telah disebutkan diatas besar harapan bagi umat manusia dapat mengimplemtasikan dalam kehidupan sehari-hari agar dapat menjadi insan yang lebih baik untuk sesama kedepannya. Serta dapat menerapkan akad-akad

⁶⁴ Abdul Rahman Ghazi, Ghufroon Ihsan, dan Sapiudin Shiddiq, *Fiqh Muamalat*, 144.

⁶⁵ Ghina Dwi Astuti, Sandy Rizky Febriadi, dan Ira Siti Rohmah Maulida, "Tinjauan Fiqih Muamalah Akad Ju'alah terhadap Praktik Giveaway Bersyarat pada Online Shop," *Jurnal Prosiding Hukum Ekonomi Syari'ah* Vol 6, No. 2 (2020): 470.

mu'amalah dengan baik, terutama dapat menerapkan akad *ju'alah* dengan baik sesuai ketentuan akad dalam islam dengan mengikuti syarat dan ketentuan agar akad bisa dikatakan sah dalam pelaksanaannya.

BAB III

PRAKTIK TRANSAKSI TRAKTIRAN PENGGUNA BARU DI TOKOPEDIA

A. Platform E-Commerce Tokopedia

1. Gambaran Umum Aplikasi Tokopedia

Tokopedia secara resmi berdiri dan diperkenalkan ke hadapan publik pada tanggal 17 Agustus 2009 di bawah naungan PT. Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada tanggal 06 Februari 2009. Pada awalnya Tokopedia mendapatkan suntikan dana atau *seed funding* dari PT. Indonusa Dwitama pada tahun 2009. Kemudian pada tahun-tahun berikutnya, Tokopedia kembali mendapatkan suntikan dana dari pemodal *ventura global* seperti East Ventures tahun 2010, Cyber Agent Ventures tahun 2011, Netprice tahun 2012, dan SoftBank Ventures Korea tahun 2013.¹

Bulan Oktober tahun 2014, Tokopedia berhasil mencetak sejarah sebagai perusahaan teknologi pertama Asia Tenggara yang menerima investasi sebesar USD 100 juta atau sekitar RP. 1,2 Triliun dari Sequoia Capital dan Softbank Internet and Media Inc (SIMII). Pada april 2016, Tokopedia kembali dikabarkan mendapatkan investasi sebesar USD 147 juta atau sekitar Rp. 1,9 Triliun. Tokopedia berlokasi di kompleks Ruko Graha Handaya

¹ Fadel Retzen Lupi Nurdin, "Analisi Strategi Pemasaran dan Penjualan E-Commerce pada Tokopedia. com," *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer* Vol.2 No.1 (2016): 23.

Unit R, S, dan T di Jl. Raya Perjuangan No. 12 -A Kebon Jeruk Jakarta Barat yang merupakan bangunan berlantai IV dengan total luas 600 m². Saat ini untuk memasukan Tokopedia mencapai Rp. 240 Milyar.²

Tokopedia menjadi salah satu *platform e-commerce* belanja *online* yang sudah cukup besar di Indonesia dengan menyediakan berbagai macam kebutuhan baik kebutuhan primer maupun sekunder seperti pakaian, kebutuhan rumah tangga, penyediaan jasa, pembayaran digital dan masih banyak yang lainnya. Tokopedia adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industri digital yang pertumbuhannya sudah sangat pesat berkembang di Indonesia.³

Tokopedia telah berhasil menjadi salah satu perusahaan atau *platform* digital belanja online yang besar dan banyak diminati oleh semua orang, sistem atau model bisnis yang dijalankan oleh Tokopedia sebenarnya sama seperti jual beli pada umumnya akan tetapi sistemnya saja yang berbeda yaitu melalui media online atau digital melalui aplikasi dengan konsep seperti pasar *online* atau mall *online* yang bisa diakses dan dijangkau dari mana saja, bahkan pembeli hanya cukup dirumah saja barang yang dipilih akan datang ke alamat rumah pembeli. Dengan adanya sistem penjualan yang baru dan mudah

² Retzen Lupi Nurdin, 23.

³ Retzen Lupi Nurdin, 24.

sehingga banyak orang yang tertarik oleh Tokopedia dengan kemudahan yang telah ditawarkan.⁴

Tokopedia memberi kemungkinan bagi setiap individu yang ingin cepat berkembang dalam jual beli dan bisnis online, karena dapat memungkinkan bagi setiap individu dan pemilik bisnis di Indonesia untuk mengembangkan dan mengelola bisnis online mereka secara mudah dan gratis, sekaligus memungkinkan pengalaman berbelanja *online* yang lebih aman dan nyaman. Tokopedia mempercayai bahwa *marketplace* adalah bisnis model paling indah di dunia, sebab kesuksesan sebuah *marketplace* hanya dapat diraih dengan membuat orang lain menjadi lebih sukses.⁵

Berkembangnya Tokopedia memungkinkan toko-toko kecil dan brand baru untuk membuka toko atau bisa memperkenalkan produk barunya dan dapat mengelola toko *online*, perlu diketahui Tokopedia ini dapat digunakan oleh semua orang secara gratis maka pengguna tidak perlu khawatir akan biaya penggunaan aplikasi. Tokopedia memiliki tujuan visi yang baik yaitu untuk membangun Indonesia lebih baik melalui dunia digital atau internet, Tokopedia mempunyai program untuk mendukung para pelaku usaha mikro kecil dan menengah

⁴ Retzen Lupi Nurdin, 24.

⁵ Rizka Adi Nugroho, "Perjanjian Jual Beli Secara Online di Bukalapak dan di Tokopedia" (Skripsi, Yogyakarta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2021), 27.

(UMKM) dan perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara *online*.⁶



Gambar 3 1

Logo Aplikasi Tokopedia

Sumber : *Google*

Tokopedia selain menjadi salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia, Tokopedia juga menjadi *website* dengan memberikan peluang membuka bisnis dan mengembangkan bisnis untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran produk melalui penawaran-penawaran harga yang cukup terjangkau dibandingkan dengan toko pada umumnya dipasaran. Tokopedia juga memberikan pelayanan dan pengalaman terbaik bagi para *toppers* (pengguna baru) untuk berbagi pengalaman maupun komplain pada toko, dan toko akan mengemas produk tersebut sesuai dengan dipilihan yang diinginkan,

⁶ Adi Nugroho, 27.

kemudian pesanan diproses oleh Tokopedia sesuai dengan ketentuan.⁷

Pengguna Tokopedia pun bisa mendapatkan keuntungan dengan sistem pembayaran yang mudah dan unik, serta pengguna Tokopedia dapat memverifikasi dengan *instans* sehingga penjual akan lebih cepat menerima pesanan dan produk lebih cepat tiba ke tangan pembeli, serta keuntungan penjual adalah perluasan pasar pada pengguna yang ingin memberi di *merchant* Tokopedia.⁸

Sebagai perusahaan yang besar Tokopedia percaya bahwa *marketplace* merupakan model bisnis paling mudah dan simple untuk dilakukan, karena dengan adanya *marketplace* bisnis dapat dengan mudah berkembang maju serta dapat dengan mudah menjadikan orang lain lebih sukses, tentu ini sesuai dengan visi dan misi yang dibawa oleh Tokopedia yakni:

a. Visi Tokopedia

Membangun Indonesia lebih baik, melalui internet.

b. Misi Tokopedia

Untuk terus berusaha memberi kesempatan kepada setiap individu di Indonesia untuk memulai bisnis dengan mudah dan gratis di Tokopedia.

⁷ Retzen Lupi Nurdin, “Analisi Strategi Pemasaran dan Penjualan E-Commerce pada Tokopedia. com,” 23.

⁸ Retzen Lupi Nurdin, 23.

- 1) Selalu Positif
 - a. *Keep positive attitude* (selalu membangun dan memelihara sikap positif dan menjauhkan sikap negatif).
 - b. *Build positive teamwork* (belajar dan bertumbuh bersama serta memperlakukan rekan kerja seperti keluarga).
- 2) Memecahkan masalah
 - a. *Solution Oriented* (menganalisa inti permasalahan dan kemudian mencari solusi terbaik untuknya).
 - c. *Think BIG* (berpikir jauh ke depan untuk setiap langkah yang diambil).
 - d. *Set Your Standards Very Very Hig* (jangan mudah puas dan selalu temukan target dan tantangan baru).
 - e. *Accepting Challenges, Embracing Mistakes* (menerima tantangan dan belajar dari kesalahan).
 - 1) Menjadi yang Terbaik
 - 2) Generasi Indonesia yang Lebih Baik
 - f. *Integrity* (memelihara sikap jujur dan menjaga integritas yang baik)
 - g. *Character* (membangun dan menjaga nilai-nilai karakter diri yang positif)
 - 1) Fokus pada Pelanggan
 - h. *Build Awesome Product* (membangun produk yang bermanfaat).

- i. *Give Best Service* (selalu memberikan pelayanan yang terbaik).⁹

2. Fitur Promo Traktiran Belanja Gratis

Fitur promo traktiran belanja gratis ini merupakan salah satu fitur promo yang disediakan oleh aplikasi Tokopedia bagi pengguna baru yang telah menginstal aplikasi Tokopedia untuk menarik ketertarikan pengguna baru dan sebagai bentuk keistimewaan bagi pengguna baru. Fitur promo tersebut juga diberikan sebagai bentuk imbalan kepada pengguna baru yang telah berpartisipasi untuk menginstal aplikasi Tokopedia, secara tidak langsung dengan begitu pengguna baru akan memberikan informasi kepada teman dan kerabatnya untuk menginstal aplikasi Tokopedia untuk mendapatkan promo traktiran belanja gratis secara cuma-cuma.¹⁰

Pada fitur promo traktiran belanja gratis dari Tokopedia ini sebenarnya merupakan salah satu cara promosi kepada orang-orang yang belum mengetahui aplikasi Tokopedia sekaligus agar setiap individu menginstal Tokopedia, dan fitur traktiran belanja gratis bagi pengguna baru adalah salah satu bentuk *event* atau kegiatan yang dilakukan oleh aplikasi Tokopedia yang

⁹ Laila, "Gambaran Umum Perusahaan Marketplace Tokopedia Dan Karakteristik Responden," 63.

¹⁰ Tokopedia, "Traktiran Pengguna Baru Tokopedia", <https://www.Tokopedia.com/discovery/pengguna-baru>. di akses 20 Desember 2022, 14.00.

sudah lama dilakukan yaitu sejak tahun 2020 hingga saat ini untuk memberikan kesempatan kepada para pengguna Tokopedia untuk mendapatkan upah atau hadiah yaitu berbentuk barang gratis Rp.0 hanya dengan menginstal Tokopedia dan cukup membayar biaya pengiriman untuk mendapatkan barang yang di inginkan.¹¹



Gambar 3 2

Fitur Traktiran Belanja Gratis

Sumber: *Screenshot*

Dengan adanya fitur traktiran belanja gratis maka pengguna akan merasa senang dan bahagia ditambah lagi dengan adanya promo secara besar-besaran oleh Tokopedia khusus bagi pengguna baru, baik dari promo voucher gratis ongkir bahkan promo cash back uang kembali bagi pengguna baru, sehingga pengguna baru memungkinkan untuk membeli barang yang lain dengan

¹¹ Khabar, “Traktiran Pengguna Baru Tokopedia 2022 Bekanja Rp.0 ApakahBenar,”<https://www.khabar.my.id/2021/07/traktiran-pengguna-baru-Tokopedia.html>. di akses 20 Desember 2022, 14.44

adanya berbagai voucher yang dimiliki, tentu ini sangat beruntung bagi Tokopedia dan mitra toko yang bekerjasama karena pembelian akan terus meningkat setiap tahunnya sebab meningkatnya pengguna baru yang telah bergabung, gambar diatas adalah penawaran promo traktiran belanja gratis yang ada di setiap pengguna baru.¹²

Untuk mendapatkan barang gratis dari aplikasi Tokopedia, bagi calon pengguna baru mereka harus berusaha untuk menginstal aplikasi Tokopedia terlebih dahulu dan kemudian harus mengikuti syarat dan ketentuan yang berlaku. Setelah menginstal aplikasi maka fitur promo traktiran pengguna baru akan muncul di dashbor utama, dengan demikian pengguna baru dapat memilih barang yang telah tersedia, akan tetapi barang yang tersedia di dashbor tersebut terbatas oleh waktu yang telah ditentukan untuk kemudian digantikan barang yang baru apabila waktu barang yang tersedia sebelumnya sudah habis.¹³

Promo traktiran pengguna baru ini hanya boleh menggunakan satu akun Tokopedia untuk mengikuti setiap promo yang ditawarkan oleh Tokopedia, walaupun sebelumnya sudah pernah menginstal Tokopedia dan akun tersebut digunakan atas nama orang lain maka ketika menginstal kembali Tokopedia dan ingin menggunakan

¹² CS. Tokopedia Care, Wawancara, Desember 2022.

¹³ CS. Tokopedia Care.

promo traktiran belanja gratis maka tidak akan bisa menggunakan promo tersebut.¹⁴

Promo traktiran belanja pengguna baru hanya dapat digunakan satu kali saja dan satu akun, karena produk Rp.0 atau traktiran pengguna baru hanya dikhususkan untuk pengguna baru yang belum pernah bertransaksi sama sekali di Tokopedia.¹⁵

Namun, terdapat sebuah kasus dimana Tokopedia membatalkan secara sepihak kepada pengguna barunya yang belum menggunakan promo tersebut dan belum bertransaksi di Tokopedia tanpa adanya pemberitahuan sebelumnya.

Promo yang dijanjikan kepada pengguna baru oleh Tokopedia adalah memberikan traktiran berupa barang gratis bagi pengguna baru yang telah berhasil menginstal aplikasi dan belum pernah bertransaksi di Tokopedia, tetapi pada kasus ini dibatalkan sepihak oleh tokopedia.

Kejadian ini terjadi kepada salah satu pengguna baru tokopedia yang merasa pesanannya dibatalkan secara sepihak oleh tokopedia, ketika pengguna baru telah berhasil melakukan penginstalan aplikasi dan ingin menggunakan promo tersebut, ketika sudah sampai proses akhir pemesanan dan barang pun sudah tertera akan dikirimkan. Namun pihak Tokopedia membatalkan secara

¹⁴ Tokopedia, “Syarat dan Ketentuan Flash Sale Pengguna Baru,” <https://www.tokopedia.com/help/article/syarat-dan-ketentuan-flash-sale-pengguna-baru>. di akses 20 Desember 2022 Pukul 21.10 WIB.

¹⁵ CS. Tokopedia Care, Wawancara, Desember 2022.

sepihak. Pada keadaan seperti ini pengguna baru merasa kebingungan karena merasa sebelumnya pengguna baru tersebut belum pernah menginstal aplikasi Tokopedia dan bertransaksi di Tokopedia.¹⁶

Seharusnya pihak Tokopedia memberikan informasi terlebih dahulu kepada pengguna baru untuk membatalkan pesanan tersebut, sebab dalam promosi tersebut pengguna baru berhak untuk mendapatkan haknya yaitu mendapatkan barang secara gratis sesuai pilihannya, karena sebagai pengguna baru dan tidak pernah melakukan transaksi.

Promo traktiran pengguna baru tidak memiliki batas waktu selama yang menggunakan adalah pengguna baru dan belum pernah melakukan transaksi, walaupun pengguna baru telah lama menginstal Tokopedia akan tetapi belum pernah menggunakan promo atau melakukan transaksi maka promo tersebut akan tetap ada dan dapat digunakan.¹⁷

Produk promo Rp.0 khusus pengguna baru hanya berlaku untuk harga pokoknya saja belum termasuk dengan biaya pengiriman yang nantinya akan ditanggung oleh pembeli, yang tentu biaya pengiriman ini yang akan membebani dari pemberian hadiah bagi pengguna baru.¹⁸

¹⁶ Dika Dwi Febriana, Wawancara Pengguna Tokopedia.

¹⁷ CS. Tokopedia Care.

¹⁸ CS. Tokopedia Care.

B. Promo Traktiran Belanja Gratis Bagi Pengguna Baru di Aplikasi Tokopedia

1. Praktik Transaksi Belanja Gratis di Tokopedia

Fitur promo yang terdapat pada *platform* Tokopedia sangat bervariasi, mulai dari promo gratis ongkir, promo diskon harga barang, dan voucher belanja disetiap toko. Promo atau promosi (*promotion*) merupakan suatu bentuk usaha yang dilakukan oleh perusahaan dengan maksud untuk menarik peminat pembeli atau pengguna layanan jasa yang diberikan serta memberitahukan tentang keberadaan produk baru yang dimiliki dan memberi keyakinan tentang manfaat produk atau memperkenalkan promo baru yang diberikan oleh perusahaan kepada pembeli, baik melalui media digital ataupun media cetak.¹⁹ Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan volume peminatan dan penjualan.

Promo traktiran pengguna baru yang dilakukan Tokopedia merupakan salah satu bentuk promosi untuk meningkatkan ketertarikan kepada setiap orang agar dapat menggunakan aplikasi Tokopedia, pada promosi ini sangat berorientasi kepada konsumen dengan menggunakan kupon, premium, undian, potongan harga dan lain-lain, promo yang berorientasi pada konsumen ini dengan contoh memberikan produk secara cuma-cuma

¹⁹ Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)," *Jurnal Common* Volume 3 Nomor 1 (2019): 75.

dan kupon dalam merangkul kesuksesan memperkenalkan aplikasi.²⁰

Dalam hal ini, Tokopedia sebagai perusahaan besar yang bergerak dalam bidang jual beli barang dan jasa pembayaran *online*, maka Tokopedia memiliki berbagai macam strategi untuk mempromosikan produk dan promo yang ada pada perusahaannya dengan mengenalkan fitur yang diberi nama “traktiran pengguna baru Rp.0” atau flash sale yang merupakan salah satu strategi pemasaran dari Tokopedia yang digunakan untuk menarik pelanggan baru, dengan kemajuan yang sudah dapat dirasakan perusahaan. Sehingga, Tokopedia tanpa ragu memberikan promo tersebut secara besar guna memikat pengguna barunya.²¹

Pada transaksi fitur belanja gratis ini, Tokopedia telah menyediakan berbagai macam jenis barang yang dapat dipilih oleh pengguna baru secara gratis atau cuma-cuma dan dapat mendapatkan promo gratis ongkir.²² Namun, pada praktiknya pengguna baru harus dibebankan dengan membayar biaya pengiriman yang sepenuhnya ditanggung oleh pengguna fitur tersebut, terkait dengan biaya pengiriman barang yang dibeli dari Tokopedia

²⁰ A. Shimp, *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, 6.

²¹ Rifal Dukalang, Hapsawati Taan, dan Yulinda L. Ismail, “Pengaruh Model Promosi Flash Sale dan Tageline Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembeli di Tokopedia,” *Seiko: Jurnal of Management & Bisnis* Vol.5 No.1 (2022): 64.

²² Dukalang, Taan, dan L. Ismail, 64.

melalui fitur tersebut harga yang harus ditanggung oleh pengguna baru sangat bervariasi. Berikut ini merupakan estimasi biaya pengiriman dari berbagai daerah.

Tabel 3. 1 Estimasi Biaya Pengiriman

| No | Asal pengiriman | Tujuan Pengiriman | Biaya |
|----|-----------------|-------------------|-----------------|
| 1. | Bekasi | Semarang | Rp. 20.500.00,- |
| 2. | Bandung | Semarang | Rp. 18.500.00,- |
| 3. | Surabaya | Semarang | Rp. 17.500.00,- |
| 4. | Medan | Semarang | Rp. 42.000.00,- |

Sumber: *Sicepat.com*

Berdasarkan dari uraian tabel di atas didapatkan bahwa jarak pengiriman mempengaruhi biaya jasa pengiriman. Pada penelitian ini, jasa pengiriman barang yang digunakan adalah jasa pengiriman si cepat halu. Pengiriman yang berasal dari Bekasi ke Semarang memiliki kisaran harga Rp. 14.000 sesuai dengan dimensi barang tersebut yang mana pada penelitian ini barang yang dibeli memiliki dimensi yang beratnya 1 kilogram. Selanjutnya biaya pengiriman yang berasal dari kota Bandung ke Semarang memiliki kisaran harga yang lebih tinggi yaitu Rp. 18.500 harga tersebut sesuai dengan jarak yang ditempuh.²³

²³ SICEPAT, "Cek Ongkir-Sicepat," 8 Maret 2023, Pukul 02.45.

Kemudian untuk biaya pengiriman yang berasal dari kota Surabaya ke Semarang memiliki kisaran harga yang lebih rendah yaitu Rp. 17.000 tentu harga tersebut berdasarkan estimasi jarak yang ditempuh. Kemudian yang terakhir yaitu pengiriman dari kota Medan ke Semarang memiliki harga pengiriman yang lebih mahal dari yang lainnya karena berada di luar pulau Jawa yaitu dengan harga Rp. 42.000 harga pengiriman tersebut terbilang cukup mahal karna sesuai estimasi jarak yang ditentukan.²⁴

Pengiriman barang yang telah dipilih supaya bisa sampai kepada penerima maka penerima harus menggunakan jasa pengiriman, sebab dalam hal ini penerima tidak akan bisa mendapatkan barangnya jika tidak melalui jasa pengiriman, walaupun pengguna baru bersedia untuk mengambilnya secara langsung, namun pihak Tokopedia menyarankan agar dapat menggunakan metode pengiriman yang tersedia di Tokopedia.²⁵

2. Mekanisme Bertransaksi Menggunakan Fitur Promo Traktiran Pengguna Baru

Promo traktiran pengguna baru yang telah lama dilakukan oleh Tokopedia pada tahun 2020 tersebut memberikan promo kepada pengguna baru apabila telah mengikuti mekanisme bertransaksi. Adapun mekanisme

²⁴ SICEPAT, "Cek Ongkir-Sicepat."

²⁵ CS. Tokopedia Care. Wawancara, 17 Maret 2023

dalam bertransaksi di Tokopedia menggunakan fitur promo traktiran pengguna baru yang ingin mendapatkan barang secara gratis yaitu setiap individu diharuskan menginstal aplikasi Tokopedia terlebih dahulu, setelah pengguna baru menginstal aplikasi hendaknya mendaftarkan nomor handphone dan email guna mendapatkan kode verifikasi.²⁶

Proses tersebut sangat penting karena pihak Tokopedia akan mengkualifikasi akun yang telah didaftarkan agar terhindar dari pihak yang mempersalahkan promo tersebut. Jika proses pendaftaran sudah selesai dan sudah terverifikasi, maka aplikasi secara otomatis akan menampilkan fitur promo traktiran pengguna baru pada dashbor utama aplikasi, kemudian pada dashbor tersebut apabila mengklik pada pilihan pilih barang, maka akan muncul etalase barang apa saja yang tersedia dan berbeda-beda. Akan tetapi barang yang tersedia terbatas oleh jangka waktu jika waktu yang disediakan oleh Tokopedia telah habis maka akan digantikan dengan barang yang lain.²⁷

Selain harus mengikuti mekanisme bertransaksi, fitur promo traktiran pengguna baru tersebut benar-benar hanya diberikan bagi pengguna baru dan hanya dapat dilakukan satu kali dalam bertransaksi. Jika pengguna baru sudah pernah menggunakan promo tersebut

²⁶ Tokopedia, "Traktiran Pengguna Baru Tokopedia,".

²⁷ CS. Tokopedia Care, Wawancara, Desember 2022.

walaupun aplikasi Tokopedia dihapus kemudian menginstal kembali aplikasi Tokopedia, maka pada dashbor akan tetap terpapar promo tersebut.²⁸

Namun promo tersebut tidak dapat digunakan kembali karena sudah pernah menggunakan promo tersebut maka pihak Tokopedia akan membatalkan secara sepihak. Selain harus mengikuti mekanisme bertransaksi pengguna baru juga harus mematuhi syarat dan ketentuan promo sebagai berikut:

- a. Promo Pengguna Baru yaitu program yang disediakan khusus untuk Pengguna Baru Tokopedia untuk mendapatkan barang gratis sampai waktu yang ditentukan.
- b. Promo Pengguna Baru dimulai pada 01 April 2020 sampai dengan batas waktu yang akan ditentukan oleh Tokopedia.
- c. Pengguna Baru hanya bisa melakukan pembelian maksimal 1 (satu) produk dan 1 (satu) kuantitas.
- d. Pengguna baru tidak dapat memilih warna dan tipe produk yang dibeli, hadiah sudah disesuaikan dengan ketersediaanya.
- e. Promo Pengguna Baru tidak dapat digabungkan dengan promo lainnya termasuk promo bebas ongkir.
- f. Pemenang harus memasukkan alamat yang sesuai pada saat pengiriman barang.

²⁸ CS. Tokopedia Care, Wawancara, Desember 2022.

- g. Pembayaran promo pengguna baru dapat menggunakan seluruh metode pembayaran yang disediakan oleh Tokopedia.
- h. Karyawan Tokopedia beserta anggota keluarga tidak dapat mengikuti program promo pengguna baru.
- i. Tokopedia berhak, tanpa pemberitahuan sebelumnya, membatalkan promo Pengguna Baru, jika melakukan kecurangan yang merugikan pihak Tokopedia.
- j. Syarat dan Ketentuan ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Syarat dan Ketentuan Tokopedia dan dapat diubah dan/atau diperbaharui.
- k. Hati-Hati terhadap penipuan yang mengatasnamakan Tokopedia, Tokopedia tidak bertanggung jawab terhadap seluruh kerugian yang timbul atas penipuan yang dialami Peserta.²⁹

Jika pengguna baru telah mengikuti dan memenuhi syarat dan ketentuan yang telah ditentukan oleh Tokopedia maka berhak untuk menerima promo traktiran pengguna baru secara gratis dengan cara mengklik promo yang sudah terlihat di *dashboard* awal aplikasi, maka setelah itu akan terlihat pilihan barang apa saja yang tersedia dan digratiskan oleh Tokopedia bagi pengguna

²⁹ Tokopedia, “Syarat dan Ketentuan Flash Sale Pengguna Baru,” <https://www.Tokopedia.com/help/article/syarat-dan-ketentuan-flash-sale-pengguna-baru>. di akses 20 Desember 2022 Pukul 23.10 WIB.

baru mulai dari alat rumah tangga, kebutuhan pokok pangan, dan alat elektronik serta barang yang lainnya.³⁰

Jenis produk yang dibutuhkan konsumen dalam menentukan keputusan pembeliannya, kemudian sistem akan mengantarkan konsumen ke dashbor pembayaran. Metode pembayaran merupakan cara pembayaran yang dapat dipilih oleh konsumen ketika ingin melakukan pembelian produk yang dibutuhkan di Tokopedia, setelah memilih pengguna baru akan diarahkan untuk memilih pembayaran baik dengan pembayaran cash melalui gerai alfamart atau dapat melalui go pay, atau dapat melalui virtual account perbankan yang sudah terhubung.³¹

Perlu diketahui ketika memilih barang pengguna baru tidak dapat memilih warna, ukuran, dan motif barang yang di inginkan semua barang tersebut sudah ditentukan pada etalase pemilihan barang, dan pengguna baru wajib membayar ongkir walaupun menggunakan voucher gratis ongkos pengiriman, sebab Tokopedia hanya memotong dari harga ongkos kirim yang sudah ditentukan sebelumnya, tentu kebijakan tersebut bagi sebagian pelanggan merasa cukup membebani bagi pengguna baru jika diharuskan untuk membayar biaya pengiriman.³²

³⁰ Tokopedia, “Syarat dan Ketentuan Flash Sale Pengguna Baru,” <https://www.Tokopedia.com/syarat-dan-ketentuan-flash-sale-pengguna-baru>. di akses 20 Desember 2022 Pukul 23.10 WIB.

³¹ Nadir Alamsyah dan Saino, “Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian.,” *Jurnal akuntabel* Vol.18, No. 4 (2021): 628.

³² Dika Dwi Febriana, Wawancara Pengguna Tokopedia, 28 Desember 2022.

Pada penjelasan di atas, dapat disimpulkan praktik promo traktiran pengguna baru adalah untuk mendapatkan barang gratis yang disediakan oleh aplikasi Tokopedia, dan merupakan dari pada promosi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan Tokopedia untuk membantu pelanggan baru yang belum mampu membayar biaya untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan, karena promo traktiran pengguna baru adalah bersifat umum bagi khayalak orang banyak dan bersifat sayembara seperti halnya pada akad *ju'alah* yang mana jika pekerjaan telah selesai maka berhak mendapatkan imbalan.

Melalui promo traktiran belanja gratis ini pengguna baru yang membutuhkan barang tersebut dapat memperoleh barang secara gratis dengan memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku dan harus membayar biaya pengiriman. Ketika pengguna baru sudah membayar biaya pengiriman yang harus dibayarkan kemudian aplikasi akan menerima pembayaran dan barang langsung dipersiapkan dikemas dan siap untuk dikirim.³³ Berikut ini adalah tahap-tahap dalam bertransaksi menggunakan promo traktiran pengguna baru untuk mendapatkan barang gratis yang di inginkan:



³³ CS. Tokopedia Care, Wawancara, Desember 2022.

Bagan di atas adalah gambaran dari tahap-tahap dalam bertransaksi di aplikasi Tokopedia menggunakan promo traktiran pengguna baru agar pembaca dapat memahami dengan mudah bagaimana tahapan dalam menggunakan promo tersebut supaya dapat mendapatkan barang gratis dari aplikasi Tokopedia.³⁴

³⁴ Mahdafweb, “Inilah Cara Belanja 0 Rupiah di Tokopedia,” 2023.

BAB IV

TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP TRAKTIRAN PENGGUNA BARU

A. Analisis Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Promo Traktiran Pengguna Baru di Tokopedia.

Dalam suatu perjanjian kesepakatan dalam perjanjian adalah perwujudan dari kehendak dua atau lebih pihak dalam perjanjian mengenai apa yang mereka kehendaki untuk dilaksanakan, bagaimana cara melaksakannya, kapan harus dilaksanakan, dan siapa yang harus melaksanakan. Pada dasarnya sebelum para pihak sampai pada kesepakatan mengenai hal-hal tersebut, maka salah satu atau lebih pihak dalam perjanjian tersebut akan menyampaikan terlebih dahulu suatu bentuk pernyataan mengenai apa yang dikehendaki oleh pihak tersebut dengan segala macam persyaratan yang mungkin dan diperkenankan oleh hukum untuk disepakati oleh para pihak.¹

Nasution berpendapat hukum perlindungan konsumen merupakan dari bagian hukum konsumen yang lebih luas. Secara definitif nasution menyampaikan hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang

¹ Gunawan Widjaja dan Kartini Muljadi, *Seri Hukum Perikatan Jual Beli*, (Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2003, 127.

memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang mengatur, dan juga mengandung sifat melindungi kepentingan konsumen.²

Asas-asas dan kaidah yang terdapat pada hukum konsumen mengatur hubungan dan masalah konsumen itu tersebar dalam berbagai bidang hukum, baik tertulis maupun tidak tertulis yang berkaitan dengan kepentingan-kepentingan konsumen, dikarenakan posisi konsumen yang lemah maka konsumen harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat itu adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat, jadi sebenarnya hukum konsumen dan perlindungan konsumen adalah dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasannya.³

Hukum perlindungan konsumen memiliki asas-asas dan tujuan bagi konsumen, di jelaskan dalam Pasal 2 UUPK yang berbunyi “Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.” Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan upaya dalam menyelenggarakan konsumen harus memberikan manfaat bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

² Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014), 5.

³ Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 5

2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi konsumen dan pelaku usaha memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan ditujukan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen untuk memberikan jaminan atas keselamatan dan keamanan kepada konsumen
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.⁴

Kehadiran undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen telah dirumuskan apa yang menjadi hak dan kewajiban, yang di tujukan kepada konsumen maupun pelaku usaha. Meskipun telah terumus secara jelas, akan tetapi apabila jika diperhatikan hak-hak dan kewajiban tersebut, tidaklah langsung dapat dinikmati dan dijalankan oleh konsumen maupun pelaku usaha.⁵ Adapun hak konsumen dalam pasal 4 di sebutkan:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan atas barang dan jasa
2. Hak untuk memilih barang dan jasa

⁴ Ahmadi Miru & Surarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 25.

⁵ Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014), 5.

3. Hak mendapat informasi yang benar, jelas, dan jujur atas barang dan jasa
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya
5. Hak untuk mendapat bantuan hukum (advokasi), perlindungan dan penyelesaian sengketa
6. Hak dalam pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diberlakukan dengan secara benar, jujur dan tidak diskriminatif
8. Hak untuk mendapat kompensasi atas barang atau jasa yang merugikan
9. Hak-hak yang ditentukan dalam perundang-undangan lain.⁶

Dalam undang-undang perlindungan konsumen pelaku usaha memiliki kewajiban yang harus dilakukan baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk menjalankan itikad baik. Adapun kewajiban pelaku usaha dalam pasal 7 mewajibkan:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

⁶ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan atau yang diperdagangkan.
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁷

Permasalahan yang timbul dalam promo traktiran pengguna baru ini adalah adanya ketidak lengkapan dalam memberikan informasi yang terdapat pada promo traktiran pengguna baru, namun pihak Tokopedia membatalkan pesanan secara sepihak kepada pengguna baru tanpa adanya informasi yang diterima oleh pengguna baru. Sebelumnya pada promo tersebut tidak dijelaskan mengenai syarat dan ketentuan untuk mendapatkan barang, tetapi hanya terdapat keterangan “traktiran pengguna baru” maka pengguna baru hanya mengetahui sesuai apa yang tertera pada iklan promo itu saja sehingga tidak mengetahui pesanan dapat dibatalkan secara sepihak.

⁷ Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Promo traktiran pengguna baru ini hanya bisa digunakan dalam satu kali kesempatan bagi pengguna baru, kesempatan tersebut berlaku bagi pengguna baru yang telah berhasil menginstal dan belum pernah melakukan transaksi, akan tetapi timbul permasalahan bagi pengguna baru yang secara sepihak pesanan atas promo tersebut dibatalkan sepihak oleh Tokopedia, walaupun sebelumnya pengguna baru tersebut belum pernah melakukan transaksi di Tokopedia, akan tetapi dia berhak mendapatkan haknya yaitu berupa barang gratis. Dan seharusnya pengguna baru berhak mendapatkan informasi secara jelas dan pihak Tokopedia wajib memberikan informasi dengan jelas terkait promo tersebut.

Apabila dikaitkan dengan hak konsumen pada hukum perlindungan konsumen pasal 4 huruf c yang menyebutkan bahwa konsumen berhak mendapat informasi yang benar, jelas, dan jujur atas barang dan jasa. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam menggukakan produk.⁸

Kewajiban bagi pelaku usaha dalam memberikan informasi dengan jelas telah disebutkan pada undang-undang perlindungan konsumen Pasal 7 huruf b untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan

⁸ Ahmadi Miru & Surarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 41.

jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.⁹

Pentingnya penyampaian informasi yang jelas dan benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambar mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan, maupun yang berupa intruksi.¹⁰

Menurut Hukum Ekonomi Islam kemungkinan pelanggaran akan hak konsumen dapat terjadi sebelum transaksi jual beli berlangsung, yakni pada saat iklan atau promosi, dalam kajian fiqh Islam kebenaran dan keakuratan informasi ketika seorang pelaku usaha mempromosikan barang dagangannya menepati kajian yang signifikan. Islam tidak mengenal istilah bahwa konsumen harus berhati-hati, namun pelaku usahalah yang harus berhati-hati.¹¹

Hak konsumen dalam kajian fiqh dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Hak untuk mendapatkan informasi dan pelayanan yang benar, jujur, adil, mendidik, dan terhindar dari pemalsuan.
2. Tersedianya hak pilih dan nilai tukar yang wajar.

⁹ Pasal 7 undang-undang Tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁰ Ahmadi Miru & Surarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 55.

¹¹ M. Yusri, Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam, *Jurnal Justisia Ekonomika*, Vol. 3, No. 1, 2019, hal 9.

3. Hak untuk mendapatkan keamanan produk dan lingkungan sehat.
4. Hak untuk memperoleh advokasi dan penyelesaian sengketa.
5. Hak untuk memperoleh perlindungan atas penyalahgunaan keadaan.
6. Hak untuk mendapatkan ganti rugi akibat negatif dari suatu produk.¹²

Berdasarkan hak-hak di atas, dalam kajian fiqh islam kebenaran dan keakuratan informasi ketika seorang pelaku usaha mempromosikan produknya secara signifikan. Islam tidak mengenal bahwa kosumen yang harus berhati-hati, namun sebaliknya pelaku usahalah yang harus berhati-hati, sebab dalam islam berlaku juga perinsip keseimbangan. Maka kedua belah pihak konsumen maupun pelaku usaha harus sama berhati-hati¹³

Sebagaimana penjelasan dari permasalahan diatas terkait pihak tokopedia yang membatalkan pemesanan secara sepihak seharusnya tokopedia memberikan informasi kepada pengguna bahwa pesanannya akan dibatalkan sebab hal tertentu. Dan pada promosi traktiran bagi pengguna baru seharusnya memberikan informasi secara detail dan jelas pada promosi yang dilakukannya, baik mengenai kejelasan dalam

¹² M. Yusri, Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam, 10

¹³ M. Yusri, Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam, 10

menginformasikan syarat dan ketentuannya sebab hal tersebut merupakan hak bagi konsumen.

B. Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Praktik Transaksi Traktiran Pengguna Baru di Tokopedia

Saat ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat dilakukan oleh setiap pelaku usaha, hal demikian menjadikan pelaku usaha baik perorangan maupun persekutuan harus memiliki strategi dalam mengembangkan bisnis yang sedang dilakukan supaya bisnis yang dilakukan dapat bersaing dengan pesaing bisnis lainnya. Dengan keadaan seperti ini yang pada akhirnya menjadikan para pelaku usaha semakin gencar berusaha untuk mencari solusi dan strategi, dengan membuat program bisnis yang dapat meningkatkan daya saing didalam bisnisnya.¹⁴

Salah satu usaha yang dapat mengembangkan bisnis adalah mentranformasikan penjualan barang melalui media *online* atau pasar *online* menggunakan *ecomerce* yang sudah tersedia seperti Tokopedia yang memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk mengenalkan barangnya secara *online* dan Tokopedia pun dapat bekerjasama dengan baik.¹⁵

Tokopedia merupakan *marketplace* terbesar yang ada di Indonesia, Tokopedia sudah sejak lama berdiri pada tahun

¹⁴ Dicky Nofriansyah, Citrawati Jatiningrum, dan Muhammad Noor Hasan Siregar, *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha* (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), 63.

¹⁵ Dicky Nofriansyah, Citrawati Jatiningrum, dan Muhammad Noor Hasan Siregar, *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha* (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), 63.

2009 hingga saat ini dan menjadi pasar online yang berkembang cukup pesat dengan mengutamakan keamanan, kemudahan, kenyamanan kepada para penggunanya. Tokopedia saat ini tidak hanya menjadi pasar online saja akan tetapi sudah beranjak ke berbagai jenis pelayanan dan transaksi lain yang dapat memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi.¹⁶

Tokopedia saat ini menyediakan pembayaran apapun seperti misalnya, pembayaran pulsa, pembayaran tagihan listrik, pelayanan investasi dan peminjaman, dan jenis pelayanan lain yang di sediakan oleh Tokopedia. Usaha Tokopedia untuk mengenalkan nama perusahaannya agar dapat dikenal banyak orang tentu tidak mudah, pastinya dengan melakukan berbagai jenis cara dengan melakukan *event*, promosi, diskon, dan promo supaya setiap individu dapat dengan mudah terpengaruhi dengan adanya promosi yang dilakukan oleh Tokopedia sehingga orang akan tertarik dan menginstal aplikasi Tokopedia tersebut.¹⁷

Salah satu bentuk usaha yang dilakukan oleh Tokopedia untuk mengenalkan perusahaannya yaitu dengan mengadakan promo, promo yang diberikan tentu sangat menarik dan mudah didapatkan, salah satu promo terbaru yang diluncurkan

¹⁶ Halimatus Sya'diyah dan Jojok Dwiridotjahjono, "Pengaruh sales promotion cashback dan price discount terhadap perilaku impulse buying pengguna di situs belanja online tokopedia Halimatus Sya'diyah1 , Jojok Dwiridotjahjono," *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* Volume 4, Number 10, 2022 (2022): 4540.

¹⁷ Retzen Lupi Nurdin, "Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan E-Commerce pada Tokopedia.Com," 23.

oleh Tokopedia sejak tahun 2020 dimana promo ini dapat meningkatkan minat dalam bertransaksi pada aplikasi Tokopedia, yakni promo traktiran pengguna baru Rp.0 bagi individu yang baru menginstal aplikasi Tokopedia.¹⁸

Tokopedia memberikan barang gratis secara cuma-cuma kepada pengguna baru yaitu dengan memilih barang yang telah disediakan oleh Tokopedia sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan setelah berhasil mendapatkan aplikasi, tentu promo ini sangat mudah dilakukan serta mudah didapatkan bagi setiap orang, akan tetapi untuk mendapatkan promo tersebut harus memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku agar dapat mendapatkan promo barang gratis.¹⁹

Promo ini sama dengan konsep akad dalam transaksi menurut islam yakni akad *Ju'alah* dan promo ini akan sah apabila sesuai dengan syariat dalam segi akad dan tata cara bertransaksinya serta tidak ada pihak yang dirugikan, menurut pertimbangan masyarakat dan kepentingan umum melalui pernyataan transaksi online terhadap *e-commerce* di Indonesia melalui pandangan hukum Islam sehingga memunculkan keyakinan dalam bertransaksi secara online yang sesuai dengan ajaran hukum islam. Promo traktiran pengguna baru ini sangat relevan dengan akad *Ju'alah* yakni dengan memberikan hadiah kepada pengguna baru yang telah

¹⁸ Sya'diyah dan Dwiridotjahjono, "Pengaruh sales promotion cashback dan price discount terhadap perilaku impulse buying pengguna di situs belanja online tokopedia Halimatus Sya'diyah1 , Jujuk Dwiridotjahjono," 4541.

¹⁹ Fitri Noer janah, Ghina Wahyuningsih, dan Martini Dwi Pusparini, "Strategi Promosi Tokopedia Dalam Perspektif Hukum Islam," *At-Thulab Jurnal Mahasiswa Study Islam* Vol.1, Nomor 1 (2019): 11.

menginstal aplikasi Tokopedia sebagai imbalan atas pekerjaan yang dilakukan dan yang paling utama promo tersebut sesuai dengan tatacara bertransaksi sesuai hukum Islam.²⁰

Tokopedia memberikan upah atau hadiah dengan cara cuma-cuma sebagai komisi berupa barang gratis yang bisa didapatkan setelah pengguna melihat promo baik melalui sosial media dan iklan promo di berbagai portal digital, strategi promosi yang dilakukan melalui iklan dan lainnya seperti promo ini merupakan sebuah usaha untuk menarik perhatian konsumen selama promosi dan promo tersebut tidak menyimpang.²¹ Pada promo ini pengguna baru yang telah menginstal aplikasi Tokopedia dan mengikuti syarat ketentuan yang berlaku oleh pihak Tokopedia, yang kemudian pengguna baru diharuskan untuk mendaftarkan akun pribadi berupa email dan nomor handphone, ketika proses pendaftaran telah selesai maka pengguna baru dapat menggunakan “promo traktiran pengguna baru Rp.0” yang tersedia pada dashbor utama aplikasi.

Setelah melihat tawaran barang yang tersedia pada dashbor utama pada aplikasi, pengguna baru dapat memilih barang yang telah tersedia dengan masa berlaku sampai waktu yang tidak ditentukan dari Tokopedia.²² Dengan arti pengguna baru dapat menggunakan promo tersebut kapan saja sesuai yang diinginkan pengguna aplikasi.

²⁰ Noer janah, Wahyuningsih, dan Dwi Pusparini, 81.

²¹ Noer janah, Wahyuningsih, dan Dwi Pusparini, 90.

²² CS. Tokopedia Care, Wawancara, Desember 2022.

Promo tersebut akan hilang dan hangus ketika promo telah digunakan, dan apabila pengguna baru memanipulasikan promo tersebut dengan menghapus aplikasi setelah mendapatkan barang gratis kemudian menghapus aplikasi Tokopedia kemudian menginstal kembali maka pengguna tidak dapat mendapatkan promo dan pihak Tokopedia akan mendeteksi akun pengguna baru yang akan memanipulasi promo tersebut sehingga pengguna tidak dapat melakukan *checkout* barang yang dipilih.²³

Berdasarkan karakteristik tersebut, maka akad yang diterapkan antara pengguna Tokopedia dengan pihak Tokopedia termasuk pada mekanisme memberikan imbalan (*ja'l*) kepada orang yang telah melakukan pekerjaan untuknya sehingga dalam Islam termasuk kepada akad *Ju'alah*. Dalam buku fatwa Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI), menerangkan *Ju'alah* adalah janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan (*reward/iwadh/ju'l*) tertentu atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan.²⁴

Adapun indikasi yang mendasar pada penjelasan diatas mengenai akad *Ju'alah* tersebut yakni:

- 1) Imbalan atau hadiah sudah ditentukan sebelumnya

Pengguna Tokopedia yang telah melakukan usaha dengan pekerjaan yaitu telah berhasil menginstal aplikasi Tokopedia yang telah disebarakan melalui informasi media

²³ CS. Tokopedia Care.

²⁴ "Fatwa DSN MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah."

kemudian mereka melihat promo tersebut dan melakukan pendaftaran registrasi dengan tujuan untuk bertransaksi di Tokopedia agar mendapatkan barang gratis.²⁵

Pada fitur promo “traktiran pengguna baru Rp.0” ini, setelah menginstal aplikasi maka bebas untuk mendapatkan imbalan atas kegiatan pekerjaannya mereka yakni berbentuk barang-barang yang telah disediakan oleh aplikasi Tokopedia pada fitur promo traktiran pengguna baru Rp.0 tersebut.²⁶

Setelah menentukan imbalan barang apa yang akan dijadikan sebagai hadiah, maka pengguna Tokopedia harus menyelesaikan kelanjutan pada transaksi dengan membayar biaya pengiriman yang dalam konteks ini membebani bagi pengguna dalam pemberian hadiah.

Maka ketika pengguna telah membayarkan biaya pengirimannya, lalu pihak Tokopedia akan memberikan imbalan tersebut kepada pengguna baru berbentuk barang sebagai hadiah kepada pengguna sesuai dengan perjanjian promo yang telah dibuat.

2) Waktu promo tidak ditentukan

Menurut ulama Madzhab Hanafiyah akad *ju'alah* mengandung unsur *gharar* karena didalamnya tidak ada jangka waktu yang ditentukan, namun ada sebagian ulama Hanafiyah yang memperbolehkannya dengan dasar

²⁵ Diah Kusuma, “Analisis Praktik Penukaran Kupon Makan Warung Puji Lesehan di Jalan Sunan Ampel I Kelurahan Rejomulyo Kota Kediri Menurut Hukum Islam,” 17.

²⁶ CS. Tokopedia Care, Wawancara, Desember 2022.

istihsanan (karena ada nilai manfaat). Madzhab Malikiyyah berpendapat akad *ju'alah* tidak boleh dibatasi dengan jangka waktu. Namun ulama lain mengatakan, diperbolehkan memperkirakan jangka waktu dengan pekerjaan yang ada.²⁷

Promo traktiran pengguna baru ini, bagi pelanggan baru tidak dibatasi oleh waktu dan pengguna tidak perlu khawatir akan kehilangan kesempatan promo tersebut karena dapat digunakan kapan saja tanpa perlu adanya batasan waktu yang ditentukan, promo ini dapat digunakan ketika pengguna baru ingin menggunakan promo tersebut dan promo akan hilang ketika pengguna telah menggunakan promo traktiran pengguna baru dan promo ini hanya berlaku 1 (satu) kali kesempatan dalam satu akun pengguna Tokopedia.²⁸

3) Pekerjaan tidak mengikat

Pada akad *ju'alah* memiliki sifat hukum transaksi yang tidak mengikat akan tetapi diperbolehkan (*jai'z ghoir lazim*) sehingga boleh untuk dibatalkan, berbeda dengan akad *ijarah* yang bersifat mengikat (*lazim*) dan tidak bisa dibatalkan sepihak.²⁹ Dalam hal ini apabila seseorang melihat promo yang dilakukan oleh Tokopedia maka boleh hukumnya untuk tidak melakukan perintah yang dilakukan dan apabila pengguna baru melihat promo

²⁷ Djuwani, *Pengantar Fiqih Mu'amalah*, 166.

²⁸ CS. Tokopedia Care, Wawancara, Desember 2022.

²⁹ Djuwani, 170.

tersebut maka boleh untuk melakukan pekerjaan yang diperintahkan.

Ketika pengguna baru telah menginstal aplikasi kemudian tidak mengambil promo maka boleh dilakukan bagi pengguna baru, akan tetapi apabila ditemukan sesuatu yang melanggar syarat dan ketentuan selama melaksanakan pekerjaan promo ini, maka akan dikenai sanksi yang seimbang.³⁰

Misalnya apabila terdeteksi suatu kecurangan atau mencoba untuk manipulasi data pengguna, maka pihak Tokopedia akan dengan tegas membatalkan transaksi secara sepihak tanpa ada persetujuan dan barang yang akan dijadikan imbalan atau hadiah akan hangus dan tidak bisa dikirimkan.³¹

Dalam pelaksanaan kegiatan promo pastinya tidak terlepas dari adanya beberapa faktor atau pertimbangan untuk diadakannya promo itu sendiri. Menurut J. Stantiom faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pelaksanaan promo, antara lain :

a. Dana yang tersedia

Suatu usaha atau perusahaan dengan dana yang cukup memadai dapat membuat program periklanan lebih berhasil.

b. Sifat Pasar

³⁰ Tokopedia, "Syarat dan Ketentuan Flash Sale Pengguna Baru."

³¹ Tokopedia.

Beberapa sifat pasar yang mempengaruhi promotion mix yaitu sebagai berikut:

- 1) Luas Geografis
- 2) Jenis Pelanggan

Strategi promo yang dilakukan oleh pelaku bisnis juga dipengaruhi jenis sasaran yang hendak dicapai.

- c. Konsentrasi Pasar
- d. Sifat Produk, sifat produk ini mempengaruhi strategi bagi pelaku bisnis
- e. Tahap dalam siklus daur hidup produk

Selain faktor-faktor diatas, ada beberapa faktor pendukung lainnya bagi para pelaku usaha dalam melakukan sebuah promo untuk menarik minat konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Produk yang berkualitas

Produk yang berkualitas memiliki pengaruh dalam pemasaran atau melakukan sebuah promo sebagai sarana untuk menarik minat konsumen. Kualitas merupakan suatu hal yang sangat penting bagi seorang produsen dalam menghasilkan suatu produk. Seperti halnya kualitas produk promo yang dipasarkan oleh Tokopedia dengan mendapatkan barang gratis dan produk barang yang berikan pastinya dalam keadaan baik.³²

2. Kepercayaan konsumen atau pengguna aplikasi

³² P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi II*, 375.

Konsumen adalah salah satu faktor utama dalam memajukan sebuah usaha. Dengan adanya rasa kepercayaan dari konsumen tentu sangat berpengaruh terhadap strategi pemasaran. Dengan adanya kepercayaan yang telah dirasakan oleh konsumen kepada pelaku usaha yang menjadi kunci utama.³³

3. Pelayanan yang baik

Pelayanan memiliki peran penting dalam kemajuan suatu usaha. Dengan adanya pelayanan yang baik dapat mempengaruhi konsumen untuk loyal terhadap produk yang ditawarkan.³⁴

Ketenaran atau popularitas menjadi tujuan utama para pelaku usaha bisnis *ecomerce* agar dikenal dan digunakan masyarakat dengan melakukan promo yang menarik dan memiliki keunikan, sehingga seseorang menjadi tertarik untuk selalu mengikuti promo yang dilakukan oleh *ecomerce* dan selalu akan menunggu promo berikutnya yang akan diberikan, disinilah pelaku usaha bisnis *ecomerce* selalu dituntut untuk selalu memikirkan konsep kegiatan apa yang dapat mengundang ketertarikan dan selalu menjadi pengguna tetap.³⁵

³³ P. Angipora, 375.

³⁴ P. Angipora, 375.

³⁵ M. Fu'ad Al-Afif, Sri Nuringwahyu, dan Dadang Krisdiyanto, "Pengaruh Konten dan Promosi Giveaway Terhadap Meningkatnya Popularitas (Studi Kasus Mobile Legends Bang Bang Pada Akun Instagram @Devclovedmlbb).," *Jiagara* Vol. 9 No.1 (Januari 2020): 24.

Salah satu bentuk promo yang saat ini sedang populer dalam dunia bisnis yaitu memberikan promo secara cuma-cuma atau dengan istilahnya adalah yang dikenal dengan *giveaway* atau traktiran.³⁶ Strategi promo yang dilakukan yakni dengan cara memberikan informasi adanya promo. yang dalam hal ini dilakukan oleh Tokopedia melalui media sosial tentang promo traktiran pengguna baru untuk menginstal aplikasi.

Adanya promo tersebut pengguna baru akan diberikan imbalan berbentuk barang yang bisa didapatkan secara gratis, promo traktiran pengguna baru ini dilakukan oleh Tokopedia supaya dapat meningkatkan pengguna aplikasi dan meningkatkan transaksi di Tokopedia, walaupun promo yang dilakukan bersifat sayembara artinya dapat dilakukan oleh siapa saja, tidak terkhususkan bagi seseorang untuk melakukan kegiatan tersebut.³⁷

Berdasarkan praktik yang terjadi di lapangan sesuai dengan apa yang telah diuraikan pada bab 3 (tiga), maka penulis dapat memberikan pernyataan bahwa praktik atau imbalan yang diberikan pada program fitur “traktiran pengguna baru Rp.0” dengan mekanisme untuk menginstal aplikasi Tokopedia

³⁶ M. Fu'ad Al-Afif, Sri Nuringwahyu, dan Dadang Krisdiyanto, 24–27.

³⁷ Alifia Primasari Nur Aslami dan Likha Sari Anggreni, “Pengaruh Terpaan Pogram Flash Sale Tokopedia, Brand Awareness dan Status Ekonomi Terhadap Perilaku Membeli Mahasiswa,” *Jurnal Kommas*, 2020, 2.

telah memenuhi ketentuan seperti sayembara sesuai dengan karakteristik akad *ju'alah*.³⁸

Komisi imbalan atau hadiah yang diperoleh sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan bagi individu yang telah menginstal aplikasi Tokopedia dan menggunakan promo untuk mengambil barang secara gratis dalam bertransaksi serta pengguna sudah berpartisipasi untuk menginstal aplikasi sesuai promo yang telah diinformasikan perusahaan, maka apabila pengguna berhasil menginstal aplikasi mereka berhak mendapatkan imbalan yang setimpal dan sudah dijanjikan sebelumnya.

Perusahaan Tokopedia melakukan transaksi dengan menggunakan promo traktiran pengguna baru sebagai usaha dalam mengembangkan perusahaannya supaya dapat dengan cepat dikenal oleh seluruh kalangan masyarakat di Indonesia, dan Tokopedia melakukan berbagai cara baik strategi dengan mengeluarkan banyak biaya bahkan sampai menggunakan strategi lain yang dapat dilakukan dengan mudah.³⁹

Sederhananya adalah melakukan promo dengan memberikan barang gratis secara cuma-cuma kepada seseorang yang telah menginstal aplikasi Tokopedia. Promo ini oleh Tokopedia dikenal dengan sebutan fitur “promo

³⁸ Tokopedia, “Tentang Tokopedia: ketahui lebih banyak tentang kami.,” 2023, <https://www.tokopedia.com/about/>.

³⁹ Mombang Shile, Bambang Poerwoko, dan Aisyah Pia Asrunputri, *Membangun Kinerja Berkelanjutan Pada Era Ketidakpastian-VUCA TRANSFORMASI Advanced Strategic Management* (Bogor: PT Penerbit IBS Press, 2021), 115.

traktiran pengguna baru” dengan adanya promo tersebut seseorang akan tertarik dan pengguna baru akan cepat bertambah serta transaksi pada aplikasi akan terus meningkat.⁴⁰

Setiap seseorang yang ingin mendapatkan barang gratis dari Tokopedia mereka harus mengikuti mekanisme yang telah ditetapkan oleh Tokopedia sejak awal hingga akhir yakni pertama mereka harus menginstal aplikasi, kemudian mengklik promo yang tertera pada dashbor aplikasi, setelah itu memilih jasa pengiriman dan membayar biaya pengiriman.

Setelah tahapan tersebut selesai maka pesanan akan diproses sesuai barang yang telah dipilih. Barang gratis yang akan diberikan kepada pengguna adalah mereka pengguna baru yang telah menginstal aplikasi dengan menggunakan promo traktiran pengguna gratis yang sudah tersedia pada aplikasi Tokopedia.

Mekanisme yang telah di jelaskan di atas, terdapat beberapa pandangan mengenai promo traktiran pengguna baru yang dilihat dari pihak-pihak terkait seperti pandangan dari pengguna aplikasi, toko (seller), dan pihak Tokopedia. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai promo traktiran pengguna baru berdasarkan masing-masing pihak yang terkait.

⁴⁰ Mombang Shile, Bambang Poerwoko, dan Aisyah Pia Asrunputri, 115.

a. Tokopedia

Fitur promo traktiran pengguna baru menurut pihak Tokopedia, promo traktiran pengguna baru Rp.0 benar adanya dilakukan oleh Tokopedia yang disediakan khusus untuk pengguna baru Tokopedia yang selanjutnya disebut peserta untuk melakukan pembelian barang dengan harga eksklusif untuk jangka waktu terbatas yang ditentukan oleh Tokopedia dan bagi pengguna promo traktiran pengguna baru hanya dapat melakukan pembelian maksimal 1 (satu) produk dan 1 (satu) kuantitas.⁴¹

Tokopedia mengadakan fitur promo traktiran pengguna baru memiliki tujuan yaitu untuk meningkatkan minat dalam bertransaksi pada aplikasi Tokopedia. Dalam bertransaksi menggunakan fitur tersebut pengguna baru diharuskan untuk membayar biaya pengiriman karena promo traktiran pengguna baru Rp.0 hanya dikenakan untuk produknya saja dan pengguna baru harus memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku.⁴²

b. Toko (*seller*)

Fitur promo traktiran pengguna baru menurut pihak toko (*seller*), promo traktiran pengguna baru Rp. 0 benar dilakukan oleh Tokopedia dengan sistem mensuplay barang dari toko (*seller*) dan dibatasi oleh waktu, tanggapan toko mengenai promo traktiran pengguna baru

⁴¹ CS. Tokopedia Care, Wawancara, Desember 2022.

⁴² CS. Tokopedia Care, Wawancara, Desember 2022.

mengatakan dengan adanya promo tersebut konsumen atau pengguna merasa diistimewakan oleh Tokopedia.⁴³

Selain itu dengan adanya promo tersebut memiliki dampak positif dan meningkatkan *exposure* toko serta *menotice* jika toko yang terkait berada didaerah tertentu dan ada di Tokopedia, namun untuk orderan barang sama seperti biasanya tidak sampai ada *bom order*, kemudian untuk toko yang mensuplay barangnya di Tokopedia mereka tetap mendapatkan keuntungan karena di subsidi 100% oleh Tokopedia karena ada kesepakatan di awal.⁴⁴

c. Pengguna Baru

Bagi pengguna baru fitur promo traktiran pengguna baru Rp.0 merupakan promo yang menggiurkan dan kebanyakan dari mereka menginstal aplikasi Tokopedia mengetahui melalui promosi yang dilakukan di sosial media dan tertarik dengan fitur promo traktiran pengguna baru Rp.0, mengenai promo tersebut pengguna mengatakan bahwa promo tersebut sangat bermanfaat karena pada promo tersebut dapat membeli barang dengan harga Rp. 0.⁴⁵

Akan tetapi pengguna merasa kurang puas sebab terkadang barang yang ditawarkan sebenarnya tidak mewakili kebutuhan yang dibutuhkan dan dalam promo

⁴³ Toko RD Store Palembang Sukabangun, Wawancara Toko (seller), 27 Desember 2022.

⁴⁴ Toko Doran Gatget Bali, Wawancara Toko (Seller), 30 Desember 2022.

⁴⁵ Allora Sari Asmoro, Wawancara pengguna Tokopedia, 27 Desember 2022.

fitur traktiran pengguna baru peserta kecewa karena barang yang di tawarkan tidak dapat memilih mulai dari ukuran, warna, dan motif barang, serta pengguna baru merasa terbebani dengan adanya kebijakan untuk mendapatkan barang tersebut harus membayar biaya pengiriman.⁴⁶

Menurut pengguna yang lain mengatakan merasa puas karena adanya barang yang dibutuhkan di dalam promo tersebut, akan tetapi tetap saja merasa keberatan karena adanya kebijakan harus membayar biaya pengiriman yang terkadang biaya pengiriman yang harus ditanggung cukup mahal.⁴⁷

Pengguna baru terkadang tidak jadi menerima hadiah yang di berikan Tokopedia, karena terbebani dengan biaya pengiriman yang seharusnya ditanggung penuh pihak Tokopedia yang pada awalnya saya mengira promo traktiran pengguna baru Rp. 0 ini sudah termasuk dengan biaya pengiriman, dan alasan saya menginstal aplikasi Tokopedia adalah tidak ingin melewatkan promo traktiran pengguna baru Rp.0 tersebut dan pesanan saya juga dibatalkan.⁴⁸

Dengan melihat paparan diatas peneliti menyimpulkan bahwa keterlibatan pihak-pihak baik itu dari Tokopedia, toko (*seller*), maupun pengguna dalam

2022. ⁴⁶ Allora Sari Asmoro, Wawancara pengguna Tokopedia, 27 Desember

2022. ⁴⁷ Dika Dwi Febriana, Wawancara Pengguna Tokopedia, 28 Desember

⁴⁸ febriana, Wawancara Pengguna Tokopedia.

menggunakan fitur tersebut. masing-masing pihak memiliki pandangannya masing-masing. Dari pihak Tokopedia berpendapat bahwa dengan adanya fitur promo traktiran pengguna baru dapat meningkatkan minat bertransaksi dalam aplikasi Tokopedia.⁴⁹

Pihak toko (*seller*) berpendapat dengan adanya fitur promo traktiran pengguna baru tersebut pengguna merasa di istimewa oleh Tokopedia dan memiliki dampak yang positif untuk meningkatkan *exposure* toko dan toko tidak mengalami kerugian karena di subsidi oleh Tokopedia. Kemudian pengguna baru berpendapat bahwa dengan adanya biaya pengiriman mereka merasa keberatan.⁵⁰

Pada praktiknya ketika pengguna baru menginstal aplikasi Tokopedia dan menggunakan promo traktiran pengguna baru Rp. 0 tersebut sebenarnya hanya untuk meningkatkan volume pengguna aplikasi Tokopedia supaya lebih banyak lagi yang menggunakan aplikasi Tokopedia dan promo traktiran pengguna baru adalah salah satu cara agar orang tertarik dengan Tokopedia dan promo tersebut merupakan hadiah atau upah untuk pengguna karena telah menginstal aplikasi Tokopedia.⁵¹

Setelah peneliti melakukan pengamatan terhadap praktik fitur promo traktiran pengguna baru yang

⁴⁹ CS. Tokopedia Care, Wawancara, Desember 2022.

⁵⁰ Toko Doran Gatget Bali, Wawancara Toko (Seller).

⁵¹ Sya'diyah dan Dwiridotjahjono, "Pengaruh sales promotion cashback dan price discount terhadap perilaku impulse buying pengguna di situs belanja online tokopedia Halimatus Sya'diyah1 , Jajok Dwiridotjahjono," 4541.

dilakukan oleh Tokopedia kepada pengguna baru untuk mendapatkan promo traktiran pengguna baru Rp. 0 yang sebenarnya merupakan hadiah, dan setelah melakukan wawancara kepada beberapa narasumber yang turut terlibat dalam praktik promo traktiran pengguna baru.

Terdapat beberapa pendapat dari masing-masing pihak mengenai manfaat yang diperoleh dari promo traktiran pengguna baru yang diberikan oleh Tokopedia, baik manfaat untuk perusahaan Tokopedia, toko, maupun pelanggan baru yang turut serta dalam bertransaksi menggunakan fitur tersebut sebagai hadiah bagi pengguna baru yang diberikan, akan tetapi pengguna baru keberatan dan merasa terbebani dengan adanya kebijakan membayar biaya pengiriman karena tidak sesuai dengan promo yang telah ditawarkan dan terkesan mengelabui pengguna baru dengan adanya kebijakan tersebut oleh Tokopedia kepada pengguna baru.

Berdasarkan pembahasan mekanisme di atas pada praktik pemberian imbalan atau hadiah yang dilakukan oleh perusahaan Tokopedia dengan menggunakan promo traktiran pengguna baru kepada pengguna yang telah melihat promo tersebut dan menggunakannya maka sama halnya seperti sayembara yaitu memberikan imbalan dengan pekerjaan yang telah ditentukan oleh seseorang yang memberikan perintah.

Hal tersebut sama seperti akad *Ju'alah* yang memberikan imbalan atau hadiah kepada seseorang yang telah melakukan pekerjaan khusus, dan akad *Ju'alah* ini

dapat dikatakan sah apabila terpenuhi rukun dan syaratnya, dan tidak sah jika tidak terpenuhi salah satu syarat dan rukun *Ju'alah* tersebut. Disini penulis akan menganalisis sistem imbalan hadiah dengan menggunakan konsep *Ju'alah* dengan promo traktiran pengguna baru apakah sudah memenuhi syarat dan rukun dalam akad *Ju'alah* atau belum, antara lain meliputi:

a. Pemberi (*Ja'alah*)

Pemberi (*ja'alah*) ialah orang yang memberikan suatu upah kepada orang yang akan melakukan pekerjaan atau bisa dikatakan orang yang memiliki barang yang nanti akan memberikan imbalan, akan tetapi pemberi *Ja'alah* dalam akad *ju'alah* memiliki kebebasan dengan syarat semua tindakannya sah dengan apa yang dilakukannya sebagai upah baik dia sebagai pemilik atau bukan, termasuk didalamnya wali dan tidak termasuk anak kecil, orang gila, dan idiot. Kemudian pemberi mempunyai pilihan, jika terpaksa maka akad tidak sah.⁵²

Dalam hal ini, yang disebut sebagai *ja'alah* adalah dari pihak Tokopedia selaku pemberi dan penyelenggara promo “traktiran pengguna baru” yang akan memberikan imbalan hadiah kepada orang yang akan melakukan pekerjaan yaitu menginstal aplikasi Tokopedia untuk mendapatkan barang gratis, dan

⁵² Muhammad Azam, *Fiqh Mu'amalah Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*, 333.

pemberi memiliki kebebasan dengan syarat semua tindakannya sah dengan apa yang dilakukannya sehingga akad *ju'alah* dapat terpenuhi rukunnya.⁵³

b. Pekerja (*Ma'jul*)

Pekerja merupakan orang yang melakukan pekerjaan dari pemilik barang atau dari orang yang memerintahkan. Dalam akad *ju'alah* pekerja mempunyai izin untuk bekerja dari orang yang mempunyai harta, jika dia tanpa ada izin darinya seperti ada harta yang hilang lalu dia menemukannya atau hewan yang tersesat lalu dia mengembalikan kepada pemiliknya.⁵⁴

Sehingga dalam hal tersebut dia (pekerja) tidak berhak mendapat *ja'alah* sebab dia memberikan bantuan tanpa ada ikatan upah, maka dia tidak berhak atas upah itu, adapun jika diizinkan oleh sipemilik harta dan disyaratkan ada *ja'alah* nya lalu dia bekerja, maka dia berhak mendapat *ja'alah*, sebab dia si pemilik harta menerima manfaat dari usahannya dengan akad *ja'alah* maka si pekerja pun berhak dengan *ja'alahnya* itu sama seperti orang yang disewa.⁵⁵

⁵³ Sya'diyah dan Dwiridotjahjono, "Pengaruh sales promotion cashback dan price discount terhadap perilaku impulse buying pengguna di situs belanja online tokopedia Halimatus Sya'diyah1 , Jujuk Dwiridotjahjono," 4541.

⁵⁴ Muhammad Azam, 336.

⁵⁵ Muhammad Azam, 336.

Dalam hal ini pekerja *ma'jul* adalah orang yang telah melakukan pekerjaan yaitu dengan menginstal aplikasi Tokopedia. Secara tidak langsung Tokopedia memberikan izin kepada siapa saja yang menginstal aplikasi yang telah melihat promo yang ditawarkan.

Pemilik harta yang dalam hal ini ialah Tokopedia telah mengizinkan sehingga di syaratkan ada imbalan *ja'alah* nya, sebab pemilik harta atau hadiah (Tokopedia) telah menerima manfaat dari usahanya dengan akad *ja'alah*, maka pekerja pun berhak mendapatkan imbalan berupa hadiah yang telah dijanjikan, sehingga dengan adanya pekerja yang melakukan pekerjaan tersebut dapat dikatakan telah memenuhi rukun dan syaratnya.

c. Upah/Imbalan

Upah atau imbalan adalah sesuatu yang diberikan kepada *ma'jul* atas pekerjaan yang dilakukan dan diambil manfaatnya oleh *ma'jul*. Dengan syarat berupa harta yang memang menjadi maksud untuk dimiliki, harus diketahui atau harus jelas dan tidak samar sebab dia adalah bayaran, imbalan yang diberikan sesuai dengan kesepakatan, imbalan yang diberikan setelah pekerjaan telah selesai dan hasilnya dapat diketahui, imbalan yang dijanjikan merupakan hal yang halal, dan imbalan disesuaikan dengan beratnya pekerjaan.⁵⁶

⁵⁶ Muhammad Azam, 337

Dalam hal ini upah yang diberikan dari pihak Tokopedia kepada pengguna barunya yang telah berpartisipasi untuk menginstal aplikasi karena adanya promo traktiran pengguna baru sehingga orang yang melihat promo tersebut melakukan pekerjaan yaitu menginstal aplikasi, maka ini sudah diketahui sejak awal.

Bahkan pengguna baru Tokopedia diperbolehkan untuk memilih upah atau imbalannya sendiri sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Sehingga pada rukun dan syarat upah ini, praktik belanja gratis dengan promo traktiran pengguna baru ini sudah memenuhi rukun dan sayaratnya.

d. Pekerjaan

Pekerjaan adalah suatu hal yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang ingin hendak dicapai dan akad *ju'alah* juga harus ada pekerjaan yang dilakukan untuk mendapatkan sesuatu yang ingin dicapai, dan pekerjaan yang ditawarkan kepadanya bukan satu pekerjaan yang wajib bagi si pekerja secara syar'i.⁵⁷

Dalam hal ini, pekerjaan yang harus dilakukan oleh seseorang sebenarnya hanya cukup menginstal aplikasi Tokopedia tersebut agar bisa mendapatkan imbalan berupa hadiah, dan pekerjaannya pun bukan suatu pekerjaan yang wajib bagi pekerja secara syar'i,

⁵⁷ Djuwani, *Pengantar Fiqih Mu'amalah*, 120.

maka pekerjaan disini dapat dikatakan sesuai dengan rukun dan syarat akad.

e. *Shighat* (ucapan)

Pernyataan kehendak yang lazimnya disebut dengan *shighat* akad terdiri dari ijab dan qabul. Dalam hukum perjanjian Islam, ijab dan qabul dapat melalui ucapan, utusan dan tulisan, isyarat, secara diam-diam, dengan diam semata. Pada syarat *shighat* pada akad *ju'alah* ini sama dengan ijab dan qabul pada akad jual beli, dan pada ijab dan qabul dalam *ju'alah* tidak harus menyebutkan masa atau waktu yang ditentukan.⁵⁸

Dalam hal ini, pada saat menggunakan fitur “promo traktiran pengguna baru” pada aplikasi Tokopedia, kemudian pengguna menyetujui persyaratan layanan dan kebijakan privasi yang ada dalam program “promo traktiran pengguna baru”. Setelah itu, sistem pada aplikasi Tokopedia akan mendeteksi transaksi pengguna apakah sebelumnya sudah pernah bertransaksi atau belum.

Mengenai syarat kalimat yang memuat izin untuk melakukan pekerjaan dan menerangkan imbalan yang jelas, dengan program fitur “promo traktiran pengguna baru” perusahaan Tokopedia menawarkan berbagai macam produk yang bisa didapatkan oleh

⁵⁸ Moh Saifullah Al Aziz, *Fiqh Islam Lengkap* (Surabaya: Terang Surabaya, 2005), 378.

pengguna aplikasi Tokopedia yang telah menginstal aplikasi Tokopedia. Kemudian, pengguna Tokopedia tersebut akan mendapatkan imbalannya ketika sudah memenuhi syarat dan ketentuan dari Tokopedia. Maka dalam hal ini, *shighat* pada transaksi ini dapat dikatakan telah memenuhi rukun dan syaratnya.

Setelah penulis menerangkan sistem imbalan hadiah dengan menggunakan konsep *Ju'alah* dengan promo traktiran pengguna baru, dan memang transaksi yang dilakukan sudah memenuhi rukun dan syarat serta selaras dengan konsep *ju'alah* pada Tokopedia maka transaksi dapat dikatakan sesuai dengan akad *ju'alah*.

Transaksi pada dasarnya menurut hukum ekonomi Islam dilakukan dengan konsep saling ridha dan ikhlas, transaksi dalam hukum ekonomi islam harus dilakukan dengan baik dan benar agar terciptanya keadilan dalam segala aspek kehidupan sehingga tercipta pemerataan dan keadilan, maka jika disesuaikan dengan transaksi yang dilakukan oleh Tokopedia kepada *customernya* boleh dilakukan ketika mereka sama-sama ridho dalam bertransaksi.⁵⁹

Secara khusus, islam memiliki cara pandang dan aturan yang lebih spesifik mengenai kegiatan dalam bermu'amalah terutama dalam hal transaksi, islam mengatur tata cara menurut ajarannya agar dapat dilakukan dengan benar, dan agar bisa

⁵⁹ Ikit, Artiyanto, dan Muhamad Saleh, *Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2018), 42.

membedakan mu'amalah yang diperbolehkan dan dilarang dalam kaidah fiqih di jelaskan:

الأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

”Pada dasarnya, semua bentuk mu’amalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”⁶⁰

Dari kaidah diatas dapat memberikan pemahaman bahwa pada dasarnya jenis mu’amalah apa saja diperbolehkan selama ada dalil yang memperbolehkan, maka boleh bagi setiap orang untuk bertransaksi menggunakan akad apapun selama dalam transaksinya dilakukan dengan benar. Islam telah memberikan keringanan yang dimaksudkan dalam kaidah tersebut supaya ajarannya bisa relevan dengan zaman dan tidak terlalu kaku.

Agama Islam menyadari bahwa kehidupan manusia selalu dinamik seiring berjalannya perkembangan dan perubahan zaman, selalu saja ada persoalan yang harus diselesaikan, yang kemudian tidak mustahil jika kehidupan manusia mengalami perubahan. Sama halnya dengan hukum yang harus senantiasa bergerak agar tetap dipatuhi, demikian juga hukum Islam yang bisa kita kenal dengan fiqih, harus bisa fleksibel dan senantiasa bergerak agar tidak ditinggalkan oleh pemeluknya.⁶¹

Transaksi pada akad *ju’alah* apabila terpenuhi rukun dan syaratnya dapat dikatakan sah, akan tetapi jika rukun dan syaratnya belum terpenuhi salah satunya bisa dikatakan tidak

⁶⁰ Ahmad Dzazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2007), 10.

⁶¹ Ahmad Musadad, *Metodologi Istinbat Hukum Ekonomi Syariah Dan Bisnis Syariah* (Malang: Leterasi Nusantara, 2018), 235.

sah. Akad *ju'alah* pada dasarnya saling berkaitan dengan akad *ijarah* tetapi dari kedua akad ini dapat dibedakan menjadi dua.⁶²

Pertama keterkaitan *ju'alah* dan *ijarah al-a'amal* serta kedua keterkaitan *ju'alah* dan akad *ijarah* secara umum, dalam memberikan upah pada akad *ijarah* dalam memberikan upah atau imbalan maka boleh juga mengambil imbalan dalam akad *ju'alah*. Ulama dalam kitab *kasyaf al-qina'* (4/228), *al-syarh al-kabir* (4/63), dan *al-syarh al-shihaht* (4/84), memberlakukan kaidah:

كُلُّ مَا جَارَ أَخْذُ الْعِوَضِ عَلَيْهِ فِي الْإِجَارَةِ, جَارَ أَخْذُ الْعِوَضِ عَلَيْهِ فِي
الْبُعَاةِ

“Setiap perbuatan yang dibolehkan mengambil imbalan (*ujrah*) dalam akad *ijarah* maka boleh mengambil imbalan (*ju'l*) dalam akad *ju'lah*”.⁶³

Dari kaidah diatas dapat diambil pengertian apabila dalam memberikan upah atau imbalan kepada seseorang yang berhak menerimanya dibolehkan.⁶⁴ Adapun *ju'alah* pada Tokopedia dengan menggunakan mekanisme fitur promo traktiran pengguna baru untuk mendapatkan barang secara gratis merupakan sebuah penawaran dari perusahaan Tokopedia yang ditujukan kepada pengguna baru untuk melakukan pekerjaan

⁶² Mubarak dan Hasanudin, *Fiqih Mu'amalah Maliyah Akad Ijarah dan Ju'alah*, 277–83.

⁶³ Manshur bin Yunus bin Idris al-Buhutiy, *kasyaf al-qina'*, Daarul Fikri, 1972, hal. 4/228.

⁶⁴ Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Ijarah dan Ju'alah*, 277.

berupa menginstal aplikasi demi untuk mendapatkan promo tersebut.

Sehingga pengguna berhak mendapatkan imbalan sebagai haknya karena telah melakukan pekerjaan sesuai dengan apa yang telah dilakukan oleh orang tersebut baik berupa barang ataupun berbentuk uang, tetapi dalam hal ini Tokpedia memberikan imbalan berbentuk barang kepada setiap pengguna baru, sama halnya seperti akad *ijarah* memberikan imbalan berdasarkan apa yang telah seseorang lakukan baik berupa jasa atau manfaat yang diberikan.⁶⁵

Akad *ju'alah* pada dasarnya dalam teknis pelaksanaannya ada dua cara yang pertama yaitu ditentukan orangnya, dan yang kedua dapat dilakukan secara umum artinya orang yang diberi pekerjaan bukan satu orang namun tetapi bersifat umum yaitu untuk siapa saja. Hal lain yang perlu diperhatikan bahwa dalam *ju'alah* tidak disyaratkan datang dari si pemilik barang yang hilang, siapa saja yang mengatakan “*siapa saja yang dapat mengembalikan barang hilang kepunyaan si fulan, maka ia akan kuberikan upah sekian*”.

Ketika kemudian ada yang mengembalikan barang tersebut baik dia mendengar berita itu dari yang mengatakan tadi ataupun berita itu disampaikan oleh orang lain ketelingannya maka ia berhak menerima *ju'l* (upah/imbalan). Hal tersebut dapat dibenarkan karena dalam akad *jua'alah* tidak disyaratkan kehadiran dua pihak yang berakad, namun disyaratkan besar jumlah upah yang harus ia terima artinya ia harus tahu berapa

⁶⁵ Mubarak dan Hasanudin, 227.

jumlah yang akan ia terima jika berhasil mengembalikan barang tersebut sama dengan sewa-menyewa, kalau upah yang akan diberikan itu *majhul* (tidak diketahui) maka hukumnya *fasid* (rusak).⁶⁶

Pada hal ini teknis pelaksanaan Tokopedia sama dengan menggunakan akad *ju'alah* sebab Tokopedia memberikan promo secara umum sama dengan ucapan orang yang kehilangan barangnya, dan pekerjaan datang dari pemilik promo yaitu Tokopedia, kemudian jika seseorang melihat promo traktiran pengguna baru dan melakukan pekerjaan yang telah diperintahkan yaitu menginstal aplikasi Tokopedia maka seseorang berhak menerima imbalan karena sudah melakukan pekerjaannya yaitu berupa barang gratis, adapun dalil yang memperbolehkan akan pelaksanaan akad *ju'alah* berdasarkan pada Surat Yusuf ayat 12 yang berbunyi:

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

*“Mereka menjawab, “Kami kehilangan cawan raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh (bahan makanan seberat) beban unta dan aku jamin itu.”*⁶⁷

Pada ayat Al-Qur'an surat Yusuf di atas, bahwa dengan jelas Allah membolehkan memberikan imbalan atau upah kepada orang lain terhadap usahanya dalam menemukan barang

⁶⁶ Abdul Rahman Ghazi, Ghufroon Ihsan, dan Sapiudin Shiddiq, *Fiqh Muamalat*, 142.

⁶⁷ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*.

yang hilang baik itu dalam bentuk sayembara, namun dalam praktiknya pada *ju'alah* disini sayembara itu berbentuk promo yang di sebarakan oleh Tokopedia untuk menginstal aplikasi agar bisa mendapatkan barang gratis.

Adapun dalam teknis penerapan akad *ju'alah* pada promo traktiran pengguna baru yang dilakukan oleh perusahaan Tokopedia kepada calon pengguna baru berupa imbalan yang diberikan berupa barang gratis atas promo yang telah disebarakan melalui iklan seperti sosial media dan sebagainya sebagai alat untuk menginformasikan promo tersebut.

Promo traktiran pengguna baru untuk mendapatkan barang gratis akan dapat diperoleh apabila seseorang melihat promo tersebut kemudian menginstal aplikasi Tokopedia tanpa adanya paksaan dari pihak manapun untuk mendaftarkan diri sebagai member atau pengguna baru, setelah selesai mendaftarkan diri pengguna baru akan diperbolehkan menggunakan promo yang terdapat pada dashbor utama pada aplikasi.

Setelah itu pengguna baru berhak mendapatkan barang gratis yang telah tersedia pada etalase promo tersebut sesuai dengan apa yang mereka butuhkan, pengguna hanya diperbolehkan memilih 1 (satu) barang yang sudah ditentukan baik dari jenis, warna, motif, ukuran dan lainnya, setelah pengguna telah memilih barang yang dipilih mereka diharuskan membayar biaya pengiriman sesuai dengan besaran nominal yang harus dibayarkan sesuai jauh dekatnya jarak pengiriman yang harus ditempuh.

Apabila kemudian, jika Tokopedia memberikan imbalan atau upah kepada seseorang yang telah melihat promo traktiran

pengguna baru setelah menginstal aplikasi Tokopedia, maka akan mendapatkan barang gratis. Akan tetapi pada praktiknya untuk mendapatkan barang gratis dari promo tersebut tidak sepenuhnya gratis, tetapi pengguna baru diharuskan untuk membayar biaya pengiriman sebagai syarat mendapatkan barang yang telah dipilih.

Dari kebijakan hal tersebut sebagian pengguna baru merasa terbebani jika diharuskan membayar biaya pengiriman, apabila jika jarak pengiriman jauh maka biaya pengiriman akan semakin mahal. Memberikan imbalan atau hadiah dengan syarat untuk mendapatkan hadiah itu ulama berpendapat salah satunya adalah pendapat dari Imam Ibn Haitamy dalam kitab *Fiqhiyatul Qubro*:

أَمَّا بِالنَّسْبَةِ لِمَنْ عَلِمَ أَوْ عَلَبَ عَلَى ظَنِّهِ مِنَ الْمُهْدِي أَوْ الْوَاحِبِ بِقَرَائِنِ
أَحْوَالِ أَنَّهُ لَمْ يُهْدَ أَوْ يَهَبَ إِلَّا لَطَلَبِ مُقَابِلٍ فَلَا يَحِلُّ لَهُ أَكْلُ شَيْءٍ مِنْ
هَدِيَّتِهِ أَوْ هَبَّتِهِ إِلَّا إِنْ قَبَلَهُ بِمَا يَعْلَمُ أَوْ يَظُنُّ أَنَّهُ رَضِيَ بِهِ فِي مُقَابَلَةٍ مَا
أَعْطَاهُ.

“secara mendasar yang namanya pemberian tidak wajib di balas, namun jika ada qarinah yang kuat (syarat dan adat) maka penerima hadiah harus memenuhi syarat dan adat yang sudah ditentukan”.⁶⁸

Dalam penjelasan dari kaidah diatas Imam Ibn Haitamy dalam kitabnya *Fiqhiyatul Qubro* beliau mengatakan jika

⁶⁸ Ibn Haitamy, *Al-Fatawi Al-Fiqhoyati al-Kubro*, vol. Juz 3, t.t., 373.

seseorang diberikan imbalan atau hadiah dari seseorang maka tidak wajib dibalas. Akan tetapi apabila imbalan atau hadiah memiliki syarat dan adat maka penerima imbalan harus memenuhi syarat dan adat yang sudah berlaku.⁶⁹ Pada Tokopedia ini, menggunakan promo “traktiran pengguna baru” jadi ketika seseorang ingin mendapatkan barang gratis sesuai dengan promo, mereka harus membayar biaya pengiriman sebagai syarat karena menurut Imam Ibn Haitamy penerima harus memenuhi syarat dan adat yang sudah ditentukan.

Menurut pendapat Imam Ibn Haitamy memberikan hadiah dengan syarat menurut hukum Islam diperbolehkan, seperti pada permasalahan ini Tokopedia memberikan hadiah berdasarkan fitur “promo traktiran pengguna baru” barang akan diberikan secara gratis, tetapi untuk mendapatkannya harus menanggung beban untuk membayar biaya pengiriman sebagai syarat untuk mendapatkan barang yang akan dimiliki, pengguna boleh menerima hadiah barang gratis tersebut selama barang bukan perkara yang diharamkan, sebagaimana pendapat Imam Ibn Haitamy dalam kitab *fiqhiyatul qubro*:

فَيَجُوزُ قَبُولُهَا مَا لَمْ يَتَحَقَّقْ فِي شَيْءٍ مِنْهَا أَنَّهُ مُحَرَّمٌ

”Boleh menerima hadiah tersebut, ketika ketetapan suatu barang bukan perkara yang diharamkan”.⁷⁰

Pada penjelasan kaidah diatas tentang penerimaan hadiah Imam Ibn Haitamy memberikan pendapatnya bahwa

⁶⁹ Ibn Haitamy, Juz 3:373.

⁷⁰ Ibn Haitamy, *Al-Fatawi Al-Fiqhoyati al-Kubro*.

seseorang boleh menerima hadiah ketika ketetapan suatu barang bukan perkara yang diharamkan, tentu pada pemberian hadiah yang diberikan oleh perusahaan Tokopedia sah-sah saja ketika barang yang nantinya akan diberikan kepada semua pengguna baru dan bukan barang atau benda yang memang diharamkan menurut Islam.⁷¹

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa praktik transaksi menggunakan fitur promo traktiran pengguna baru Rp. 0 untuk mendapatkan barang gratis pada aplikasi Tokopedia ini tidak melanggar hukum ekonomi Islam. Sehingga penulis menyimpulkan bahwa pada praktik transaksi dengan menggunakan fitur “promo traktiran pengguna baru” untuk mendapatkan barang gratis dari aplikasi Tokopedia diperbolehkan dalam perspektif hukum ekonomi Islam.

Adapun status pembayaran pengiriman merupakan syarat bagi pengguna baru untuk mendapatkan barang gratis kemudian bagi yang merasa terbebani oleh biaya pengiriman maka boleh untuk tidak mengambil barang tersebut namun hanya sekedar menginstal aplikasi saja, karna tidak ada keharusan untuk mengambilnya.

Walaupun harus membayar biaya pengiriman dalam pelaksanaan promo tersebut karena pada hakikatnya biaya itu hanya untuk pengiriman barang saja, agar barang dapat dikirimkan kepada pengguna Tokopedia sebagaimana keterangan dari Imam Ibnu Haitamy dalam kitabnya Al-

⁷¹ Ibn Haitamy, Juz 3:373.

Fatawi Al-Fiqhiyati Al-Qubro pemberian imbalan atau hadiah tidak wajib dibalas, namun jika syarat dan ketentuannya maka penerima wajib memenuhi ketentuan tersebut. Dan barang hadiah yang diberikan bukan perkara yang haram untuk diterima, sehingga akad *ju'alah* pada promo traktiran pengguna baru oleh Tokopedia boleh dilaksanakan dan tidak dilarang oleh agama Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan dan analisis pada bab-bab sebelumnya, terjadi permasalahan yang telah diteliti oleh penulis dilapangan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa pembahasan tentang “Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap Transaksi Traktiran Pengguna Baru di *Platform Tokopedia*”. adalah berdasarkan pelaksanaan promo traktiran pengguna baru dengan mekanisme yaitu menginstal aplikasi Tokopedia untuk mendapatkan promo barang gratis yang telah disediakan, menurut persepektif hukum ekonomi islam dapat dianalisa, bahwa dalam islam melaksanakan akad mu’amalah hukumnya adalah mubah selama rukun dan syaratnya tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Pada praktik fitur promo traktiran pengguna baru pada aplikasi Tokopedia ini pengguna akan tertarik dengan promo itu sehingga secara tidak langsung mengarahkan orang untuk menginstal aplikasi Tokopedia supaya dapat bergabung dan menjadi pengguna baru Tokopedia, setelah menginstal aplikasi pengguna baru akan menerima imbalan berupa barang gratis secara cuma-cuma, adapun untuk waktu agar mendapatkan barang gratis tersebut Tokopedia tidak membatasi waktu, mereka bebas untuk menggunakan promo traktiran pengguna baru kapan saja, akan tetapi promo traktiran pengguna baru ini hanya bisa dilakukan dalam 1

(satu) kali dalam bertransaksi dan setelah itu promo akan hilang.

Dalam hal ini imbalan atau hadiah yang didapatkan dari promo traktiran pengguna baru pada aplikasi Tokopedia ini dapat dianalogikan dengan akad *ju'alah* yaitu sayembara yang memiliki Rukun: 1. Pemberi 2. Pekerja 3. Upah 4. Pekerjaan 5. Shighat sesuai dengan promo ini yaitu pemberi adalah pihak Tokopedia, pekerja adalah pengguna baru, upah yang diterima yaitu barang gratis, pekerjaannya adalah menginstal aplikasi Tokopedia, dan shighat atau ucapan adalah tulisan yang terdapat pada promosi. Tokopedia melakukan promo untuk kemudian bagi siapa saja yang berhasil menginstal aplikasi akan mendapatkan barang gratis, walaupun dari bentuknya bukan diharuskan menemukan barang yang hilang. Setiap orang yang ingin mendapatkan promo mereka harus melaksanakan penginstalan aplikasi untuk mendapatkan promo barang gratis, sehingga bagi orang yang telah berhasil melakukannya berhak mendapatkan imbalan (*ju'l*). Sehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa pada praktik transaksi fitur promo traktiran pengguna baru dengan mekanisme menginstal aplikasi untuk mendapatkan barang secara gratis dalam aplikasi Tokopedia selama tidak melanggar rukun dan syarat dalam akad *ju'alah* hukumnya diperbolehkan dalam perspektif hukum ekonomi Islam.

Adapun ketentuan untuk tetap membayar biaya pengiriman setelah pengguna baru menginstal aplikasi Tokopedia mereka diwajibkan untuk tetap membayar biaya pengiriman walaupun memang pada promo traktiran

pengguna baru ini mendapatkan barang gratis pengguna baru tetap diwajibkan membayar biaya pengiriman karena Tokopedia hanya memberikan barang gratis, tetapi untuk memperoleh barang yang diinginkan harus membayar biaya pengiriman karena sudah bekerjasama dengan jasa ekspedisi.

Terkait pembatalan sepihak oleh Tokopedia seharusnya pihak Tokopedia memberikan informasi terlebih dahulu kepada pengguna agar terjadi kesepakatan dan mengetahui apa kesalahan yang telah dilakukan. Dan seharusnya pada promo traktiran pengguna baru harus dijelaskan mengenai syarat dan ketentuan karena menurut Pasal 4 huruf C Undang-Undang Perlindungan konsumen, konsumen berhak mendapatkan informasi dengan jelas, benar, serta kewajiban bagi pelaku usaha harus memberikan informasi dengan jelas dan benar sesuai dengan Pasal 7 Undang-Undang perlindungan konsumen.

B. Saran

Berdasarkan pengamatan penulis pada praktik fitur promo traktiran pengguna baru dengan mekanisme menginstal aplikasi untuk mendapatkan barang gratis pada aplikasi Tokopedia, ada beberapa saran yang penulis sampaikan kepada perusahaan akulaku, penjual di aplikasi akulaku, pengguna akulaku dan member baru akulaku sebagai berikut:

1. Kepada seluruh pengguna maupun perusahaan Tokopedia yang bersangkutan untuk memperhatikan tata cara, rukun

dan syarat dalam melaksanakan akad *Ju'alah* agar tidak menimbulkan suatu kedzaliman dan masalah.

2. Kepada pihak pengguna baru terutama agar lebih teliti lagi ketika melihat promo, sehingga ketika bertransaksi tidak merasa dirugikan memang kebijakan syarat yang harus dilakukan supaya mendapatkan barang gratis. karena hal ini menyangkut kesejahteraan sesama umat manusia dalam mencapai tujuan.

C. Penutup

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan-kenikmatan, lebih-lebih kenikmatan memperoleh ilmu yang insya allah penuh berkah dan manfaat ini, serta hidayah, inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan yang sederhana ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu atas selesainya skripsi ini. Meskipun penulis menyadari masih ada kekurangan, kesalahan, kekhilafan dan kelemahan, namun penulis tetap berharap bahwa semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta pembaca pada umumnya. Kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT, kekurangan pastilah milik kita, dan hanya kepada Allah-lah penulis memohon petunjuk dan pertolongan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Eirlangga, 2003.
- Abdul Rahman Ghazi, Ghufron Ihsan, dan Sapiudin Shiddiq. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010.
- Abdulkadir, Muhammad. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.
- Abdullah bin Ahmad bin Muhammad bin Qudamah. *Al-Kâfi fi Fiqh al-Imami Ahmad*. II. Dar al-kutub alilmiyyah, 1994.
- Abdurrahman Ad-Dimasyqi bin, Syaikh Muhammad. *Rahmatul Ummah Fiqih Islam Empat Madzhab*. Yogyakarta: Pustaka Hati, 2019.
- Abul Abbas Ahmad bin Muhammad al-Khalwati al-Shawi al-Maliki. *Bulghot al-Sâlik li Aqrab al-Masâlik li Madzhab al-Imâmi Mâlik*. Hasyiyah al-Shawi, t.t.
- Adi Nugroho, Rizka. “Perjanjian Jual Beli Secara Online di Bukalapak dan di Tokopedia.” Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2021.
- Afriani, dan Ahmad Saepudin. “Implementasi Akad Ju’alah Dalam Lembaga Keuangan Syari’ah” *Jurnal Eksisbank* Vol. 2 No. 1 (2018).
- Al-Afif, M. Fu’ad, Sri Nuringwahyu, dan Dadang Krisdiyanto. “Pengaruh Konten dan Promosi Giveaway Terhadap Meningkatnya Popularitas (Studi Kasus Mobile Legends

- Bang Bang Pada Akun Instagram @Devclovedmlbb).”
Jiagara Vol. 9 No.1 (Januari 2020).
- Alamsyah, Nadir, dan Saino. “Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian.” *Jurnal akuntabel* Vol.18, No. 4 (2021).
- Amin Suma, Muhammad. *Tafsir Al-Amin Bedah Surat Al-Mai’dah*. Jakarta: Amzah, 2021.
- Andi, Soemitra. *Hukum Ekonomi Syariah & Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Arifuddin, Zainul, dan Edy Suwasono. “Analisis Prilaku Konsumen Dalam Pemberian Produk Online Tokopedia.” *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen* Vol.9, No.1 (Juni 2020).
- Arikunto, Suharismi. *Dasar-Dasar Research*. Bandung: Tarsoto, 1995.
- Asmoro, Allora Sari. Wawancara pengguna Tokopedia, 27 Desember 2022.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*. Jilid 5. Jakarta: Gema Insani, 2011.
- Bahri, Syabbul. “Hukum Promosi Produk Dalam Persepektif Hukum Islam.” *Episteme* Vol. 8, No. 1 (Juni 2013).
- Bungin, M. Burhan. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2011.
- CS. Tokopedia Care. Wawancara, Desember 2022.
- . Wawancara, Desember 2022.

- Departemen Agama RI. *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV Diponogoro, 2015.
- Diah Kusuma, Wardani. "Analisis Praktik Penukaran Kupon Makan Warung Puji Lesehan di Jalan Sunan Ampel I Kelurahan Rejomulyo Kota Kediri Menurut Hukum Islam." Skripsi, IAIN Kediri, 2020.
- Djuwani, Dimyauddin. *Pengantar Fiqih Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Dr. Nur Indriantoro, Drs. Bambang Supomo. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE, 1999.
- Dukalang, Rifal, Hapsawati Taan, dan Yulinda L. Ismail. "Pengaruh Model Promosi Flash Sale dan Tageline Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembeli di Tokopedia." *Seiko: Jurnal of Management & Bisnis* Vol.5 No.1 (2022).
- Dwi Astuti, Ghina, Sandy Rizky Febriadi, dan Ira Siti Rohmah Maulida. "Tinjauan Fiqih Muamalah Akad Ju'alah terhadap Praktik Giveaway Bersyarat pada Online Shop." *Jurnal Prosiding Hukum Ekonomi Syari'ah* Vol 6, No. 2 (2020).
- Dzazuli, Ahmad. *Kaidah-Kaidah Fikih*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2007.
- Fatoni, Abdurrahman. *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- "Fatwa DSN MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah,," t.t.
- Febriana, Dika Dwi. Wawancara Pengguna Tokopedia, 28 Desember 2022.

- Haryono. “Konsep Al Ju’alah Dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-Hari.” *Al Mashlahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial Islam*, Vol 5 No. 9 (2017).
- . “Konsep Al-Ju’alah dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-hari.” *Al-Maslahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*, 2017.
- Hediana, Runto, dan Ahmad Dasuki Aly. “Transaksi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam Runto Hediana & Ahmad Dasuki Aly.” *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* Vol.3, No.2 (2015).
- Ibn Haitamy. *Al-Fatawi Al-Fiqhoyati al-Kubro*. Vol. Juz 3, t.t.
- Ikit, Artiyanto, dan Muhamad Saleh. *Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2018.
- Iqbal, Muhammad, dan Muh. Idris. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sampel Dalam Jual Beli Online (Studi Pendapat Mazdhab Hanafi, Mazdhab Maliki, Mazhab Syafi’i, Mazdhab Hambali).” *Jurnal Fawaid Sharia Ekonomi Law Review* Volume 3 No. 1 (2021).
- J. Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991.
- Kemenag. *Terjemahan Al-Qur’an Kemenag*, 2019.
- Khabar. “Traktiran Pengguna Baru Tokopedia 2022 Bekanja Rp.0 Apakah Benar,” 21 Februari 2023. <https://www.khabar.my.id/2021/07/traktiran-pengguna-baru-tokopedia.html>.
- Kornelius, Benuf, dan Muhamad Azar. “Metode Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum

- Kontemporer.” *Jurnal Gema Keadilan* Vol.7 NO.1 (Juli 2020).
- Laila, Salma. “Gambaran Umum Perusahaan Marketplace Tokopedia Dan Karakteristik Responden.” Skripsi, Universitas Diponegoro, 2020.
- Lisdiana. “Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah (Studi pada Alfamart Way Dadi Sukarame Bandar Lampung).” Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.
- Mahdafweb. “Inilah Cara Belanja 0 Rupiah di Tokopedia,” 2023.
- Malahayati. *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*. Yogyakarta: Jogja Great, 2010.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syari’ah*. Jakarta: PT. Fajar Intepratama Mandiri, 2012.
- . *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2012.
- Mauliddin, Arif Iman, dan Sinta Rusmalinda. *Tafsir dan Hadits Ekonomi Syari’ah*. Serang Banten: PT Sada Kurnia Pustaka, 2022.
- Mubarok, Jaih, dan Hasanudin. *Fikih Mu’amalah Maliyyah Akad Ijarah dan Ju’alah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- . *Fiqh Mu’amalah Maliyyah Akad Ijarah dan Ju’alah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Muhammad Azam, Abdul Aziz. *Fiqh Muamalah Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*. Jakarta: AMZAH, 2010.
- Musadad, Ahmad. *Metodologi Istinbat Hukum Ekonomi Syariah Dan Bisnis Syariah*. Malang: Leterasi Nusantara, 2018.

- Musthofa dib Al-Bugha, Al-Wafi. *terj. dari Al-Wafi fi Syarh AlArbain An-Nawawiyyah oleh Muzayin*. Jakarta: Mizan Digital Publishing, 2007.
- Napitupulu, Rodame Monitorir. “Pandangan Islam Terhadap Jual Beli Online.” *Jurnal At-Tijarah* Volume 1, No.2 (2015).
- Noer janah, Fitri, Ghina Wahyuningsih, dan Martini Dwi Pusparini. “Strategi Promosi Tokopedia Dalam Persepektif Hukum Islam.” *At-Thulab Jurnal Mahasiswa Study Islam* Vol.1, Nomor 1 (2019).
- Nofriansyah, Dicky, Citrawati Jatiningrum, dan Muhammad Noor Hasan Siregar. *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Nur Aslami, Alifia Primasari, dan Likha Sari Anggreni. “Pengaruh Terpaan Pogram Flash Sale Tokopedia, Brand Awareness dan Status Ekonomi Terhadap Perilaku Membeli Mahasiswa.” *Jurnal Kommas*, 2020.
- Nur Itsnaini, Muhammad. “Pandangan Hukum Islam Terhadap Akad Ju'alah Aksi Terjun Bebas (Studi Kasus di Curug Gumawang Lokawisata Baturraden).” Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifudin Zuhri, 2021.
- Octavia, Lili. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Promo Pada Jual Beli Online Shopee*. Vol. Skripsi. Semarang: UIN Walisongo Semarang, t.t.
- P. Angipora, Marius. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi II*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999.
- Putra, Doni. *Belajar Tadabbur Ilmu Karakter pada Lebah, Burung Gagak, dan Singa (Kajian Tafsir Ayat-Ayat Fauna)*. Jakarta: Guepedia, 2020.

- Rahman, Ghazali. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2012.
- Rahman, Taufiqur. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Lamongan: Academia Publication, 2021.
- Retzen Lupi Nurdin, Fadel. “Analisi Strategi Pemasaran dan Penjualan E-Comerce pada Tokopedia. com.” *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer* Vol.2 No.1 (2016).
- Rohman, Abdur. “Analisis Penerapan Akad Ju’alah Dalam Multi Level Marketing (MLM) (Studi Atas Marketing Plan www.Jamaher.Network.” *Al-’Adalah* Vol. XIII. No. 2 (2016).
- Saifullah Al Aziz, Moh. *Fiqh Islam Lengkap*. Surabaya: Terang Surabaya, 2005.
- Sekar Puspitarini, Dinda, dan Reni Nuraeni. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House).” *Jurnal Common* Volume 3 Nomor 1 (2019).
- Shile, Mombang, Bambang Poerwoko, dan Aisyah Pia Asrunputri. *Membangun Kinerja Berkelanjutan Pada Era Ketidakpastian-VUCA TRANSFORMASI Advenced Strategic Management*. Bogor: PT Penerbit IBS Press, 2021.
- SICEPAT. “Cek Ongkir-Sicepat,” 8 Maret 2023.
- Siyoto, Sandu, dan M.Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Suasiawati, M.A, Wati. “Jual Beli dan Dalam Konteks Kekinian.” *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 8 No. 2 (2017).

- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfa Beta, 2009.
- . *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfa Beta, 2012.
- . *Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methods*. Bandung: Alfabet, 2013.
- . *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfa Beta, 2005.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta, 2011.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta, 2011.
- Suharsimi, Arikunto. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Surakhmad, Winarno. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik*. Bandung: Tarsoto, 1990.
- Surya Ihsan, Maulana, dan Achmad Fageh. “Revolusi Jual Beli Offline Menuju Jual Beli Online Perspektif Usul Fiqh.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol 8, No. 3 (2022).
- Suteki, dan Galang Tufani. *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori dan Praktik)*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2018.
- Sya’diyah, Halimatus, dan Jojok Dwiridotjahjono. “Pengaruh sales promotion cashback dan price discount terhadap perilaku impulse buying pengguna di situs belanja online tokopedia Halimatus Sya’diyah1 , Jojok Dwiridotjahjono.” *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* Volume 4, Number 10, 2022 (2022).

- Taniya, Ita. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemanfaatan Konten Promosi Pada Program Shopee affiliate di Media Sosial.” Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2021.
- Toko Doran Gatget Bali. Wawancara Toko (Seller), 30 Desember 2022.
- Toko RD Store Palembang Sukabangun. Wawancara Toko (seller), 27 Desember 2022.
- Tokopedia. “Syarat dan Ketentuan Flash Sale Pengguna Baru.” *TokopediaCare*(blog),2022.
<https://www.tokopedia.com/help/article/syarat-dan-ketentuan-flash-sale-pengguna-baru>.
- . “Tentang Tokopedia: ketahui lebih banyak tentang kami.,” 2023. <https://www.tokopedia.com/about/>.
- . “Traktiran Pengguna Baru Tokopedia,” 8 Maret 2023. <https://www.tokopedia.com/discovery/pengguna-baru>.
- Witro, Doli, Muhammad Izazi Nurjaman, Dena Ayu, dan Camelia Sofyan Al-Rasyid. “Kontestasi Marketplace di Indonesia pada Era Pandemi: Analisis Strategi Promosi Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli dalam Pemulihan Ekonomi Nasional.” *2021* Vol.2, No.2 (22 Desember).
- M. Yusri, Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam, *Jurnal Justisia Ekomonika*, Vol. 3, No. 1, 2019.
- Ahmadi Miru & Surarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004).
- Kelik Wardiono. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014).

- Gunawan Widjaja dan Kartini Muljadi. *Seri Hukum Perikatan Jual Beli*. (Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2003, 127.
- Inosentius Samsul. *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Murlak*. Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia. Jakarta. 2004.
- Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- Pasal 7 undang-undang Tentang Perlindungan Konsumen.
- Pasal 10 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
- Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
- Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No.8 Tentang Perlindungan Konsumen
- Pieres Jhon & Wiwik Sri Widiarty. *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Pelangi Cendikia, 2007). 50.
- Kurniawan. *Hukum Perlindungan Konsumen, Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesai Sengketa Konsumen (BPSK)*, (Mataram: UB Press, 2011).
- Mukhammad Yunus Kusuma Yudha, “Tanggung Jawab Penjual Dalam Pembatalan Secara Sepihak Dalam Transaksi E-Commerce”, (Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, 2017).
- Eli Wuria Dewi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015).
- Janus Sidabalok. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesian*. (Bandung: Citra Adiya Bakti. 2010.
- Az. Nasution. *Konsumen dan Hukum; Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*. (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. 1995).
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2008).

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

DAFTAR INFORMASI

| NO | Penjual/Toko (Seller) | Data Diri |
|----|---|---|
| 1. | Nama Toko TTL Alamat Rumah Pekerjaan | RD Store Palembang - Palembang Penjual |
| 2. | Nama Toko TTL Alamat Rumah Pekerjaan | Doran Gadget Bali - Bali Penjual |
| 3. | Nama TTL Alamat Rumah Pekerjaan | Dusty - Jakarta Pusat CS. Tokopedia Care |

DATA INFORMAN

| NO | Pengguna Baru Tokopedia | Data Diri |
|----|--|--|
| 1. | Nama TTL Alamat Rumah Pekerjaan | Allora Sari Asmoro - Batang Mahasiswa |
| 2. | Nama TTL | Dika Dwi Febriana - |

| | | |
|--|---------------------------|------------------------|
| | Alamat Rumah Pekerjaan | Indramayu Mahasiswa |
|--|---------------------------|------------------------|

LAMPIRAN 2

Transkrip Pengguna Baru Tokopedia

Nama : Allora Sari Asmoro

Pekerjaan : Mahasiswa

Waktu Wawancara : Selasa. 27 Desember 2022

| NO | Materi Pertanyaan | Jawaban Pertanyaan |
|----|--|--|
| 1. | Assalamu'alaikum Allora, apakah sedang sibuk atau tidak? Apakah saya boleh bertanya dengan anda tentang aplikasi Tokopedia? Kemarin saya melihat anda menggunakan aplikasi Tokopedia ya. | Wa'alaikumussalam, iya boleh hani silakan |
| 2. | Baik Allora, kalau boleh tau kenapa alasan anda untuk mendownload aplikasi Tokopedia, apakah ada yang menarik? | Alasan saya mendownload aplikasi tokopedia ini karena setiap pengguna baru itu bisa mendapatkan gratis belanja Rp.0 makannya saya mendownload aplikasi Tokopedia dan mencobanya. |

| | | |
|----|---|--|
| 3. | Apa tanggapan anda dengan adanya fitur promo tersebut yang mana anda sebagai pengguna baru Tokopedia | Menurut saya fitur promo traktiran pengguna baru ini sangat bermanfaat, dimana pengguna baru bisa membeli barang dengan harga Rp.0 akan tetapi disisi lain saya sebagai pengguna baru dikenai biaya pengiriman, hal tersebut yang terkadang membuat pelanggan baru tidak jadi untuk memanfaatkan belanja Rp.0 karna saya sendiri sebagai mahasiswa masih mempertimbangkan akan biaya pengiriman. |
| 4. | Apakah dengan adanya kebijakan untuk membayar biaya pengiriman tersebut apakah anda keberatan atau tidak? | Sebenarnya saya keberatan, karena untuk biaya pengirimannya mahal. |
| 5. | Apakah barang yang ditawarkan sudah mewakili kebutuhan anda? | Sebenarnya tidak, karena didalam promo traktiran pengguna baru ini saya tidak dapat memilih barang yang saya inginkan karena dalm promo traktiran pengguna baru yang disediakan oleh Tokopedia barangnya sudah disediakan oleh Tokopedia jadi saya tidak dapat memilih barang yang saya iginkaka. |

| | | |
|----|---|--|
| 6. | Mengapa alasan anda menggunakan menggunakan promo tersebut? | Karena saya sebagai pelanggan pertama tokopedia dan didalam Tokopedia ini sudah disediakan fitur promo traktiran pengguna baru untuk pengguna baru, maka saya tidak akan melewatkan promo tersebut. tetapi ketika memilih barang tentu saya akan melihat biaya pengiriman terlebih dahulu jika memang biaya pengirimannya murah saya akan membeli suatu barang yang sudah disediakan dalam etalase promo tersebut. |
| 7. | Baik, terima kasih allora sudah meluangkan waktunya. | Iya. Semoga informasinya bermanfaat ya. |

Nama Toko : RD Store Palembang

Pekerjaan : Penjual

Waktu Wawancara : Selasa, 27 Desember 2022

| NO | Materi Pertanyaan | Jawaban Pertanyaan |
|----|---|---|
| 1. | Halo kak, saya ingin bertanya apakah betul toko kaka mengadakan | Halo, iya kak benar subsidi dari tokopedia hingga 31 Desember |

| | | |
|----|---|--|
| | promo traktiran pengguna baru Rp.0 untuk pengguna baru? | |
| 2. | Maaf kak maksud dari disubsidi oleh tokopedia bagaimana ya? | Saya sebagai penjual menjual barang seharga 30 ribu dan di subsidi Tokopedia 30 ribu, jadi harganya menjadi 0 kak dan kaka berhak mengambil barang yang disediakan oleh toko say |
| 3. | Apa tanggapan kaka dengan adanya fitur promo traktiran pengguna baru tersebut? | Pendapa saya dengan adanya promo tersebut konsumen belanja merasa diistimewakan oleh tokopedia. |
| 4. | Apakah toko/seller tetap mendapatkan keuntungan jika barang yang dijual digratiskan oleh tokopedia? | Saya sebagai penjual tetap mendapatkan keuntungan karena menerima dana tetap dan di subsidi 100% oleh Tokopedia. |
| 5. | Bagaimana dampak dari adanya fitur tersebut terhadap perkembangan toko kaka? | Untuk dampaknya orderan seperti biasa tidak ada bom order. |
| 6. | Baik kak, terima kasih sudah membantu dan sudah meluangkan waktunya. | Iya kak, terima kasih kembali. |

Nama Toko : Doran Gadget Bali

Pekerjaan : Penjual

Waktu Wawancara : Jum'at, 30 Desember 2022

| No | Materi Pertanyaan | Jawaban Pertanyaan |
|----|--|---|
| 1. | Baik kak, saya ingin bertanya apakah betul toko kaka mengadakan promo traktiran pengguna baru Rp 0 ? | Iya, betul kak |
| 2. | Apa tanggapan kaka dengan adanya fitur promo traktiran pengguna baru tersebut? | Tanggapan saya dengan adanya promo tersebut dapat menaikkan trafic belanja untuk pengguna baru di Tokopedia. |
| 3. | Apakah toko/seller tetap mendapatkan keuntungan jika barang yang dijual digratiskan oleh tokopedia? | Toko akan tetap mendapatkan keuntungan. |
| 4. | Bagaimana dampak dari adanya fitur tersebut terhadap perkembangan toko kaka? | Dampak dari adanya promo tersebut bagi toko saya yaitu dapat exposure toko dan menotice jika toko saya ada di daerah bali dan ada di Tokopedia. |
| 5. | Baik kak, terima kasih sudah membantu dan sudah meluangkan waktunya. | Baik kak, terima kasih kembali. |

Nama : Dusty

Pekerjaan : CS Tokopedia

Waktu Wawancara : Rabu, 28 Desember 2022

| NO | Materi Pertanyaan | Jawaban Pertanyaan |
|----|---|--|
| 1. | Halo kak, saya ingin bertanya mengenai fitur promo traktiran pengguna baru Rp. 0 apakah bisa? | Hai kak, dusty infokan flash sale pengguna baru adalah program pada situs aplikasi yang disediakan khusus untuk pegguan baru Tokopedia untuk dapat melakukan pembelian dengan harga eksklusif untuk jangka waktu terbatas yang ditentukan Tokopedia. |
| 2. | Apa alasan Tokopedia mengadakan promo traktiran pengguna baru tersebut? | Baik kak, tentunya untuk meningkatkan minat bertransaksi pada aplikasi Tokopedia. |
| 3. | Bagaimana sistem transaksi menggunakan sistem tersebut ya kak? | Baik kak, menjawab pertanyaan kaka, silakan kaka bisa cek berbagai produk/barang menarik yang ada pada bagian traktiran pengguna baru di halaman utama aplikasi Tokopedia. |

| | | |
|----|--|---|
| 4. | Mengapa promo tersebut pengguna baru harus mengeluarkan biaya pengiriman? | Baik kak menjawab pertanyaan kaka, promo pengguna baru Rp.0 hanya dikenakan untuk produknya saja, untuk biaya pengiriman akan tetap menyesuaikan kak. |
| 5. | Apakah ada syarat dan ketentuan untuk mendapatkan promo traktiran pengguna baru? | Tentu ada syarat dan ketentuan untuk mendapatkan promo traktiran pengguna baru. |
| 6. | Baik kak terima kasih atas semua jawabanya | Terima kasih kembali kak, dengan senang hati kami membantu kaka. |



Wawancara dengan saudara Dika Dwi Febriana sebagai pengguna baru aplikasi Tokopedia



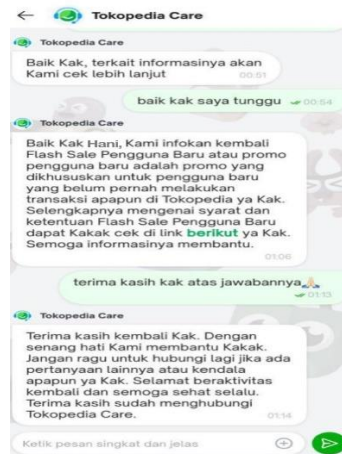
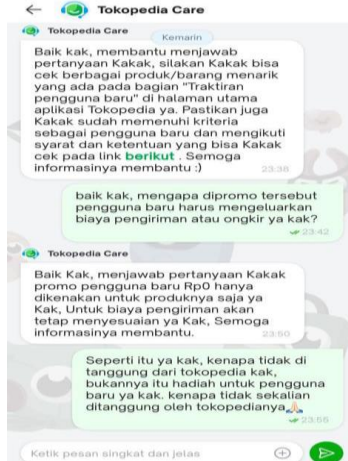
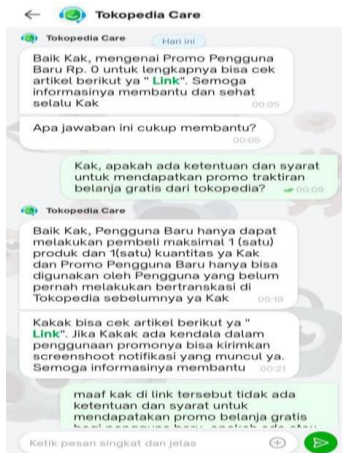
Wawancara dengan Toko Doran Gatget Bali



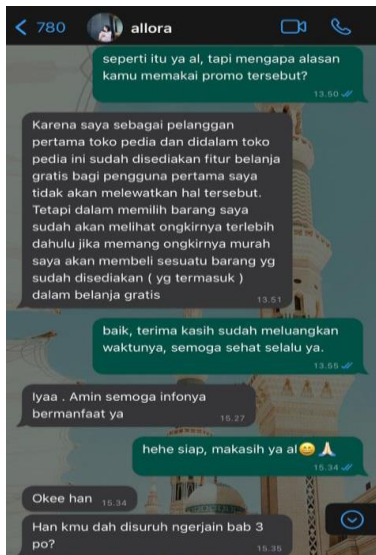
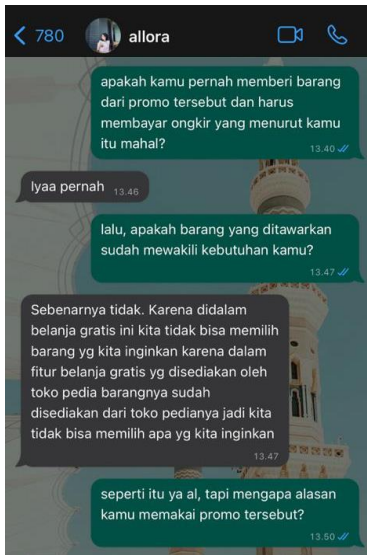
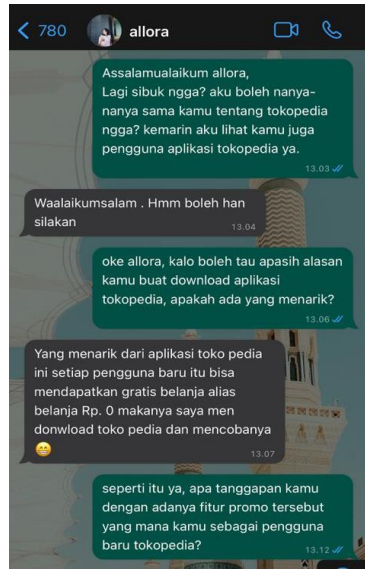
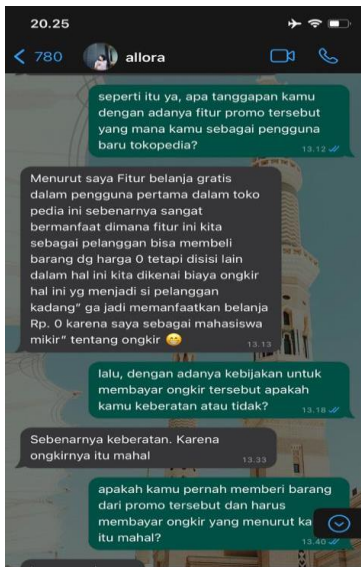


Wawancara Dengan Toko RD Store Palembang





Wawancara Dengan CS Tokopedia



Wawancara dengan saudari Allora Sebagai Pengguna baru Tokopedia

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Mohamad Hani Rodiyanto
Tempat tanggal lahir : Brebes, 06 Juni 2001
Alamat : Desa Bulakparen Rt/Rw 03/03
Kec.Balakamba, Kab. Brebes,
Prov. Jawa Tengah
Jenis Kelamin : Laki-laki
Nomor Telp/ HP : 085875101823
E-Mail : mohamadhanirodiyanto@gmail.com
Hobi : Bermain Badminton
Jenjang pendidikan

Pendidikan Formal

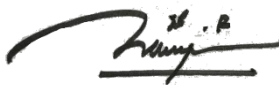
1. SD Negeri 3 Tangerang (2007 – 2013)
2. Mts NU Putra 1 Buntet (2013 – 2016)
3. MA NU PUTRA Buntet Cirebon (2016 – 2019)
4. UIN Walisongo Semarang (2019 – 2023)

Pengalaman Organisasi

1. Ketua HMJ HES UIN Walisongo Semarang
Tahun 2021
2. Lembaga Usaha dan Ekonomi PMII Rayon
Syari'ah 2021
3. Lembaga Kewirausahaan PMII Komisariat Uin
Walisongo2023
4. Koor. Hubungan Luar DEMA FSH 2022
5. Koor. Hubungan Luar ASHESI Jawa Tengah
Tahun 2021
6. Devisi Pengkaderan FORMASI 2021

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan
sebenar-benarnya dan dapat digunakan sebagaimana
mestinya

Semarang, 21 Maret 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. H. Rodiyanto', with a horizontal line underneath.

Mohamad Hani Rodiyanto