



## ANALISIS PROMOSI CASH BACK PADA E-COMMERCE BUKALAPAK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Oleh:

<sup>1</sup>Edi Jatmiko, <sup>2</sup>Siti Kholijah, <sup>3</sup>Fitri Utami

[Mikogie1@gmail.com](mailto:Mikogie1@gmail.com)

<sup>1,2,3</sup>STAI Darussalam Lampung

<b>Received:</b> 2023-11-28	<b>Revised:</b> 2023-12-04	<b>Aproved:</b> 2023-12-05
--------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

### Abstract (English)

*Online shopping in e-commerce has become a habit of Indonesian people, this trend started with the Covid-19 pandemic. There are various factors that motivate Indonesian consumers to shop online. One of them is a cashback promotion. This research method uses library research. The results of this research are that cashback is often considered a marketing strategy that aims to attract customer attention. This cashback practice can be classified as khiyar ghabn in the context of Islamic law. The function of khiyar in buying and selling transactions is to provide the ability for the transacting parties to consider long-term consequences in order to avoid regrets in the future. Thus, it can be said that cashback is permitted because it is a form of deception aimed at persuading customers, as implemented in platforms such as bukalapak. Cashback is considered permissible because it does not involve elements of usury and is included in the khiyar ghabn category.*

**Keywords :** *Cashback, Costumer and Law*

### Abstrak (Indonesia)

*Belanja online di e-commerce telah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia, tren ini diawali adanya pandemi Covid-19. Ada berbagai faktor yang memotivasi konsumen Indonesia untuk berbelanja secara online. Salah satunya promosi cashback. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan (Library Research). Adapun hasil dari penelitian ini yaitu Cashback sering kali dianggap sebagai strategi pemasaran yang memiliki tujuan untuk menarik perhatian pelanggan. Praktik cashback ini dapat diklasifikasikan sebagai khiyar ghabn dalam konteks hukum Islam. Fungsi khiyar dalam transaksi jual beli adalah memberikan kemampuan kepada pihak yang bertransaksi*

*untuk mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang agar menghindari penyesalan di masa depan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa cashback diizinkan karena merupakan bentuk tipuan yang bertujuan untuk membujuk pelanggan, seperti yang diimplementasikan dalam platform seperti bukalapak. Cashback dianggap diperbolehkan karena tidak melibatkan unsur riba dan masuk dalam kategori khiyar ghabn.*

**Kata Kunci:** *Cashback, Pelanggan dan Hukum*

## **A. Pendahuluan**

Belanja online di *e-commerce* telah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia, tren ini diawali adanya pandemi Covid-19. Hal ini dapat dilihat dari laporan *e-Conomy SEA 2021* yang menyatakan bahwa 80% pengguna internet di Indonesia telah berbelanja secara online setidaknya sekali. Menurut laporan survei Populix yang bertajuk *Indonesia Shopper Behavior on Promotion Week in the Face of Economic Uncertainty 2023*, ada berbagai faktor yang memotivasi konsumen Indonesia untuk berbelanja secara *online*. Diantaranya yaitu faktor kebutuhan, promosi berupa cashback, gratis ongkos pengiriman barang dan lain-lain. Sedangkan yang menjadi penawaran favorit masyarakat adalah promosi *cash back*. Meskipun biasanya promo tersebut hanya dapat diklaim dengan berbagai syarat dan ketentuan misalnya yaitu pembayaran harus menggunakan dompet digital (*e-wallet*) para konsumen tidak keberatan. Hal ini didasarkan pada laporan Boku Inc. bertajuk '*Mobile Wallets Report 2021*', 69% alasan masyarakat Indonesia menggunakan dompet digital (*e-wallet*) adalah karena mendapatkan *cash back*/diskon.<sup>1</sup>

Oleh karena itu banyak *e-commerce* yang menawarkan berbagai strategi pemasaran dalam menarik konsumen, yaitu salah satunya dengan menawarkan promo *cashback*. Langkah ini merupakan strategi perusahaan yang cukup menarik perhatian konsumen untuk membeli produk yang

---

<sup>1</sup> <https://info.populix.co/articles/platform-e-commerce/> di akses pada tanggal 17 September 2023

ditawarkan. Hal ini terjadi karena, konsumen tidak ingin kehilangan uang yang mereka peroleh. Pengusaha juga diuntungkan dengan hal ini, sebab banyak konsumen yang tertarik dan membeli.

*Cash back* sendiri memiliki arti yang hampir sama dengan diskon karena sama-sama bertujuan memberikan pengurangan harga jual. Perbedaannya adalah jika diskon diberikan dimuka (langsung mengurangi harga jual), sedangkan *cash back* diberikan dibelakang (berupa pengembalian uang). Penggunaan sistem *cash back* dalam transaksi non tunai merupakan salah satu strategi penjual untuk menarik minat pihak konsumen dalam proses penjualan produk karena dengan sistem tersebut membuat konsumen tertarik untuk membeli suatu barang yang dipasarkan. Promosi *cash back* biasanya tidak berupa pengembalian uang tunai langsung kepada pihak pembeli, tetapi pemberian *cash back* dalam bentuk deposit. Cara ini dipakai agar pembeli dilain waktu akan melakukan pembelian kembali menggunakan deposite tersebut kepada pihak yang memberikan promo *cash back*. Promosi *cash back* yang dilakukan dalam rangka pemasaran telah memberikan peranan yang penting guna mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan.

Pada prinsipnya penjual berhak menawarkan barangnya dengan harga sesuai yang diinginkan, karena barang yang dijual adalah miliknya, dan seseorang berhak untuk melakukan transaksi harga barang sesuai dengan tingkat harga yang diinginkan atau mampu dijangkau. Untuk menarik minat konsumen melakukan transaksi pihak penjual harus mampu menggunakan strategi marketing agar tingkat penjualan produk tetap stabil bahkan sebisa mungkin meningkat sehingga target penjualan produk dan tingkat keuntungan yang dicapai juga meningkat, untuk itu pihak penjual dapat menerapkan berbagai strategi baik dengan cara menurunkan harga, memberi diskon atau potongan kepada

konsumennya, dan hal ini selalu menjadi strategi paling mudah untuk meningkatkan animo konsumen melakukan transaksi. Sistem *cash back* pada promosi penjualan produk dapat diterapkan pada berbagai bentuk transaksi penjualan, karena hal ini sangat tergantung pada kebijakan pihak manajemen perusahaan atau toko, karena umumnya *cash back* hanya untuk meningkatkan penjualan dan pencapaian omset, bisa diterapkan pada transaksi tunai dalam jumlah pembelian tertentu maupun pada transaksi non tunai, yang ditetapkan dalam durasi waktu tertentu.

Dalam Islam jual beli memang dibolehkan dan para pedagang boleh menggunakan strategi pemasaran, namun pemasaran tersebut harus sesuai dengan etika pemasaran dalam Islam dan tidak mengandung unsur riba didalamnya, karena jual beli dalam Islam tidak boleh ada unsur kebatilan. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian yaitu analisis promosi *cash back* dalam ekonomi Islam.

## **B. Pembahasan**

### 1) Jual Beli

#### a. Definisi Jual Beli

Jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan sesuai dengan ketentuan yang dibenarkan syara.<sup>2</sup>

Secara terminologi fiqh jual beli disebut dengan *al-ba'i* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafaz *al-ba'i* dalam terminologi fiqh terkadang dipakai untuk pengertian

---

<sup>2</sup> Ja'far, A. K. (2018). *Huum Perdata Islam Di Indonesia- Aspek Hukum Keluarga dan Bisnis*. Bandar Lampung: Gemilang Publisher. hlm.104

lawannya, yaitu lafaz al-syira yang berarti membeli. Dengan demikian, al-ba‘i mengandung arti menjual sekaligus membeli atau jual beli. Menurut Hanafiah pengertian jual beli (albay) secara definitif yaitu tukar-menukar harta benda atau sesuatu yang diinginkan dengan sesuatu yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Adapun menurut Malikiyah, Syai‘iyah, dan Hanabilah, bahwa jual beli (al-ba‘i), yaitu tukar-menukar harta dengan harta pula dalam bentuk pemindahan milik dan Kepemilikannya.<sup>3</sup>

Jual beli diperbolehkan dalam Al-Qur’an, As-Sunnah dan Ijma para ulama, Q.S Al-Baqarah :75

*“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”*

Dari ayat diatas diterangkan bahwasannya Allah SWT. menghalalkan segala macam jual beli, namun melarang Riba, dan barang siapa yang melakukan riba dalam jual beli, maka mereka termasuk orang-orang yang

---

<sup>3</sup> Mardani. (2012). *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*. Jakarta: Prenada Media. Hlm.101

kekal di neraka. Sebenarnya dalam ayat diatas jelas sudah bahwa dasar hukum jual beli adalah halal, namun bisa menjadi haram bila ada riba dalam transaksi jual beli tersebut.

b. Rukun dan Syarat

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh syariat Islam, jumhur ulama berpendapat bahwa rukun jual beli sebagai berikut :

1. Rukun jual beli

- a) Penjual, yaitu pemilik harta yang menjual barangnya, atau orang yang diberi kuasa untuk menjual harta orang lain. Penjual haruslah cakap dalam melakukan transaksi jual beli (mukallaf).
- b) Pembeli, yaitu orang yang cakap yang dapat membelanjakan hartanya (uangnya).
- c) Barang jualan, yaitu sesuatu yang diperbolehkan oleh syara“ untuk dijual dan diketahui sifatnya oleh pembeli.
- d) Shighat (ijab qabul), yaitu persetujuan antara pihak penjual dan pihak pembeli untuk melakukan transaksi jual beli, dimana pihak pembeli menyerahkan uang dan pihak penjual menyerahkan barang lisan maupun tulisan.

2. Syarat sahnya jual beli

- a) Subjek jual beli, yaitu penjual dan pembeli harus berakal, kehendak sendiri dan baligh.

b) Objek jual beli, yaitu barang atau benda yang menjadi sebab terjadinya transaksi jual beli, dalam hal ini yang harus terpenuhi yaitu; suci, barang yang diperjual belikan dapat dimanfaatkan, Barang atau benda yang diperjual belikan milik orang yang melakukan akad, Barang atau benda yang diperjual belikan dapat diserahkan

c. Macam-macam Jual Beli<sup>4</sup>

Dari sisi objek yang diperjual-belikan, meliputi :

- 1) Jual beli Mutlaqah, yaitu pertukaran antara barang atau jasa dengan uang
- 2) Jual beli sharf, yaitu jual beli atau pertukaran antara satu mata uang dengan mata uang lain;
- 3) Jual beli muqayyadah, yaitu jual beli dimana pertukaran terjadi antara barang dengan barang (barter).

Dari sisi cara menetapkan harga, jual-beli dibagi menjadi empat, yaitu :

- 1) Jual beli musawamah (tawar-menawar), yaitu jual beli biasa ketika penjual tidak memberitahukan harga pokok dan keuntungan yang didapatnya.
- 2) Jual beli amanah, yaitu jual beli dimana penjual memberitahukan modal jualnya (harga perolehan barang). Meliputi :
  - a) Jual beli murabahah, yaitu jual beli ketika penjual menyebutkan harga pembelian barang (termasuk

---

<sup>4</sup> Ascarya. (2017). *Akad & Produk Bank Syariah*. Depok: Rajawali Press. Hlm.60.

biaya perolehan) dan keuntungan yang diinginkan.

- b) Jual beli muwadha'ah (discount), yaitu jual beli dengan harga di bawah modal dengan jumlah kerugian yang diketahui. Untuk penjualan barang atau aktiva yang nilai bukunya sudah sangat rendah.
- c) Jual beli tauliyah, yaitu jual beli dengan harga modal tanpa keuntungan dan kerugian.
  - i. Jual beli dengan harga tangguh (Bai' bitsaman ajil), yaitu jual beli dengan penetapan harga yang akan dibayar kemudian. Harga tangguh ini boleh lebih tinggi daripada harga tunai dan bisa dicicil.
  - ii. Jual beli muzayadah (lelang), yaitu jual beli dengan penawaran dari penjual dan para pembeli berlombalomba menawar, lalu penawar tertinggi terpilih sebagai pembeli. Kebalikan dari jual beli munaqadhah, yaitu yaitu jual beli dengan penawaran dari pembeli dan para penjual berlomba-lomba menawarkan dagangannya, kemudian pembeli akan membeli dari penjual yang menawarkan harga termurah

Dari sisi cara pembayaran, jual beli dibagi empat, yaitu :

- 1) Jual beli tunai dengan penyerahan barang dan pembayaran langsung
- 2) Jual beli dengan pembayaran tertunda (bai' muajjal), yaitu jual beli penyerahan barang langsung (tunai)

tetapi pembayaran dilakukan kemudian dan bisa dicicil.

- 3) Jual beli dengan penyerahan barang tertunda, meliputi :
  - a) Bai' as salam, yaitu jual beli ketika pembeli membayar tunai di muka atas barang yang dipesan (biasanya produk pertanian) dengan spesifikasinya yang akan diserahkan kemudian.
  - b) Bai' al isthisna, yaitu jual beli dimana pembeli membayar tunai atau bertahap atas barang yang dipesan (biasanya produk manufaktur) dengan spesifikasinya yang harus diproduksi dan diserahkan kemudian.
- 4) Jual beli dengan penyerahan barang dan pembayaran sama-sama tertunda.

## 2) Cashback

*Cash back* menurut Cambridge Dictionary adalah sistem yang dijalankan suatu bank atau pemilik bisnis untuk mendorong orang melakukan pembelian dengan memberikan mereka uang setelah mereka selesai membayar.<sup>5</sup> Selain menggunakan uang tunai, *cash back* juga biasanya diberikan dalam bentuk poin atau koin digital. Beberapa penjual juga seringkali memberikan cashback dalam bentuk produk hingga voucher.

*Cash back* merupakan salah satu strategi pemasaran yang bertujuan untuk mendorong penjualan dan pembelian suatu produk dalam jangka pendek. *Cash back* menurut Ballestar adalah uang yang dikembalikan kepada konsumen

---

<sup>5</sup> Dictionary, C. (2023). *Meaning of Cashback in English*. New York

dalam jumlah tertentu secara virtual maupun dengan tunai. *Cash back* memiliki batasan tertentu yang ditentukan oleh penjual.<sup>6</sup>

Banyak promo *cash back* yang terjadi saat ini biasanya tidak benar-benar berupa pengembalian uang tunai langsung ke tangan pembeli. Pihak penjual biasanya memberikan cashback ke dalam bentuk deposit. Metode ini digunakan bertujuan ketika konsumen di lain waktu akan melakukan pembelian kembali menggunakan deposit tersebut kepada pihak yang memberikan promo cashback tersebut. Saat ini juga banyak *cash back* yang sudah divariasikan, ada yang memberikan *cash back* dalam bentuk barang, poin atau koin digital yang dapat dikonversi dengan mata uang. Namun, secara hakikat hal itu tetap tidak terlepas dari konsep dan sistem *cash back* yang ada.

Ada beragam bentuk-bentuk *cash back* yang di Indonesia, umumnya adalah cashback diberikan dengan uang tunai. Namun, selain uang tunai, *cash back* juga biasanya diberikan dalam bentuk poin atau koin digital. Beberapa penjual juga seringkali memberikan *cash back* dalam bentuk produk hingga voucher.

Menurut Ballestar, dia menjelaskan bahwa secara umum terdapat tiga cara seorang konsumen mendapatkan *cash back*, yaitu:

- a. Satu klik interaksi/kunjungan di suatu platform, melihat video promosi yang disarankan sebuah

---

<sup>6</sup> Ballestar, M. T., Grau-Carles, P., & Sainz, J. (2016). Consumer Behavior On Cashback Websites: Network Strategies. *Journal of Business Research*, Vol. 69, No. 6, 2101-2107.

platform, klaim, mengisi survei, melakukan penilaian (rating), dan lainnya

- b. Registrasi/pendaftaran di platform yang direkomendasikan penjual atau *e-commerce*-nya
- c. Sebuah pembelian yang dilakukan konsumen sehingga mendapatkan *cash back*.<sup>7</sup>

Dari 3 (tiga) cara yang disebutkan di atas, kategori cashback pada sebuah *e-commerce* dapat dibedakan menjadi dua yaitu sebagai berikut:

- a. *Cash back by Making a Purchase*

Maksudnya adalah cashback yang diberikan kepada konsumen setelah adanya transaksi pembelian dan dapat dimanfaatkan untuk pembelian selanjutnya.

- b. *Cash back by Customer's Activity*

Maksudnya adalah cashback yang diberikan kepada konsumen setelah melakukan suatu aktivitas atau interaksi dengan sebuah platform *e-commerce* seperti: *one click interaction*, klaim, registrasi, dan lainnya.

### 3) Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*Library Research*) Penelitian kepustakaan yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan berbagai macam materi yang terdapat di ruang perpustakaan (Soekanto & Mamudji, 2001). Adapun metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif analitis, yaitu mengumpulkan data yang menggambarkan atau memaparkan apa adanya dari hasil

---

<sup>7</sup> Ballestar, M. T., Grau-Carles, P., & Sainz, J. (2016). Consumer Behavior On Cashback Websites: Network Strategies. *Journal of Business Research*, Vol. 69, No. 6, 2101-2107.

penelitian kemudian disusun dan dituangkan dalam tulisan, ditafsirkan dan dianalisis. Adapun sumber data penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal dan website terkait issu penelitian.<sup>8</sup>

Jadi, penelitian ini akan mengkaji tentang literatur yang berhubungan dengan kajian hukum Islam tentang *cash back* dari perspektif syariah menggunakan sumber akad pada fiqh muamalah, hukum Islam yang besumber dari Al-Quran, Hadis, dan pendapat jumbuh ulama terhadap *cash back* dari *e-commerce*.

#### 4) Hasil Penelitian

Transaksi yang sah merupakan transaksi yang melibatkan akad. Akad jual beli dapat dikelompokkan menjadi empat jenis, yaitu barter (*bay'ul 'ain bil 'ain*), yang melibatkan pertukaran barang dengan barang; akad jual beli (*'ain bid dain*), yang melibatkan penjualan barang tertentu dengan pembayaran menggunakan barang yang tidak spesifik, seperti dirham atau dinar, atau menggunakan uang; akad *sharf* (*bay'ud dain bin dain*), yang melibatkan penjualan barang tanpa spesifikasi dengan barang lain yang tidak spesifik; dan akad salam.

Cashback merupakan insentif bagi pelanggan dalam bentuk poin digital atau uang digital yang diberikan setelah mereka melakukan pembelian dari penjual dengan syarat yang telah disepakati bersama. Sebagai contoh, di Bukalapak, salah satu marketplace di Indonesia, penjual memberikan penawaran cashback kepada pelanggan setelah pembelian produk. Cashback diberikan dalam bentuk poin digital yang nantinya dapat digunakan untuk berbelanja.

---

<sup>8</sup> Soekanto, S., & Mamudji, S. (2001). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat, Edisi 1, Cet. V*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Penggunaan cashback dalam transaksi ini termasuk dalam akad salam. Sebagai contoh, ketika memesan barang di bukalapak, pembeli akan mendapatkan cashback bukalapak , sebagai salah satu marketplace, memfasilitasi transaksi online dengan menggunakan akad salam sebagai bentuk perjanjian untuk berbelanja.

Salah satu contoh implementasi fitur menarik adalah penggunaan dompet digital OVO oleh bukalapak. Kolaborasi antara Bukalapak dan OVO memungkinkan transaksi digital, dan sebagai imbalannya, mereka menyediakan cashback untuk pengguna Bukalapak. Manfaat cashback ini menjadi salah satu alasan utama masyarakat memilih Bukalapak sebagai platform belanja mereka, karena dapat membantu menghemat pengeluaran.

Terdapat tiga syarat yang diajukan oleh para Fuqaha dalam pelaksanaan ijab qobul pada transaksi jual beli, yaitu jala'ul ma'na. Jala'ul ma'na merupakan tujuan yang jelas dari pernyataan, memungkinkan pemahaman jenis akad yang digunakan. Bukalapak, sebuah situs belanja online terkenal di Indonesia, mempermudah transaksi masyarakat dengan menghilangkan kebutuhan untuk menggunakan ATM. Dengan berbelanja melalui bukalapak , pelanggan dapat memperoleh cashback.

Penetapan harga dilakukan secara langsung kepada pelanggan Bukalapak dengan harga yang terjangkau dibandingkan pembelian langsung di mal. Penjual di Bukalapak akan mengirimkan barang pesanan kepada pelanggan. Bukalapak menyediakan berbagai macam barang dengan harga terjangkau atau murah, menarik minat banyak masyarakat untuk menjadi mitra. Selain menjadi pelanggan biasa, mitra juga diberikan cashback oleh Bukalapak jika mereka mengaktifkan OVO yang

dimiliki.

Penawaran casback menarik perhatian pelanggan dan mitra Bukalapak. Meskipun terdapat dua pendapat yang bertentangan mengenai apakah cashback merupakan transaksi riba. Dinyatakan dalam al-Ikhtiyarat, boleh membuat kesepakatan potongan pembayaran cicilan, ini merupakan pendapat Imam Ahmad dalam satu riwayat, dan satu keterangan dari Imam as-Syafi'i (al-Ikhtiyarat al-Fiqhiyah, 1/478). Alasan Ibnul Qoyim yang membolehkan hal ini, karena kesepakatan ini kebalikan dari riba. Dalam transaksi riba, waktu pelunasannya ditambah, dan nilai utang dinaikkan.<sup>9</sup>

Ibnul Qoyim mengomentari ta'lil yang disampaikan jumbuh, karena kesepakatan ini kebalikan dari riba. Dalam transaksi riba, ada tambahan pembayaran sebagai ganti dari penundaan. Sementara kesepakatan ini bentuknya mengurangi beban pembayaran, sebagai ganti dari pengurangan waktu pelunasan. Sehingga masing-masing mendapat manfaat, dan di sana tidak ada riba, baik secara hakiki, bahasa, maupun urf. Karena riba itu tambahan, dan di sini itu tidak ada.<sup>10</sup>

Beliau juga membantah pendapat jumbuh yang melarang, dengan alasan itu mirip riba. Mereka yang mengharamkan kesepakatan ini, meng-qiyas-kan kesepakatan ini dengan riba. Padahal sangat jelas perbedaan antara orang mengatakan, "Lunasi sekarang atau ditunda dan ada ribanya," dengan orang

---

<sup>9</sup> Susilo, H., Rosyadi, I., & Muthoifin, M. A. (2017). Shifatush Shalat Al-Filiyah Bainal Ikhtiyarat Al-Fiqhiyah Li Asy Syaikh Muhammad Bin Shalih AlUtsaimin Wa Bainal Qoul Al-Mutamad

<sup>10</sup> Nurfyana Narmia Sari " Analisis Hukum Islam terhadap Cashback di Tokopedia" Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Volume 05 | Nomor 02 | Desember 2021 p-ISSN: 2549-4872 | e-ISSN: 2654-4970

mengatakan, “Lunasi segera, nanti saya kasih potongan 100rb.” Bagaimana ini bisa disamakan. Sehingga tidak ada dalil yang menunjukkan haramnya, tidak pula ijma’, maupun qiyas yang shahih.

Sementara riwayat yang menjadi acuan dari bahwa Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam ketika memerintahkan untuk mengusir Bani Nadhir, datang beberapa orang di antara mereka dan mengatakan, ‘Wahai Nabi Allah, engkau memerintahkan untuk mengusir kami, sementara kami masih punya urusan utang piutang yang belum lunas.’ Kemudian Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam memberi saran, berikan potongan dan segerakan pembayarannya. (HR. Daruquthni dan Baihaqi dalam al-Kubro dan dalam sanadnya ada yang daif. Ibnul Qoyim mengatakan, hadis ini sesuai syarat kitab sunan, sanadnya tsqah). Juga disebutkan dalam riwayat lain dari Ka’ab radhiyallahu ‘anhu, bahwa beliau menagih utang dari Ibnu Abi Hadrad di masjid, sampai teriak-teriak, hingga terdengar Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam. Kemudian beliau keluar rumah memanggil Ka’ab, “Wahai Ka’ab, berikan potongan untuk utangnya,” beliau berisyarat setengah. Ka’ab berkata, ‘Aku lakukan Ya Rasulullah.’ Beliau perintahkan kepada orang ini, “Lunasi utangnya.” (Muttafaq ‘alaih).

Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam meminta kawannya Ka’ab untuk segera melunasi utangnya dan sebagai gantinya, diberi potongan setengahnya. Ketiga, ketentuan ini dibolehkan khusus untuk akad mukatabah, sementara untuk akad yang lain tidak dibolehkan. Ini merupakan pendapat Imam Syafii dan Imam Abu Hanifah dalam salah satu riwayat. Akad mukatabah adalah menjanjikan budak untuk merdeka jika bisa membayar sekian dinar selama rentang waktu sekian. Dianjurkan jika bisa melunasi

lebih cepat untuk diberi potongan. Karena berarti menyegerahkan pembebasan budak yang itu dianjurkan.<sup>11</sup>

#### 5) Pembahasan

Cashback sering kali diberikan dalam bentuk poin yang tidak bisa diuangkan secara langsung, atau cashback tersebut dapat dijadikan uang tunai. Meskipun mirip dengan voucher belanja, cashback memiliki perbedaan signifikan karena melibatkan pengembalian uang kepada pelanggan. Pemberian cashback biasanya dilakukan setelah pelanggan menerima barang atau sesuai dengan jumlah promo yang telah disepakati, seperti Voucher Cashback, selama periode promo berlangsung.

Besaran cashback bervariasi, mulai dari 10% hingga bahkan 40% dari total belanja. Aturan terkait telah ditetapkan dan penjelasannya dapat ditemukan di FAQ Bukalapak yang disampaikan secara terbuka. Penting dicatat bahwa cashback yang diberikan oleh Bukalapak kepada pelanggan bukanlah hasil dari utang. Posisi pelanggan di platform ini mirip dengan pelanggan di pasar konvensional, dengan perbedaan utama hanya pada lokasinya. Penjual tidak mengalami kerugian saat memberikan cashback, karena sebelumnya mereka sudah menghitung potensi keuntungan dan kerugian.

Penting untuk dicatat bahwa cashback di Bukalapak disalurkan dalam bentuk e-wallet, bukan uang tunai. Oleh karena itu, cashback yang diterima akan masuk ke dalam dompet digital (e-wallet), memungkinkan pelanggan untuk menggunakannya dalam transaksi digital. Shopee menggunakan e-wallet OVO untuk

---

<sup>11</sup> <https://himayahfoundation.com/cashback-dalam-transaksi/> diakses pada 10 desember 2023

transaksi digital. Kelebihan cashback terletak pada kemampuannya memberikan pengembalian uang kepada pelanggan sebagai bentuk bonus, dan penjual memberikannya dengan harapan pelanggan akan melakukan pembelian ulang.

Meskipun cashback dianggap sebagai strategi pemasaran untuk menarik pelanggan, termasuk dalam kategori *khiyaar ghabn* (tipuan dalam perdagangan), hal ini diizinkan oleh ulama Hanafiyah jika tipuannya mengandung bujukan (*taghrir*). Oleh karena itu, cashback dianggap sebagai tipuan yang diperbolehkan untuk membujuk pelanggan di Bukalapak. Walaupun demikian, perlu diingat bahwa tipuan pemasaran dari Bukalapak tidak terlalu besar, contohnya, cashback yang diberikan oleh toko A hanya sebesar 20.000 dari harga barang 160.000, sehingga toko A masih memperoleh keuntungan sebesar 140.000. Hal ini dilakukan untuk mencegah kerugian yang lebih besar. Cashback yang ditawarkan oleh Bukalapak juga tidak berlaku jika pelanggan tidak terpengaruh, karena jika pelanggan tidak terpengaruh, maka mereka tidak akan menggunakan cashback dari penjual di Bukalapak. Dengan demikian, hak *khiyaar ghabn* akan gugur karena syarat-syaratnya tidak terpenuhi.

Cashback diizinkan dan dianggap halal karena dianggap sebagai hadiah bagi pelanggan dengan adanya unsur kerelaan dari penjual. Penjual di Bukalapak memberikan cashback sebagai upaya untuk membujuk pelanggan, dan keduanya secara sukarela menerima manfaatnya. Analogi transaksi cashback di marketplace seperti Cashback diizinkan dan dianggap halal karena dianggap sebagai hadiah bagi pelanggan dengan adanya unsur kerelaan dari penjual.

Pendapat beberapa ulama, termasuk Imam Ahmad, Ibnu

Qoyim, dan Ibnu Taimiyah, menyatakan bahwa potongan pembayaran, termasuk cashback, diperbolehkan selama tidak melibatkan unsur riba. Ibnul Qoyim menekankan perbedaan antara sistem cashback dan riba, di mana cashback diberikan setelah transaksi selesai, sedangkan riba melibatkan peningkatan nilai utang seiring waktu. Cashback harus segera dilunasi, dan pemiliknya dapat menggunakannya tanpa campur tangan dari penjual.

Dewan Syari'ah Nasional mengeluarkan fatwa bahwa cashback termasuk dalam kategori janji (wa'ad) dalam transaksi keuangan syariah. Cashback bukan riba karena tidak melibatkan pengurangan atau peningkatan nilai transaksi. Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga menyatakan bahwa cashback bukan bunga, dan penggunaannya tidak melibatkan paksaan.

Pentingnya kesepakatan antara penjual dan pembeli dalam belanja online dijelaskan dalam hukum perdata. Cashback di Bukalapak dianggap halal karena tidak melanggar hukum atau kesusilaan. Syarat penggunaan cashback di Bukalapak, seperti pemberian gratis, penggunaan untuk membeli produk, dan penerimaan cashback setelah transaksi diselesaikan, juga disebutkan untuk menjelaskan legalitasnya. Diibaratkan dengan pembelian langsung di pasar, di mana pelanggan menerima diskon setelah pembelian tanpa unsur paksaan.

### **C. Kesimpulan**

Bukalapak Indonesia menawarkan fasilitas cashback, yang dapat dianggap sebagai khayar ghabn karena merupakan bentuk tipu daya untuk merayu pelanggan. Khayar ghabn diperbolehkan oleh ulama Hanafi jika tipuannya mengandung bujukan. Oleh karena itu, cashback diizinkan karena merupakan tipuan untuk merayu pelanggan di platform

Bukalapak, di mana cashback menggunakan akad salam karena diperoleh dari pembelian online.

Menurut al-Ikhtiyarat, kesepakatan potongan pembayaran cicilan dapat dibuat, sesuai dengan pendapat Imam Ahmad dan Imam as-Syafi'i. Beberapa ulama yang mengharamkan kesepakatan ini melakukan qiyas dengan riba, tetapi perbedaan antara keduanya jelas. Oleh karena itu, tidak ada dalil yang menunjukkan keharaman kesepakatan tersebut, baik dari segi dalil, ijma', maupun qiyas yang sah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ascarya. (2017). Akad & Produk Bank Syariah. Depok: Rajawali Press.
- Ballestar, M. T., Grau-Carles, P., & Sainz, J. (2016). Consumer Behavior On Cashback Websites: Network Strategies. *Journal of Business Research*, Vol. 69, No. 6, 2101-2107.
- Dictionary, C. (2023). Meaning of Cashback in English. New York: [http](http://).
- Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 116/Dsn-Mui/Ix/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah*
- Fil Madzhab Asy-Syafii. (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- <https://www.bukalapak.com/bantuan/mitra-o2o/fitur-mitra/voucher-cashback-grosir>
- <https://www.bukalapak.com/bantuan/tentang-bukalapak1/sekilas-bukalapak12/sekilas-bukalapak>
- Ja'far, A. K. (2018). Hukum Perdata Islam Di Indonesia- Aspek Hukum Keluarga dan Bisnis. Bandar Lampung: Gemilang Publisher.
- Karim, A. A., & Sahroni, O. (2015). Riba, Gharar dan Kaidah-kaidah Ekonomi Syariah Analisis Fikih & Ekonomi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mardani. (2012). Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah. Jakarta: Prenada Media.
- Nazhara Azka Nadianti "Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Praktik Jual Beli dengan Sistem Cashback di Tokopedia" VOLUME 3, NO. 1,

JULI 2023 JURNAL RISET EKONOMI SYARIAH (JRES)

Nurfyana Narmia Sari " *Analisis Hukum Islam terhadap Cashback di Tokopedia*" Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Volume 05 | Nomor 02 | Desember 2021 p-ISSN: 2549-4872 | e-ISSN: 2654-4970

Romdhon, M. R. (2015). *Jual Beli Online menurut Madzhab Asy-Syafi'i*. Pustaka Cipasung.

Rosmita " *Strategi Maximal Cashback Pada Online Shop Prespektif Fiqih Muamalah*" Vol. 3 No. 2 (2022): Hal. 258-268 EISSN: 2723-6021 *Bustanul Fukaha*

Soekanto, S., & Mamudji, S. (2001). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, Edisi 1, Cet. V. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Shovia Indah Fridiyanti " *Problematika Akad Mu'awadlah: Kajian Hukum Islam Pemberian Cashback pada Transaksi Jual-Beli Online* Vol. 8 No. 2 (2021): *EKSYAR : Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*

Susilo, H., Rosyadi, I., & Muthoifin, M. A. (2017). *Shifatush Shalat Al-Filiyah Baina Ikhtiyarat Al-Fiqhiyah Li Asy Syaikh Muhammad Bin Shalih Al-Utsaimin Wa Baina Qoul Al-Mutamad*

Wahbah, Z., & Islam, F. (2011). *terjemahan Abdul Hayyie al-Khattani. Fiqh Islam wa Adillatuhu*, Jakarta, Gema Insani.



© 2019 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).