ANALISIS HUKUM ISLAM DAN UU NO. 8 TAHUN 1999 TERHADAP JUAL BELI DENGAN *CASHBACK* MENGGUNAKAN OVO *CASH* DI *MERCHANT* REKANAN OVO KOTA SURABAYA

SKRIPSI

Oleh:

Fauziah Kurnianingtyas

NIM. C92215157

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Syari'ah dan Hukum

Jurusan Hukum Perdata Islam

Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Surabaya

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Fauziah Kurnianingtyas
NIM	: C92215157
Fakultas/ Jurusan	: Syariah dan Hukum / Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Analisis Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 terhadap Jual Beli dengan *Cashback* Menggunakan OVO *Cash* di *Merchant* Rekanan OVO Kota Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 20 Juni 2019
Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
TGL.
9B751AFF709458324
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Fauziah Kurnianingtyas
NIM. C92215157

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Fauziah Kurnianingtyas NIM. C92215157 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 21 Juni 2019

Pembimbing,

Dr. Fahrur Ulum, S.Pd,MEI.
NIP. 197209062007101003

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Fauziah Kurnianingtyas NIM. C92215157 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis munaqasah Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, 24 Juli 2019 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi:

Penguji I,

Dr. Fahrur Ulum, S.Pd.MEI
NIP. 197209062007101003

Penguji II,

Dr. Suqiyah Musafa'ah, M.Ag
NIP. 196303271999032001

Penguji III,

M. Romdlon, S.H, M.Hum
NIP. 196212291991031003

Penguji IV,

Wahid Hadi Purnomo, MH
NIP. 197410252006041002

Surabaya, 1 Agustus 2019
Mengesahkan,
Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Dekan,

Dr. H. Masruhan, M.Ag
NIP. 195904041988031003

KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300 E-mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama	: Fauziah Kurnainingtyas
NIM	: C92215157
Fakultas/Jurusan	: Syariah dan Hukum/Hukum Perdata Islam
E-mail	: fauziahkurnianingtyas@gmail.com

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

■ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain(.....)

Yang berjudul:

ANALISIS HUKUM ISLAM DAN UU NO. 8 TAHUN 1999 TERHADAP JUAL BELI DENGAN CASHBACK MENGGUNAKAN OVO CASH DI MERCHANT REKANAN OVO KOTA SURABAYA

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikan, dan menampilkan/ mempublikasikan di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan/atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Agustus 2019
Penulis

Fauziah Kurnianingtyas

ABSTRAK

Skripsi ini merupakan hasil penelitian untuk menjawab petanyaan bagaimana praktik jual beli dengan cashback menggunakan OVO Cash di merchant'rekanan OVO kota Surabaya dan bagaimana analisis Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 terhadap jual beli dengan cashback menggunakan OVO Cash di merchant' rekanan OVO Kota Surabaya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif melalui teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisisnya menggunakan metode deskriptif komparasi dengan menggunakan pola pikir deduktif, yaitu memaparkan hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 kemudian dikomparasikan dengan praktik jual beli dengan cashback pada merchant rekanan OVO kota Surabaya.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa praktik jual beli menggunakan OVO Cash di merchant rekanan OVO kota Surabaya layaknya jual beli pada umumnya, yang membedakan adalah apabila konsumen ingin mendapat cashback harus memenuhi syarat dan ketentuan yang ditetapkan OVO pada periode promo "Hore Gajian". Namun, terdapat beberapa konsumen yang tidak menerima cashback sesuai yang dijanjikan. Praktik jual beli menggunakan OVO di merchant rekanan OVO Kota Surabaya telah sesuai dengan syarat dan ketentuan dalam jual beli berdasarkan syariat Islam. Cashback dalam jual beli diperbolehkan karena merupakan pemberian/hadiah yang bertujuan untuk marketing. Tetapi, Islam melarang semua pelaku usaha yang tidak memenuhi janjinya ketika melakukan kegiatan ekonomi. Berdasarkan Pasal 8 huruf (f) UU No. 8 Tahun 1999, praktik jual beli menggunakan OVO di merchant rekanan OVO Kota Surabaya tidak sesuai dengan kewajiban pelaku usaha yang melarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Hak konsumen juga tidak terpenuhi karena pembeli tidak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur.

Dari kesimpulan tersebut penulis menyarankan pihak OVO untuk memberikan informasi secara jelas tentang cashback jual beli tersebut dan memenuhi kewajibannya memberikan cashback kepada konsumen. Konsumen juga berkewajiban menjaga hak-haknya sendiri dengan berhati-hati ketika bertransaksi dengan selalu membaca ketentuan yang diberikan dengan cermat sebelum memutuskan untuk bertransaksi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR TRANSLITERASI xii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi dan Batasan Masalah 8

C. Rumusan Masalah 10

D. Kajian Pustaka 10

E. Tujuan Penelitian 14

F. Kegunaan Hasil Penelitian 15

G. Definisi Operasional 16

H. Metode Penelitian 17

I. Sistematika Pembahasan 22

BAB II JUAL BELI DENGAN JANJI HADIAH DALAM HUKUM ISLAM DAN UU NO. 8 TAHUN 1999 24

A. Jual Beli dalam Hukum Islam 24

1. Pengertian Jual Beli 24

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Dasar Hukum Jual Beli 26
3. Rukun dan Syarat Jual Beli 29
4. Uang Elektronik 36
5. Bentuk-Bentuk Jual Beli yang Dilarang 39
6. Janji dalam Jual Beli 42
7. Berselisih dalam Jual Beli 43
B. Hadiah dalam Islam 44
1. Pengertian Hadiah 44
2. Dasar Hukum Hadiah 45
3. Macam-macam Hadiah 46
4. Rukun dan Syarat Hadiah 47
5. Hadiah sebagai Daya Tarik Pelanggan 48
8. Cashback dalam Jual Beli 49
C. Jual Beli dalam UU No. 8 Tahun 1999 50
1. Latar Belakang Lahirnya UU No. 8 Tahun 1999 50
2. Hak dan Kewajiban Konsumen 53
3. Hak dan Kewajiban Para Pelaku Usaha 54
4. Larangan Bagi Pelaku Usaha 56
5. Tanggung Jawab Pelaku Usaha 57
6. Upaya Hukum dalam UU No. 8 Tahun 1999 58
7. Sanksi dalam UU No. 8 Tahun 1999 59
BAB III PRAKTIK JUAL BELI DENGAN CASHBACK DI MERCHANT REKANAN OVO KOTA SURABAYA 61
A. Gambaran Umum OVO 61
1. Profil OVO 61

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Visi dan Misi OVO 63

B. Gambaran Umum Merchant Rekanan OVO..... 64

1. Profil Merchant Rekanan OVO..... 64

C. Hubungan Hukum OVO, Merchant dan Konsumen..... 68

1. Hak dan Kewajiban OVO 68

2. Hak dan Kewajiban Merchant..... 68

3. Hak dan kewajiban Konsumen..... 69

D. Praktik Jual Beli di Merchant Rekanan OVO 71

E. Permasalahan Terhadap Jual Beli dengan Cashback OVO 73

1. Keterangan Merchant..... 73

2. Keterangan Pembeli/ Konsumen..... 75

3. Keterangan Pihak OVO 77

BAB IV ANALISIS TERHADAP JUAL BELI DENGAN CASHBACK DI MERCHANT REKANAN OVO KOTA SURABAYA 80

A. Analisis Praktik Jual Beli dengan OVO Cash Di Merchant Rekanan OVO Kota Surabaya 80

B. Analisis Hukum Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 Terhadap Praktik Jual Beli dengan Cashback Di Merchant Rekanan OVO Kota Surabaya..... 83

1. Analisis Hukum Islam..... 83

2. Analisis UU. No, 8 Tahun 1999..... 86

BAB V PENUTUP 90

A. Kesimpulan 90

B. Saran..... 91

DAFTAR PUSTAKA 93

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Standing Banner OVO 72

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia dijadikan sebagai khalifah di muka bumi ini. Bumi dan segala isinya dipandang Islam sebagai amanah Allah kepada para khalifah agar digunakan semaksimal mungkin demi kemaslahatan umat.[1]

Demi terwujudnya tujuan yang mulia ini, Allah memberi petunjuk melalui rasul-rasulNya. Petunjuk itu adalah segala hal yang manusia butuhkan, yaitu akidah, akhlak ataupun Syariah. Syariah Islam merupakan ajaran yang dibawa oleh rasul terakhir dan mempunyai keunikan tersendiri. Syariah Islam bukan hanya bersifat menyeluruh atau komprehensif[2], tetapi juga bersifat universal[3]. Karakter yang sangat istimewa tersebut sangat diperlukan karena tidak ada Syariah lainnya yang akan menyempurnakan.[4]

Perkembangan teknologi di era modern semakin melaju pesat. Saat ini dalam sistem pembayaran sudah sangat maju dan berkembang. Sistem barter atau biasa disebut sebagai sistem tukar menukar antara barang denagn

---

[1] Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktik (Jakarta: Gema Insani, 2001), 3.

[2] Komprehensif merupakan Syariah Islam yang meringkas semua aspek kehidupan, baik itu dalam masalah ritual (ibadah) ataupun dalam masalah social (muammalah). Dalam menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan manusia dengan Tuhan-Nya diperlukan untuk selalu beribadah kepada Allah. Ibadah juga sebagai sarana pengikat bahwa manusia sebagai khalifah di muka bumi ini. Sedangkan muammalah diturunkan sebagai the rules of the game atau aturan main manusia dalam kehidupan sosial. Lihat Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktik (Jakarta: Gema Insani, 2001), 4.

[3] Universal yang bermakna Syariah Islam bisa diterapkan setiap waktu dan tempat sampai hari kiamat nanti. Universalitas ini sangat jelas terlihat terutama dalam bidang muammalah, selain cakupannya yang luas dan fleksibel muammalah juga tidak membedakan antara orang muslim dan non muslim. Lihat Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktik, 4.

[4] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

barang sudah tergantikan dengan uang kertas. Saat ini seseorang tidak susah lagi untuk membawa barang-barang yang akan dibarter pada saat melakukan transaksi dan transaksi disepakati. Uang sebagai alat tukar menukar sangat memudahkan seseorang dalam bertransaksi pada zamannya dan masih digunakan sampai saat ini.

Namun dengan perkembangan zaman dan kemajuan tekonologi, kecerdasan manusia juga mulai berkembang dan memunculkan inovasi-inovasi baru. Saat ini manusia sudah tidak mau repot membawa banyak uang pada saat bertransaksi karena sesuai berjalannya waktu ditemukan solusi cashless, yaitu bertransaksi menggunakan kartu ATM. Tanpa harus membawa uang tunai seseorang sudah bisa bertransaksi ataupun melakukan pembayaran. Dalam menggunakan ATM juga sangat mudah, karena kita hanya cukup menggesek di EDC Swipe dan memasukkan PIN maka pembayaranpun sudah bisa dilakukan. Variasi lainnya adalah kartu kredit. kartu kredit bisa digunakan sebagai alternatif pembiayaan dan tawaran promo. Tetapi harus digunakan secara bijak karena jika penggunaannya benar maka kartu kredit bisa sangat menguntungkan bagi penggunanya.[5]

Tidak hanya berhenti pada kartu kredit saja, transaksi menggunakan kartu debet dinilai kurang paraktis. Tetapi dengan penilaian yang menganggap bahwa kartu debet kurang praktis maka muncul inovasi-inovasi baru yaitu uang elektronik atau e-wallet. Perbedaan antara ATM dengan e-

[5] Alief Reza, "Selamat Datang di Era Cashless, Pengamen Bersiaplah Pakai E-money", https://www.kompasiana.com/alrezkc/5c82472fc112fe69ce457954/selamat-datang-di-era cashless-pengamen-bersiaplah-pakai-e-money, diakses pada 20 Maret 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wallet sangat terlihat jelas perbedaan secara kasat mata. ATM/Debit/Kredit merupakan sebuah kartu sementara itu e-wallet berupa data akutansi dalam suatu sistem komputerisasi yang melekat di smartphone.

Sungguh era smartphone telah mengubah banyak budaya manusia, selain budaya bersosialisasi, juga budaya bertransaksi. Budaya belanja ke pasar kini semakin lama semakin menghilang dengan budaya belanja online, budaya antre tiket di loket juga semakin kuno. Perubahan melahirkan sistem "dompet online". Masyarakat memang dimudahkan dengan e-wallet, tak cuma mengubah uang kartal menjadi "kartu", teknologi e-wallet mampu mengubah dompet kulit menjadi dompet digital yang dibenamkan di sebuah ponsel pintar.

Sebenarnya era e-money bukan hal yang datang secara tiba-tiba. Bank Indonesia sejak tahun 2009 sudah mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor: 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (Ekectronic Money) yang kini sudah diperbarui menjadi PBI Nomor 18/17/PBI/2016. Bahkan tahun 2014 Pemerintah telah mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan agar Indonesia menuju era maju tanpa uang cash dalam transaksi ekonominya.[6]

Model uang elektonik memang sedang naik daun dewasa ini di kalangan pengguna perangkat mobile Indonesia. Aplikasi dompet digital yang paling menonjol di Indonesia salah satunya adalah OVO. Diluncurkan pada Maret 2017, OVO adalah aplikasi e-wallet yang dikembangkan oleh PT. Visionet

[6] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Internasional yang mana berafiliasi dengan Lippo Group. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat melakukan berbagai macam transaksi pembayaran di berbagai merchant yang bekerja sama dengan OVO.

Aplikasi OVO saat ini tersedia untuk platform Android dan IOS. OVO menggunakan sistem point reward yang disebut dengan OVO point, untuk menjaga dan meningkatkan transaksi pengguna. Pada aplikasi OVO terdapat OVO Cash yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai transaksi keuangan. OVO ada untuk memudahkan semua masyarakat. Tidak perlu lagi repot membawa uang cash dalam jumlah banyak, tidak perlu lagi menggunakan kartu kredit, dan takut akan mendapat denda apabila tidak sanggup membayar. Pada intinya, OVO merupakan salah satu solusi pembayaran non-tunai (cashless) dalam kehidupan sehari-hari.

Untuk mengajak masyarakat melakukan transaksi cashless menggunakan OVO Cash, OVO memberikan berbagai macam promo menarik yang membuat masyarakat berbondong-bondong menggunakannya. Salah satu promo yang ditawarkan OVO adalah pemberian cashback apabila melakukan transaksi jual beli dengan pembayaran menggunakan OVO Cash. Promo cashback ini, diberikan berdasarkan kategori merchant, apakah makanan atau non makanan, periode promo yaitu setiap bulan, area lokasi merchant berada yaitu di Surabaya, Malang dll, serta tingkat transaksi OVO di merchant yaitu berapa banyak rupiah cust belanja menggunakan OVO.[7]

[7] Bhaskoro,(Account Executive OVO),Wawancara, Surabaya, 20 Maret 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk promo terbesar cashback OVO adalah promo “Hore Gajian” dengan presentasi cashback sebesar 60% di merchant favorit rekanan OVO.

Jual beli dengan cashback ini adalah salah satu bentuk promosi dari fintech OVO yaitu dengan memberikan uang kembali berupa OVO point dengan 1 OVO point bernilai 1 Rp. Jual beli ini memberikan cashback bagi pelanggan di berbagai merchant apabila membayar menggunakan OVO Cash tentunya di merchant-merchant rekanan OVO. Namun, untuk bisa mendapatkan cashback tersebut, OVO memberikan syarat & ketentuan tersendiri setiap ingin menikmati promo tersebut. Tentunya dengan Syarat & Ketentuan yang berlaku.

Untuk menginformasikan berbagai promo menarik, OVO mempromosikannya dalam bentuk iklan yang ada di aplikasi OVO di menu deals dan unggahan foto di instagram ovo yaitu @ovo_id.

Sebelum melakukan transaksi pembelian suatu produk, konsumen kerap kali menjadikan iklan sebagai media untuk menggali informasi guna mencari barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan daya beli yang dimilikinya.[8]

Sebagai sarana untuk memperoleh informasi, iklan adalah media yang cukup dikenal oleh masyarakat dan tidak sulit untuk ditemukan. Pemerintah sangat menyadari makna pentingnya informasi bagi konsumen, sebagai mana tertuang dalam Penjelasan Peraturan Pemerintah (PP) No. 69 Tahun 1999 tentang Label iklan dan Pangan, yaitu:

[8] Dedi Harianto, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Iklan yang Menyesatkan (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010), 71.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Informasi pada label pangan atau melalui media iklan, sangat diperlukan bagi masyarakat agar masing-masing individu secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli dan atau mengkonsumsi pangan. Tanpa adanya informasi yang jelas, maka kecurangan-kecurangan dapat terjadi."

Menurut Dedi Harianto menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang membuat iklan yang mengelabui konsumen (misleading) mengenai kualitas, kuantitas bahan, kegunaan, harga, tarif, kecepatan waktu, jaminan dan garansi barang dan/ atau jasa.[9]

Dalam pengertian luas, konsumen dikatakan tertipu oleh klaim atau kampanye iklan apabila:

1. Impresi atau kesan yang diberikan dalam klaim atau kampanye iklan tersebut adalah salah, atau dengan kata lain timbul claim fact discrepancy ketidaksesuaian antara klaim dengan fakta;
2. Klaim atau kampanye iklan yang salah tersebut dipercaya oleh konsumen.

Hal penting yang perlu diingat adalah klaim yang salah tersebut bukan berarti bersifat menipu dengan sendirinya, tetapi konsumen perlu percaya terlebih dahulu kepada sebuah klaim, baru kemudian dapat tertipu olehnya. Sebuah klaim yang salah tidak akan membahayakan konsumen kecuali jika dipercaya, dan sebuah klaim yang benar dapat membahayakan jika menimbulkan kepercayaan yang salah.[10]

Promo cashback yang sedang marak hari ini kadang kala membuat masyarakat sering mempertanyakan tentang status cashback itu sendiri,

[9] Ibid., 112.
[10] Ibid., 116.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

apakah diperbolehkan dalam Islam atau tidak. Bukan hanya itu, berdasarkan fakta yang ada di lapangan, penulis menemukan adanya kesenjangan. Bahwa pengguna OVO/konsumen akan mendapatkan cashback apabila telah bertransaksi menggunakan OVO Cash di merchant-merchant rekanan OVO, namun hal itu tidak didapatkan oleh konsumen. Bahkan ada pula konsumen yang merasa dirugikan akibat pemblokiran akun OVO secara sepihak tanpa pemberitahuan dan alasan yang jelas.

Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.

Hal senada diatur dalam Pasal 9 ayat (1) UUPK bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar. Lebih jauh, dalam menawarkan barang dan/atau jasa ini, pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai (Pasal 10 UUPK):

1. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
2. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
3. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atau suatu barang dan/atau jasa;
4. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
5. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.[11]

Walaupun Islam pada masa Rasulullah belum menjelaskan perlindungan konsumen secara empiris seperti saat ini, namun pengaturan perlindungan

[11] UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen yang diajarkan Rasulullah sangat mendasar, sehingga pengaturan tersebut menjadi cikal bakal produk hukum perlindungan konsumen modern. Etika jual beli menurut Rasulullah salah satunya yakni jujur dan amanah. Kejujuran dan amanah mempunyai hubungan yang sangat erat karena orang yang selalu jujur pastilah amanah (terpercaya). Allah memerintahkan agar umat Islam menunaikan amanat kepada orang yang berhak menerimanya dan jika memutuskan perkara agar dilakukan secara adil, sebagaimana firman-Nya:

إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُكُمۡ أَن تُؤَدُّواْ ٱلۡأَمَٰنَٰتِ إِلَىٰٓ أَهۡلِهَا وَإِذَا حَكَمۡتُم بَيۡنَ ٱلنَّاسِ أَن تَحۡكُمُواْ بِٱلۡعَدۡلِۚ

Artinya: "Sesungguhnya Allah memerintahkan kalian untuk menunaikan amanat kepada orang yang berhak menerimanya dan apabila kalian memutuskan hukum di antara manusia maka putuskanlah dengan adil." (QS. (4) Al-Nisa': 58).[12]

Oleh karena banyaknya konsumen yang merasa dirugikan dari adanya jual beli dengan cashback yang diberikan OVO, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam pada skripsi ini dengan mengangkat judul "Analisis Hukum Islam dan UU No. 8 tahun 1999 Terhadap Jual Beli dengan Cashback menggunakan OVO Cash di Merchant Rekanan OVO Kota Surabaya".

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Identifikasi masalah dilakukan untuk menjelaskan adanya suatu permasalahan dalam penelitian dengan melakukan identifikasi sebanyak

[12] Idri, Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi (Jakarta: Kencanam 2015), 331-332.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mungkin yang dapat diduga sebagai masalah.[13] Dan pembatasan masalah disini dimaksudkan untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas, sehingga tidak menimbulkan luasnya penafsiran mengenai permasalahan dan pembahasan. Kemudian permasalahan pun menjadi lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang penulis bahas. Berdasarkan paparan latar belakang masalah diatas terdapat beberapa poin-poin yang diduga sebagai masalah dalam penelitian ini. Adapun masalah-masalah tersebut dapat diidentifikasikan sebagai berikut:

1. Kecenderungan masyarakat menggunakan alat pembayaran elektronik (e-money).
2. Kurangnya minat masyarakat terhadap transaksi cash.
3. Persaingan semakin ketat antara pelaku usaha dan penyedia layanan transaksi elektronik.
4. Faktor sosial dan ekonomi masyarakat terhadap transaksi elektronik.
5. Praktik jual deli dengan cashback menggunakan OVO Cash di merchant rekanan OVO kota Surabaya.
6. Hukum Islam terhadap jual deli dengan cashback menggunakan OVO Cash di merchant rekanan OVO kota Surabaya.
7. UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen terhadap jual beli dengan cashback menggunakan OVO Cash di merchant rekanan OVO kota Surabaya.
8. Promo pemberian cashback dengan maksimum nominal cashback.

[13] Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, Petunjuk Teknik Penulisan Skripsi (Surabaya: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, 2016), 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

9. Tidak diberikannya cashback yang dijanjikan kepada konsumen.

Agar pembahasan karya tulis ini fokus sesuai identifikasi masalah, tidak meluas dan keluar dari yang diharapkan, maka penulis perlu memberikan batasan masalah yang akan dibahas, batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Praktik jual beli dengan cashback menggunakan OVO di merchant rekanan OVO Cash kota Surabaya
2. Analisis hukum Islam dan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen erhadap jual deli dengan cashback menggunakan OVO Cash di merchant rekanan OVO kota Surabaya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah di atas, penulis merumuskan beberapa pokok masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana praktik jual beli dengan cashback menggunakan OVO Cash di merchant rekanan OVO kota Surabaya?
2. Bagaimana analisis hukum Islam dan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap jual beli dengan cashback menggunakan OVO Cash di merchant rekanan OVO kota Surabaya?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah penjelasan ringkas terkait dengan kajian/penelitian yang pernah dilakukan seputar masalah yang akan diteliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sehingga nampak jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan plagiasi atau duplikasi dari kajian/penelitian yang telah ada.[14]

Sebelumnya penulis telah melakukan perbandingan antara penelitian-penelitian terdahulu diantaranya sebagai berikut:

Pertama, skripsi Ahmat Bashori mahasiswa UIN Sunan Ampel yang berjudul "Analisis Hukum Islam terhadap Akad Jual Beli melalui aplikasi Go Food di Kota Surabaya" yang ditulis pada tahun 2019. Fokus skripsi ini membahas praktik pemesanan makanan melalui layanan jasa Go-Food pada aplikasi Go-Jek di Surabaya. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa jual beli yang tidak dalam majlis itu dilarang karena tidak memenuhi syarat dalam ijab dan kabul, namun pergeseran waktu dan tempat dapat merubah hukum yang memang terbangun melalui pondasi adat istiadat. Ketentuan ini berdasarkan atas kaidah yang mashur dikalangan ulama, yakni la yunkaru taghayyur al-ahkam bi taghayyur al-azman wa al-amkan, mengenai perbedaan harga yang tidak sesuai dengan kesepakatan pada aplikasi, maka harus ditanggung oleh pihak driver kecuali driver mengkonfirmasikan sebelum membelikan pesanannya, karena menurut qoul ashah, khiyar majlis masih berlaku dalam jual beli melalui Go-Food.[15]

Kedua, Skripsi saudari Nurits Nadia Khafiyah mahasiswi fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik terhadap Minat

[14] Tim Penyusun Fakultas Syariah dan Hukum, Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), 8.
[15] Ahmat Bashori, "Analisis Hukum Islam terhadap Akad Jual Beli melalui aplikasi Go Food di Kota Surabaya" (Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2019).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menggunakan Aplikasi OVO" yang ditulis pada tahun 2019. Fokus penelitian ini adalah seberapa besar minat mahasiswa jurusan pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta mengenai uang elektronik menggunakan aplikasi OVO. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa minat menggunakan aplikasi ovo dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan inovasi teknologi.[16]

Ketiga, Skrispi saudara Amir Faqih mahasiswa fakultas Syari'ah UIN Maulana Malik Ibrahim dengan judul "Kajian Uang Elektronik dalam Perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Fikih Syafi'iyah: Studi pada Aplikasi OVO" yang ditulis tahun 2018. Fokus penelitian ini adalah menganalisis uang elektronik pada aplikasi OVO khususnya pada pengguna klasifikasi OVO Club dengan perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen dan ditinjau dengan Perspektif Fikih Syafi'iyah.[17]

Keempat, Skripsi saudari Rizki Lucia Tiyani dengan judul "Penggunaan T-Cash Dalam Transaksi Pembayaran Elektronik Perspektif Hukum Islam" yang ditulis tahun 2018. Penelitian ini membahas tentang praktek penggunaan T-cash dalam transaksi pembayaran elektronik yang terjadi di kalangan mahasiswa menurut perspektif hukum islam. Tinjauan Hukum Islam Tentang Penggunaan T-cash dalam Sistem Pembayaran Elektronik adalah diperbolehkan jika digunakan sebagai alat pembayaran dengan

[16] Nurits Nadia Khafiyah, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO" (Skripsi--Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2019).

[17] Amir Faqih, "Kajian Uang Elektronik dalam Perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Fikih Syafi'iyah: Studi pada Aplikasi OVO" (Skripsi--Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2018).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengikuti ketentuan yang terdapat dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 116/DSN-MUI/IX/20I7 Tentang Uang Elektronik Syariah. Dan lagi pula, hukum asal dari jual beli itu adalah mubah (boleh). Penggunaan T-cash ini adalah salah satu cara untuk menarik minat pelanggan khususnya Telkomsel untuk menggunakan T-cash sebagai salah satu pembayaran melalui media elektonik.[18]

Kelima, Skripsi saudari Ismawati dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perbedaan Pembayaran Jasa Ojek Online Secara Tunai Dan Gopay: Studi Kasus Pada Driver Go Jek Online Di Bandar Lampung" yang ditulis tahun 2018. Skripsi ini mengkaji tentang perbedaan pembayaran upah pada jasa ojek online secara tunai dan go pay dan tinjauan hukum Islam tentang perbedaan upah dalam pembayaran jasa ojek online secara Go-pay dan tunai. Hasil penelitian ini adalah bahwa pelaksanaan pembayaran upah jasa pada ojek online adalah dibolehkan dalam Islam. Karena sesuai dengan ijar@h dzimmah, yaitu sewa atas manfaat. Terjadinya perbedaan pembayaran dengan tunai dan go-pay yaitu, untuk memudahkan konsumen membayar terhadap biaya pengguna layanan aplikasi gojek, dan akan simpel dan praktis menggunakan go-pay. karena akadnya ijar@h dzimmah, menjadi hak pihak yang menyewakan jasa (driver/perusahan gojek) untuk memberikan discount

[18] Rizki Lucia Tiyani, "Penggunaan T-Cash Dalam Transaksi Pembayaran Elektronik Perspektif Hukum Islam" (Skripsi--Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2018).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai athaya dan pemberian yang dibolehkan oleh syara‘, dan tidak merugikan pihak driver ataupun konsumen.[19]

Keenam, Skripsi saudari Linda Nur Hasanah dengan judul “Kedudukan Hukum Uang Elektronik (E-money) dalam Melakukan Transaksi Pembayaran Non Tunai” yang ditulis tahun 2018. Skripsi ini membahas bagaimana kedudukan hukum uang elektronik dalam transaksi pembayaran di Indonesia dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap penggunaan uang elektronik dalam transaksi non tunai. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa menurut hukum Islam penggunaan uang elektronik boleh digunakan karena mempermudah dalam bertransaksi dan memberikan banyak manfaat bagi penggunanya.[20]

Dengan demikian, dari keenam penelitian terdahulu yang telah penulis sebutkan di atas, tentulah berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan. Dalam penelitan ini, penulis akan fokus pada jual beli dengan cashback dalam perspektif hukum Islam dan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

---

[19] Ismawati, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perbedaan Pembayaran Jasa Ojek Online Secara Tunai Dan Gopay: Studi Kasus Pada Driver Go Jek Online Di Bandar Lampung” (Skripsi--Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2018).

[20] Linda Nur Hasanah, “Kedudukan Hukum Uang Elektronik (E-money) dalam Melakukan Transaksi Pembayaran Non Tunai” (Skripsi--Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2018).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Mengetahui bagaimana praktik jual beli dengan cashback menggunakan OVO Cash di merchant rekanan OVO kota Surabaya.
2. Mengetahui analisis hukum Islam dan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap jual beli dengan cashback menggunakan OVO Cash di merchant rekanan OVO kota Surabaya.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari aspek teoritis maupun praktis, baik bagi pembaca dan terlebih khusus bagi penulis sendiri. Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari aspek teoritis (keilmuan)

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan hukum Islam, khususnya dalam bidang muamalah yang berhubungan dengan perlindungan konsumen tentang bagaimana praktik jual beli dengan cashback menggunakan OVO di merchant rekanan OVO kota Surabaya bagi masyarakat secara keseluruhan khususnya pengguna aplikasi OVO.

2. Dari aspek praktis (terapan)

   Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi masyarakat untuk lebih memperhatikan ketentuan-ketentuan sebelum melakukan berbagai macam transaksi di era modern ini sekaligus mengetahui hak dan kewajiban bagi konsumen dan pelaku usaha sesuai dengan hukum Islam dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Definisi Operasional

Definisi operasional memuat penjelasan tentang pengertian yang bersifat operasional dari konsep penelitian yang berguna untuk memperjelas dan mempertegas penulis. oleh karena itu penulis memberikan definisi sebagai berikut:

Hukum Islam	:	Segala ketentuan hukum yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah yang berupa perbuatan, perkataan atau takrir (penetapan atau pengakuan) dan pendapat ulama khususnya tentang jual beli.
UU No. 8 Tahun 1999	:	Aturan-aturan atau perangkat hukum yang memuat segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Pada Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK menerangkan pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji dalam label, etiket, keterangan iklan atau promosi penjualan barang tersebut.
Jualbeli dengan Cashback	:	Jual beli dimana pembeli diberikan presentase pengembalian uang tunai atau uang virtual tetapi dengan memenuhi syarat pembelian tertentu yang telah ditentukan oleh penyelenggara cashback.dengan menggunakan, kemudian dianalisis menggunakan teori

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wa'd dan hadiah

OVO : Aplikasi yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online (OVO Cash).

Merchant Rekanan OVO : Toko yang bekerjasama dengan OVO, yang menyediakan opsi pembayaran menggunakan OVO.

Jadi, yang penulis maksud dalam judul adalah menganalisis suatu kegiatan jual beli dengan pemberian cashback dengan syarat tertentu menggunakan peraturan dan ketentuan hukum Islam tentang jual beli dengan janji hadiah (wa'd) serta undang-undang tentang perlindungan konsumen.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu sarana pokok dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni. Oleh karena itu, penelitian bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran secara sistematis, metodologis, dan konsisten.[21] Penelitian ini adalah penelitian jenis lapangan (field research), data yang dikumpulkan berdasarkan fakta yang ada di lapangan sebagai objek penelitian. Agar penelitian ini tersusun dengan baik dan sistematis, penulis akan menjelaskan metode penelitian yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

[21] Zainuddin Ali, Metodologi Penelitian Hukum (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Lokasi penelitian

   Lokasi ini dilakukan di wilayah Surabaya dimana terdapat gerai/store OVO lebih tepatnya di Mall Royal Plaza dan juga merchant yang bekerjasama dengan OVO di Surabaya

2. Data yang dikumpulkan

   a. Data primer meliputi: Data tentang praktik jual beli dengan cashback menggunakan OVO di merchant rekanan OVO di kota Surabaya, sistem pemberian cashback pada merchant rekanan OVO, dan faktor yang melatar belakangi konsumen tidak mendapatkan cashback.

   b. Data sekunder meliputi literasi dan refrensi dalam landasan penelitian seperti: Referensi tentang jual beli dengan cashback dalam Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

3. Sumber Data

   Untuk mencari informasi serta kelengkapan data penelitian, maka dibutuhkan sumber-sumber data seagai berikut:

   a. Sumber primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkam langsung di lapangan. Data ini diperoleh penulis secara langsung dari pihak yang terlibat,[22] antara lain: Account Executive (AE) OVO Jawa Timur, pihak OVO store di Royal Plaza Surabaya, Customer Service OVO, Pihak merchant rekanan OVO di Surabaya, Pembeli/konsumen pengguna OVO di Surabaya.

[22] M. Iqbal Hasan, Metodologi Penelitian dan Aplikasinya (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Sumber sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang telah melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada baik dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian,[23] adapun literatur yang berhubungan dengan pembahasan seputar masalah ini:

1) Alief Reza, Selamat Datang di Era Cashless, Pengamen Bersiaplah Pakai E-money, 2019.
2) Daily Social TV, Adrian Suherman tentang Latar Belakang dan Visi Bisnis OVO, 2018.
3) Emanuel Kure, OVO Targetkan Jadi Alat Pembayaran Nomor Satu, 2018.
4) Emanuel Kure Basis Lippo Group, 2018.
5) Helmi Supriyanto, OVO-Dirjen IKMA Gelar Workshop Digital Payment bagi Pelaku IKM, 2019.
6) Irfan Laskito, 5 Keuntungan Menggunakan Aplikasi OVO, 2017.
7) Randi Eka, OVO Mantapkan Diri Jadi Platform Akomodasi Loyalitas Pengguna. 2017.

4. Teknik Pengumpulan Data

Secara lebih detail teknik pengumpulan data dalam pengertian ini sebagai berikut:

[23] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Observasi

Kegiatan yang dilakukan secara sistematis tentang objek yang diteliti dengan jalan pengamatan dan pencatatan,[24] dalam hal ini penulis melakukan pengamatan terhadap apa yang melatar belakangi konsumen/ pengguna OVO melakukan praktik jual beli dengan cashback.

b. Wawancara

Wawancara yaitu untuk mendapatkan informasi yang dilakukan dengan bertanya langsung kepada responden sesuai dengan pedoman wawancara.[25] Digunakan untuk memperoleh data secara akurat bagaimana praktik jual beli dengan cashback menggunakan OVO di merchant rekanan OVO kota Surabaya, yaitu Mbak Easa selaku Brand Presenter di OVO store Royal Plaza Surabaya, Mbak Fine (MCA OVO) dan Bpk. Bhaskoro selaku AE Merchant OVO Jawa Timur, Supervisor dan karyawan dari 3 merchant rekanan OVO, dan 6 pembeli/konsumen yang menggunakan OVO.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen.[26] Dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah

[24] Masruhan, Metode Penelitian Hukum (Surabaya: Hilal Pustaka, 2013), 213.
[25] Burhan Bungin, Metode Penelitian Kualitatif, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 155.
[26] M. Iqbal Hasan, Metodologi Penelitian dan Aplikasinya(Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 87.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

brosur, pamflet, aplikasi dan beberapa data lain yang dianggap relevan dengan permasalahan jual beli dengan cashback. Serta dokumen berupa foto hasil wawancara dengan para pihak yang terlibat dalam penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data yang dibutuhkan kemudian disusun secara sistematik dan selanjutnya dianilisis secara kritis oleh penulis menggunakan hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999. Analisis data adalah menganalisis data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data selanjutnya dideskripsikan dengan tolak ukur hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 sehingga menghasilkan interpretasi yang tepat dan akurat.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif komparasi kualitatif, yaitu bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi, fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi obyek penelitian, kemudian berupaya menarik menjadi gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.[27]

Berdasarkan data-data tentang obyek penelitian ini, penulis mendapatkan informasi yang didapat dari proses mencatat, menganalisa, kemudian menginterpretasikannya menggunakan pola pikir deduktif yang mendasarkan hal-hal yang berkaitan dengan

[27] M. Burhan Bungin, Penelitian Kualitatif: Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya (Jakarta: Kencana, 2007), 68.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

praktik jual beli dengan OVO cash di merchant rekanan OVO kota Surabaya selanjutnya ditarik kesimpulan. Penulis meletakkan norma hukum Islam yaitu menggunakan teori jual beli dan UU No. 8 Tahun 1999 sebagai acuan menganalisis fakta-fakta di lapangan yang berkenaan dengan cashback dalam jual beli dan tidak terpenuhinya pemberian cashback kepada konsumen.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman dalam pembahasan peelitian ini, penulis membagi beberapa sub bab yang terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

Bab pertama merupakan Pendahuluan, yakni berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua merupakan konsep jual beli dengan cashback dalam Hukum Islam dan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Bab ini berisi teori-teori meliputi: jual beli dalam hukum Islam, pengertian cashback dalam jual beli, dan UU No. 8 tahun 1999.

Bab ketiga merupakan Praktik Jual Beli dengan Cashback pada Merchant Rekanan OVO, yakni berisi tentang transaksi jual beli dengan cashback di merchant rekanan OVO kota Surabaya. Merupakan gambaran umum profil OVO sebagai aplikasi penyedia layanan e-wallet, visi dan misi,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

layanan OVO, merchant rekanan OVO, praktik jual beli dengan cashback menggunakan OVO di merchant rekanan OVO kota Surabaya, latar belakang jual beli dengan cashback, hak dan kewajiban pembeli/ pengguna OVO Cash, faktor yang melatar belakangi tidak dipenuhinya jual beli dengan cashback.

Bab keempat merupakan Analisis Hukum Islam dan UU No. 8 tahun 1999 tetang Perlindungan Konsumen terhadap transaksi jual beli dengan cashback menggunakan OVO di Merchant Rekanan OVO kota Surabaya

Bab kelima merupakan Penutup, yakni berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis serta saran yang dapat memberikan manfaat bagi segala pihak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

JUAL BELI DENGAN JANJI HADIAH DALAM HUKUM ISLAM DAN UU NO. 8 TAHUN 1999

A. Jual Beli dalam Hukum Islam

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli atau perdagangan dalam istilah fiqh disebut al-ba'i yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Wahbah al-Zuhaily[1] mengartikannya secara bahasa dengan "menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain". Kata al-ba'i dalam Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata al-syira' (beli). Dengan demikian, kata al-ba'i berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.

Secara terminologi, terdapat beberapa definisi jual beli yang dikemukakan para ulama fiqh, sekalipun substansi dan tujuan masing-masing definisi sama. Sayyid Sabiq,[2] mendefinisikannya dengan:

مُبَا دَ لَةُ مَالٍ بِمَالٍ عَلَى سَبِيْلِ التَّرَاضِي , اَوْ نَقْلُ مِلْكٍ بِعِوَضٍ عَلَى الْوَجْهِ الْمَأْ ذُوْنِ فِيْهِ

Artinya : "Jual beli ialah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan". Atau, memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan".

Dalam definisi di atas terdapat kata "harta", "milik", "dengan" "ganti dan "dapat dibenarkan" (al-ma'dzun fih). Yang dimaksud harta dalam

[1] Wahbah al-Zuhaily, Al-Fiqh al-Islam wa Adillatuh, (Damaskus: Dar al-Fikr al-Mu'ashir, 2005), jilid V, cet. Ke-8, h.3304. Lihat pula Sayyid Sabiq, Fiqh al-Sunnah, (Beirut: Dar al-Fikr, 1983), jilid III, cet. Ke-4, 126.
[2] Sayyid Sabiq, Op. cit., 126.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

definisi di atas yaitu segala yang dimiliki dan bermanfaat, maka dikecualikan yang bukan milik dan tidak bermanfaat, yang dimaksud milik agar dapat dibedakan dengan yang bukan milik; yang dimaksud dengan ganti agar dapat dibedakan dengan hibah (pemberian); sedangkan yang dimaksud dapat dibenarkan (al-ma'dzun fih) agar dapat dibedakan dengan jual beli yang terlarang.

Definisi lain dikemukakan oleh ulama Hanafiyah yang dikutip oleh Wahbah al-Zuhaily,[3] jual beli adalah:

مُبَا دَلَةُ مَالٍ بِمَالٍ عَلَى وَجْهٍ مَخْصُوْصٍ , أَوْ مُبَا دَلَةُ شَيْئٍ مَرْغُوْبٍ فِيْهِ بِمِثْلٍ عَلَى وَجْهٍ مُقَيَّدٍ مَخْصُوْصٍ.

Artinya : "Saling tukar harta dengan harta melalui cara tertentu". Atau, "tukar-menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat">

Dalam definisi ini terkandung pengertian "cara yang khusus", yang dimaksudkan ulama Hanafiyah dengan kata-kata tersebut adalah melalui ijab dan kabul, atau juga boleh melalui saling memberikan barang dan harga dari penjual dan pembeli. Di samping itu, harta yang diperjualbelikan harus bermanfaat bagi manusia, sehingga bangkai, minuman keras dan arak tidak termasuk sesuatu yang boleh diperjualbelikan, karena benda-benda itu tidak bermanfaat bagi muslim. Apabila jenis-jenis barang seperti itu tetap diperjualbelikan, menurut ulama Hanafiyah, jual belinya tidak sah.

[3] Wahbah al-Zuhaily, Op. cit., hal. 3305.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Definisi lain dikemukakan oleh Ibn Qudamah (salah seorang ulama Malikiyah), yang juga dikutip oleh Wahbah al-Zuhaily,[4] jual beli adalah:

مُبَا دَلَةُ مَالٍ بِا لْمَالِ تَمْلِيْكًا وَتَمَلُّكًا

Artinya : "Saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan pemilikan".

Dalam definisi ini di tekankan kata "milik dan pemilikan", karena ada juga tukar-menukar harta yang sifatnya tidak harus dimiliki, seperti sewa-menyewa (al-ijar@h).

Berdasarkan definisi di atas, maka pada intinya jual beli itu adalah tukar menukar barang. Hal ini telah dipraktikkan oleh masyarakat primitif ketika uang belum digunakan sebagai alat tukar menkar barang, yaitu dengan sistem barter yang dalam terminologi fiqih disebut dengan ba'i al-muqayyadah. Meskipun jual beli dengan sistem barter telah ditinggalkan dan diganti dengan sistem mata uang, tetapi terkadang esensi jual-beli seperti itu masih berlaku, sekalipun untuk menentukan jumlah barang yang ditukar tetapi diperhitungkan dengan nilai mata uang tertentu.

2. Dasar Hukum Jual Beli

Sebagai sesama umat manusia, dianjurkan untuk hidup saling tolong-menolong. Jual beli adalah salah satu sarana tolong-menolong yang mempunyai landasan kuat dalam al-Qur'an dan sunnah Rasulullah saw.

[4] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terdapat beberapa ayat al-Qur'an dan sunnah Rasulullah saw. yang berbicara tentang jual beli, antara lain:

1. Surat al-Baqarah ayat 275:[5]

   أَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ ... (البقرة : ٢٧٥)

   Artinya: "Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."

2. Surat an-Nisa' ayat 29: [6]

   ... إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ... (النسآء : ٢٩)

   Artinya: "...kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu..."

Dasar hukum jual beli berdasarkan sunnah Rasulullah, antara lain:

1. Hadis yang diriwayatkan oleh Rifa'i ibn Rafi: [7]

   سُئِلَ النَّبِيُّ صلى الله عليه وسلم: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ فَقَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيعٍ مَبْرُوْرٍ. (رواه ابزّارُ والحاكم)

   Artinya: "Rasulullah saw. ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah saw. menjawab: Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati" (HR. Al-Bazzar dan Al-Hakim).

2. Hadis yang diriwayatkan al-Tirmidzi, Rasulullah saw bersabda: [8]

   أَلتَّا جِرُالصَّدُوْقُ الْأَمِيْنُ مَعَ النَّبِيِّيْنَ وَالصِّدِّيْقِينَ وَالشّهَدَاءِ (رواه الترمذى).

---

[5] Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Bandung: Penerbit Diponegoro, 2005), 69.
[6] Ibid, 122.
[7] Ahmad Ibn Hanbal, "Sunan Ahmad". Hadith no. 16628 dalam Mausu'ah al-Hadis ash-Sharif, edisi ke-2 (Ttp: Global Islamic Software Company, 1991-1997).
[8] At-Tirmidzi, Sunan At-Tirmidzi, Juz 3, Nomor hadis 1209, CD Room, Maktabah Kutub Al-Mutun, Silsilah Al-'Ilm An-Nafi', Seri 4, Al-Ishdar Al-Awwal, 1426 H, 515.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artinya: "Pedagang yang jujur dan terpercaya sejajar (tempatnya di surga) dengan para nabi, shadiqin, dan syuhada".

Dari kandungan ayat-ayat al-Qur'an dan sabda-sabda Rasul di atas, para ulama fiqh mengatkan bahwa hukum asal dari jual beli yaitu mubah (boleh). Akan tetapi, pada situasi-situasi tertentu menurut Imam al-Syathibi (w. 790 H), pakar fiqh Maliki, hukumnya boleh berubah menjadi wajib. Imam al-Syathibi, memberi contoh ketika terjadi praktik ihtikar (penimbunan barang sehingga stok hilang dari pasar dan harga melonjak naik. Apabila seorang melakukan ihtikar dan mengakibatkan melonjaknya harga barang yang ditimbun dan disimpan itu, maka menurutnya, pihak pemerintah boleh memaksa pedagang untuk menjual barangnya itu sesuai dengan harga sebelum terjadinya pelonjakan harga. Dalam hal ini menurutnya, pedagang itu wajib menjual barangnya sesuai dengan ketentuan pemerintah.[9] Hal ini sesuai dengan prinsip al-Syathibi bahwa yang mubah itu apabila ditinggalkan secara total, maka hukumnya boleh menjadi wajib. Apabila sekelompok pedagang beras melakukan boikot tidak mau menjual beras lagi, pihak pemerintah boleh memaksa mereka untuk berdagang beras dan para pedagang ini wajib melaksanakannya. Demikian pula, pada kondisi-kondisi lainnya.[10]

[9] Abu Ishaq al-Syathibi, Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah. (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1975), jilid II, 56.
[10] Abdul Rahman Ghazaly, Ghufron Ihsan, Sapiudin Shidiq, Fiqh Muamalat ,(Jakarta: Kencana, 2010). 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh syara'. Dalam menentukan rukun jual beli terdapat perbedaan ulama Hanafiyah dengan jumhur ulama.

Rukun jual beli menurut ulama Hanafiyah hanya satu, yaitu ijab (ungkapan membeli dari pembeli) dan qabul (ungkapan menjual dari penjual). Menurut mereka, yang menjadi rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan (rida/taradhin) kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Akan tetapi, karena unsur kerelaan itu merupakan unsur hati yang sulit untuk diindra sehingga tidak kelihatan, maka diperlukan indikasi yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli menurut mereka boleh tergambar dalam ijab dan kabul, atau melalui cara saling memberikan barang dan harga barang (ta'athi).[11]

Akan tetapi, jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat,[12] yaitu:

1. Ada orang yang berakad atau al-muta'aqidayn (penjual dan pembeli).
2. Ada shighat (lafal ijab dan qabul)
3. Ada barang yang dibeli
4. Ada nilai tukar pengganti barang

Menurut ulama Hanafiyah, orang yang berakad, barang yang dibeli, dan nilai tukar barang termasuk ke dalam syarat-syarat jual beli, bukan

[11] Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), cet. Ke-2, hal 115.
[12] Wahbah al-Zuhaily, Op. cit.. 3309.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rukun jual beli. Adapun syarat-syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan jumhur ulama di atas sebagai berikut:[13]

a. Syarat-syarat orang yang berakad.

Para ulama fiqh sepakat bahwa orang yang melakukan akad jual beli harus memenuhi syarat:

1) Berakal
2) Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda.

Artinya, seseorang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual sekaligus sebagai pembeli.

b. Syarat-syarat yang terkait dengan Ijab Kabul

Para ulama fiqh sepakat bahwa unsur utama dari jual beli yaitu kerelaan kedua belah pihak. Kerelaan kedua belah pihak dapat dilihat dari ijab dan kabul yang dilangsungkan. Menurut mereka ijab dan kabul perlu diungkapkan secara jelas dalam transaksi-transaksi yang bersifat mengikat kedua belah pihak, seperti akad jual beli, sewa-menyewa, dan nikah. Terhadap transaksi yang mengikat salah satu pihak, seperti wasiat, hibah dan wakaf, tidak perlu kabul, karena akad seperti ini cukup dengan ijab saja. Bahkan menurut Ibn Taimiyah (ulama fiqh Hanbali) dan ulama lainnya, ijab pun tidak diperlukan dalam masalah wakaf.[14]

Apabila ijab kabul telah diucapkan dalam akad jual beli maka pemilikan barang atau uang telah berpindah tangan dari pemilik

[13] Ibid., hal. 3317 dan seterusnya
[14] Mustafa Ahmad al-Zarqa', Al-Madkhal al-Fiqh al-'Am, jilid III, 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

semula. Barang yang dibeli berpindah tangan menjadi milik pembeli, dan nilai/uang berpindah tangan menjadi milik penjual. Untuk itu, para ulama fiqh mengemukakan bahwa syarat ijab dan kabul itu sebagai berikut:

1. Orang yang mengucapkannya telah balig dan berakal.
2. Kabul sesuai dengan ijab.
3. Ijab dan kabul itu dilakuakan dalam satu majelis.[15]

Di era revolusi industri 4.0 ini dimana teknologi seperti kecerdasan buatan, kendaraan otonom, dan internet saling mempengaruhi kehidupan manusia, perwujudan ijab dan kabul tidal lagi diucapkan, tetapi dilakukan dengan sikap mengambil barang dan membayar uang oleh pembeli, serta menerima uang dan menyerahkan barang oleh penjual tanpa ucapan apa pun. Misalnya, jual beli yang berlangsung di swalayan. Dalam fiqh Islam, jual beli seperti ini disebut dengan ba'i al-mu'ataah.

Dalam kasus perwujudan ijab dan kabul melalui sikap ini (ba'i al-mu'ataah) terdapat perbedaan pendapat di kalangan ulama fiqh. Jumhur ulama berpendapat bahwa jual beli seperti ini hukumnya boleh, apabila hal ini telah merupakan kebiasaan masyarakat di suatu negeri, karena hal ini telah menunjukkan unsur saling rela dari kedua belah pihak. Menurut mereka, di antara unsur terpenting dalam transaksi jual beli yaitu suka sama suka (al-tarad[n), sesuai dengan kandungan surat an-Nisa' ayat 29

[15] Nasrun Haroen, Op.cit., 116-117.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam uraian yang lalu. “Sikap mengambil barang dan membayar harga barang oleh pembeli menurut mereka talah menunjukkan ijab dan kabul dan telah mengandung unsur kerelaan”.[16]

Akan tetapi, ulama Syafi’iyah berpendapat bahwa transaksi jual beli harus dilakukan dengan ucapan yang jelas atau sindiran melalui ijab dan kabul. Oleh sebab itu, menurut mereka jual beli seperti kasus di atas (ba’i al-mu’atah hukumnya tidak sah, baik jual beli itu dalam partai besar maupun kecil. Alasan mereka adalah unsur utama jual beli yaitu kerelaan kedua belah pihak. Unsur kerelaan, menurut mereka, adalah masalah yang amat tersembunyi dalam hati, karenanya perlu diungkapkan dengan kata-kata ijab dan kabul; apalagi persengketaan dalam jual beli dapat terjadi dan berlanjut ke pengadilan.[17] Akan tetapi sebagian ulama Syafi’iyah yang muncul belakangan seperti Imam al-Nawawi seorang faqih dan muhaddis madzhab Syafi’i dan al-Baghawi seorang mufassir madzhab Syafi’i menyatakan bahwa jual beli al-mua’thah adalah sah, apabila hal itu telah merupakan kebiasaan di daerah tertentu. Akan tetapi, sebagian ulama Syafi’iyah lainnya membedakan antara jual beli dalam jumlah besar dan dalam jumlah kecil. Menurut mereka, apabila yang diperjualbelikan dalam jumlah besar, maka jual beli al- mu’atah tidak

[16] Ibid., 117. Lihat pula Muhammad bin Ismail al-Kahlani, Subul al-Salam, (Bandung: Dahlan, t.th), jilid III, 4.
[17] Nasrun Harun, Op. cit., 117.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sah, tetapi apabila jual beli itu dalam jumlah kecil maka jual beli ini hukumnya sah.[18]

Jadi, untuk melakukan jual beli, seseorang baik penjual dan pembeli harus memenuhi rukun-rukun jual beli.

c. Syarat-syarat Barang yang Diperjualbelikan (Ma'qud 'alaih)

Syarat-syarat yang terkait dengan barang yang diperjualbelikan sebagai berikut:[19]

1) Barang itu ada, atau tidak ada di tempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu.
2) Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia. Olah sebab itu, bangkai, khamr, dan darah tidak sah menjadi objek jual beli, karena dalam pandangan syara' benda-benda seperti ini tidak bermanfaat bagi muslim.
3) Milik seseorang. Barang yang sifatnya belum dimiliki seseorang tidak boleh diperjualbelikan, seperti memperjualbelikan ikan di laut atau emas dalam tanah, karena ikan dan emas ini belum dimiliki penjual.
4) Boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.

d. Syarat-syarat Nilai Tukar (Harga Barang)

Termasuk unsur terpenting dalam jual beli adalah nilai tukar dari barang yang dijual (untuk zaman sekarang adalah uang). Terkait

[18] Ibid.
[19] Lihat Wahbah al-Zuhaily, Op. cit., 3320, dan seterusnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan masalah nilai tukar ini para ulama fiqh berbeda membedakan al-tsaman dengan al-si'r. Menurut mereka, al-tsaman adalah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat secara aktual, sedangkan al-si'r adalah modal barang yang seharusnya diterima para pedagang sebelum dijual ke konsumen (pemakai). Dengan demikian, harga barang itu ada dua, yaitu harga antara pedagang dan konsumen (harga jual di pasar). Oleh sebab itu, harga yang dapat dipermainkan oleh para pedagang adalah al-tsaman.

Para ulama fiqh mengemukakan syarat-syarat al-tsaman sebagai berikut:[20]

1) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
2) Boleh dieserahkan pada waktu akad, sekalipun secara hukum seperti pembayaran dengan cek dan kartu kredit. Apabila harga barang itu dibayar kemudian (berutang) maka waktu pembayarannya harus jelas.
3) Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang (al-muqayyadah) maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamakan oleh syara', seperti babi dan khamr, karena kedua jenis benda ini tidak bernilai menurut syara'.

Di samping syarat-syarat yang berkaitan dengan rukun jual beli di atas, para ulama fiqh juga mengemukakan syarat-syarat lain, yaitu:

[20] Mustafa Ahmad Zarqa', Op.cit., 67.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Syarat sah jual beli. Para ulama fiqh menyatakan bahwa suatu jual beli dianggap sah apabila:

1) Jual beli itu terhindar dari cacat, seperti kriteria barang yang diperjualbelikan itu tidak diketahui, baik jenis, kualitas, maupun kuantitasnya, jumlah harga tidak jelas, jual beli itu mengandung unsur paksaan, tipuan, mudarat, serta adanya syarat-syarat lain yang membuat jual beli itu rusak. Apabila barang yang diperjualbelikan itu benda bergerak, maka barang itu boleh langsung dikuasai pembeli dan harga barang dikuasai penjual. Adapun barang tidak bergerak boleh dikuasai pembeli setelah surat menyuratnya diselesaikan sesuai dengan 'urf (kebiasaan) setempat.

2) Syarat terkait dengan jual beli. Jual beli baru boleh dilaksanakan apabila yang berakad mempunya kekuasaan untuk melakukan jual beli. Misalnya, barang itu milik sendiri (barang yang dijual itu bukan milik orang lain, atau hak orang lain terkait dengan barang itu). Akad jual beli tidak boleh dilaksanakan apabila orang yang melakukan akad tidak memiliki kekuasaan untuk melaksanakan akad. Misalnya, seseorang bertindak mewakili orang lain dalam jual beli, dalam hal ini pihak wakil harus mendapatkan persetujuan dahulu dari orang yang diwakilinya. Apabila orang yang diwakilinya setuju,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maka barulah hukum jual beli itu dianggap sah. Jual beli seperti ini dalam fiqh Islam disebut ba'i al-fudhuli.

b. Syarat yang terkait dengan kekuatan hukum akad jual beli. Para ulama fiqh sepakat bahwa suatu jual beli baru bersifat mengikat apabila jual beli itu terbebas dari segala macam khiyar (hak pilih untuk meneruskan atau membatalkan jual beli), apabila jual beli itu masih mempunyai hak khiyar, maka jual beli itu belum mengikat dan masih boleh dibatalkan. Apabila syarat jual beli di atas terpenuhi, barulah hukum transaksi jual beli dianggap sah dan mengikat, dan karenanya pihak penjual dan pembeli tidak boleh lagi membatalkan jual beli itu.

4. Uang Elektronik

1. Pengertian Uang Elektronik (E-Money)

Secara umum uang elektronik adalah alat pembayaran yang dapat digunakan sebagai alat tukar dan disimpan dalam format digital di sebuah komputer atau micro chip dalam sebuah kartu.[21]

Uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur: diterbitkan atas nilai uang yang disetorkan terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut,

[21] Yacobus Bayu Herkuncahyo, Legalitas Kedudukan Hukum Pedagang Uang (Elektronik Money Exchanger), dalam sengketa jual beliUang Elektronik, (2014).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nilai uang yang dikelola oleh penerbit bukan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Transaksi elektronik menurut Pasal 1 ayat (2) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah sebuah perbuatan hukum yang dilakukan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Maka kegiatan elektronik adalah pembayaran yang dilakukan melalui sistem elektronik/sistem pembayaran elektronik.[22]

2. Jenis Uang Elektronik

Dalam Pasal IA Peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (Electronik Money) berdasarkan pencatatan data identitas pemegang uang elektronik dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu: [23]

a. Uang elektronik yang terdaftar dan tercatat pada penerbit (registered); dan
b. Uang elektronik yang tidak tercatat dan tidak terdaftar pada penerbit (unregistered).

3. Pihak-Pihak dalam Transaksi Elektronik

Sesuai peraturan Bank Indonesia No. 16/PBI/2014 tentang Uang Elektronik, pihak-pihak dalam transaksi elektronik adalah:[24]

[22] Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
[23] Ibid.
[24] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Prinsipal

Prinsipal adalah Bank atau Lembaga Selain Bank yang bertanggung jawab atas pengelolaan sistem dalam transaksi Uang Elektronik.

b. Penerbit

Penerbit adalah Bank atau Lembaga Selain Bank yang menerbitkan Uang Elektronik.

c. Acquirer

Acquirer adalah Bank atau Lembaga Selain Bank yang:

1. Melakukan kerjasama dengan pedagang
2. Bertanggung jawab atas penyelesaian pembayaran kepada pedagang.
3. Pemegang

   Pemegang adalah pihak yang menggunakan uang elektronik. Pemegang adalah konsumen.
4. Pedagang

   Pedagang (merchant) adalah penjual barang dan/atau jasa yang menerima transaksi pembayaran dari pemegang.
5. Penyelenggara Kliring

   Penyelenggara Kliring adalah Bank atau Lembaga Selain Bank yang melakukan perhitungan hak dan kewajiban keuangan masing-masing Penerbit dan/atau Acquirer dalam transaksi elektonik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Penyelenggara Penyelesaian Akhir

Penyelenggara Penyelesaian Akhir adalah Bank atau Lembaga Selain Bank yang melakukan dan bertanggung jawab atas penyelesaian akhir hak dan kewajiban.

5. Bentuk-Bentuk Jual Beli yang Dilarang

Jual beli yang dilarang terbagi menjadi dua: Pertama, jual beli yang dilarang dan hukumnya tidak sah (batal), yaitu jual beli yang tidak memenuhi syarat dan rukunnya. Kedua, jual beli yang hukumnya sah tetapi dilarang, yaitu jual beli yang telah memenuhi syarat dan rukunnya, tetapi ada beberapa faktor yang menghalangi kebolehan proses jual beli.

1. Jual beli terlarang karena tidak memenuhi syarat dan rukun.

Bentuk jual beli yang termasuk dalam kategori ini sebagai berikut:

a. Jual beli barang yang zatnya haram, najis, atau tidak boleh diperjualbelikan. Barang yang najis atau haram dimakan haram juga untuk diperjualbelikan, seperti babi, berhala, bangkai, dan khamr.

b. Jual beli yang belum jelas.

1) Jual beli buah-buahan yang belum nampak hasilnya.

2) Jual beli barang yang belum tampak. Misalnya menjual ikan di kolam/laut, menjual ubi/singkong yang masih ditanam, menjual anak ternak yang masih dalam kandungan induknya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Jual beli bersyarat.

Jual beli yang ijab kabulnya dikaitkan dengan syarat-syarat tertentu yang tidak ada kaitannya dengan jual beli atau ada unsur-unsur yang merugikan dilarang oleh agama.

d. Jual beli yang menimbulkan kemudaratan.

Segala sesuatu yang dapat menimbulkan kemudaratan, kemaksiatan, bahkan kemusyrikan dilarang untuk diperjualbelikan, seperti jual-beli patung, salib dan buku-bukubacaan porno. Memperjualbelikan barang-barang ini dapat menimbulkan perbuatan-perbuatan yang maksiat.

e. Jual beli yang dilarang karena dianiaya

Segala bentuk jual beli yang mengakibatkan penganiayaan hukumnya haram, seperti menjual anak binatang yang masih membutuhkan (bergantung) kepada induknya.

f. Jual beli muhaqalah, yaitu menjual tanam-tanaman yang masih di sawah atau di ladang. Hal ini dilarang karena jual beli ini masih samar-samar dan mengndung tipuan.

g. Jual beli mukhadarah, yaitu menjual buah-buahan yang masih hijau (belum pantas dipanen).

h. Jual beli mulamasah yaitu jual beli secara sentuh-menyentuh. Misalnya seseorang menyentuh sehelai kain dengan tangannya di waktu malam atau siang hari, maka orang yang menyentuh berarti telah membeli kain ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

i. Jual beli munabadzah, yaitu jual beli secara lempar-melempar.

j. Jual beli muzabanah, yaitu menjual buah yang basah dengan buah yang kering. Seperti menjual padi kering dengan bayaran padi basah sedang ukurannya dengan ditimbang sehingga akan merugikan pemilik padi kering.

2. Jual beli terlarang karena ada faktor lain yang merugikan pihak-pihak terkait:

a. Jual beli dari orang yang masih dalam tawar-menawar

Apabila ada dua orang masih tawar-menawar atas sesuatu barang, maka terlarang bagi orang lain membeli barang itu, sebelum penawar pertama diputuskan.

b. Jual beli dengan menghadang dagangan di luar kota/paar. Maksudnya adalah menguasai barang sebelum sampai ke pasar agar dapat membelinya dengan harga murah, sehingga ia kemudian menjual di pasar degan harga yang juga lebih murah.tindakan ini dapat merugikan para pedagang lain, terutama yang belum mengetahui harga pasar.

c. Membeli barang dengan memborong untuk ditimbun, kemudian akan dijual ketika harga naik karena kelangkaan barang tersebut. Jual beli seperti ini dilarang karena menyiksa pihak pembeli disebabkan mereka tidak memperoleh barang keperluannya saat harga masih standar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Jual beli barang rampaan atau curian. Jika si pembeli telah tahu bahwa barang itu barang curian/rampasan, maka keduanya telah bekerja sama dalam perbuatan dosa.[25]

6. Janji dalam Jual Beli

Janji (wa'd) menurut Fatwa DSN MUI No. 85/DSN-MUI/XII/2012 tentang Janji (Wa'd) dalam Transaksi Keuangan dan Bisnis Syari'ah adalah pernyataan kehendak dari seseorang atau satu pihak untuk melakukan sesuatu yang baik (atau tidak melakukan sesuatu yang buruk) kepada pihak lain (mau'ud) di masa yang akan datang. Janji (wa'd) sering digunakan untuk transaksi yang bersifat tunggal, paralel dan/atau dalam transaksi yang multi akad.[26]

Rukun janji (wa'd) adalah:

1. Wa'id adalah orang yang menyatakan janji (berjanji)
2. Mau'ud adalah pihak yang diberi janji oleh wa'id
3. Mau'ud bih adalah sesuatu yang dijanjikan oleh wa'id (isi wa'd) dan
4. Mulzim adalah mengikat, dalam arti bahwa wa'id wajib menunaikan janjinya (melaksanakan mau'ud bih), serta boleh dipaksa oleh mau'ud dan/atau pihak otoritas untuk menunaikan janjinya.

Syarat pihak yang berjanji (wa'id):

1. Wa'id harus cakap hukum
2. Dalam hal janji dilakukan oleh pihak yang belum cakap hukum, maka efektivitas/keberlakukan janji tersebut bergantung izin dari wali/pengampunya

[25] Abdul Rahman Ghazaly, Fiqh Muamalat, (Jakarta: Kencana, 2010), 80-86.
[26] Fatwa DSN MUI No. 85/DSN-MUI/XII/2012 tentang Janji (Wa'd) dalam Transaksi Keuangan dan Bisnis Syari'ah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Wa'id harus memiliki kemampuan dan kewenangan untuk mewujudkan mau'ud bih

Ketentuan terkait pelaksanaan wa'd adalah:

1. Wa'd harus dinyatakan secara tertulis dalam akta/kontrak perjanjian
2. Wa'd harus dikaitkan dengan sesuatu (syarat) yang harus dipenuhi atau dilaksanakan mau'ud (wa'd bersyarat) dan tidak bertentangan dengan syariah
3. Mau'ud bih tidak bertentangan dengan syariah
4. Mau'ud sudah memenuhi atau melaksanakan akad sebagaimana ditetapkan wa'id

Ketentuan hukum mengenai janji (wa'd) dalam transaksi keuangan bisnis syari'ah adalah mulzim dan wajib dipenuhi oleh wa'id dengan mengikuti ketentuan-ketentuan yang berlaku menurut syariat.

7. Berselisih dalam Jual Beli

Penjual dan pembeli dalam melakukan jual beli hendaknya berlaku jujur, berterus terang, dan mengatakan yang sebenarnya, jangan berdusta, dan bersumpah dusta, sebab sumpah dan dusta itu menghilangkan keberkahan jual beli. Rasulullah saw. bersabda:

أَلْحَلْفُ مَنْفَعَةٌ لِلسِّلْعَةِ مَمْحَقَةٌ لِلْبَرَكَةِ (رواه البخارى و مسلم).

Artinya : "Bersumpah dapat mempercepat lakunya dagangan, tetapi dapat menghilangkan berkah" (HR. Bukhari dan Muslim).[27]

Para pedagang yang jujur, benar, dan sesuai dengan ajaran Islam dalam berdagangnya, mereka dikumpulkan dengan para nabi, sahabat,

[27]Al-Bukhari,Sahihal-Bukhari, Kitab Bai' No.2768 (Semarang:Thoha Putra,t.t.1999), 242.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat, sebagaimana sabda Rasulullah saw:

أَلتَّا جِرُ الصَّدُوْقُ الْأَمِيْنُ مَعَ النَّبِيِّيْنَ وَالصِّدِّيْقِيْنَ وَالشُّهَدَاءِ (رواه الترمدى).

Artinya : "Pedagang yang jujur dan terpercaya akan dikumpulkan bersama Nabi, para sahabat dan orang-orang mati syahid". (HR. Tirmidzi). [28]

Bila antara pernjual dan pembeli berselisih pendapat dalam suatu benda yang diperjualbelikan, maka yang dibenarkan adalah kata-kata yang punya barang bila antara keduanya tidak ada saksi dan bukti lainnya. Sabda Rasulullah saw:

إِذَااخْتَلَفَ الْبَيْعَانِ وَلَيْسَ بَيْنَهُمَا بَيِّنَةٌ فَهُوَ مَا يَقُوْلُ رَبُّ السِّلْعَةِ أَوْ يَتَرَكَان (رواه أبو داود)

Artinya: "Bila penjual dan pembeli berselisih dan antara keduanya tak ada saksi, maka yang dibenarkan adalah yang punya barang atau dibatalkan" (HR. Abu Dawud).[29]

Sebagai sesama umat manusia dan sesama muslim, dalam melakukan kegiatan ekonomi harus sesuai dengan ajaran Islam, dan berhati-hati agar terhindar dari perselisihan dalam jual beli.

B. Hadiah dalam Islam

1. Pengertian Hadiah

Hadiah berasal dari kata hady yang diambil dari akar kata yang terdiri atas huruf ha', dal, dan ya. Makna hadiah berkisar pada dua hal.

[28] At-Tirmidzi, Sunan At-Tirmidzi, Juz 3, Nomor hadis 1209, CD Room, Maktabah Kutub Al-Mutun, Silsilah Al-'Ilm An-Nafi', Seri 4, Al-Ishdar Al-Awwal, 1426 H, 515.
[29] Sunan Abu Daud, Beirut: Maktabah al-'Isriyah, t.t.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pertama, tampil ke depan memberi petunjuk. Dari sini lahir kata hady yang bermakna penunjuk jalan, karena dia tampil di depan. Kedua, menyampaikan dengan lemah lembut. Dari sini lahir kata hidayahyang merupakan penyampaian secara lemah lembut untuk menunjukkan simpati.[30] Hadiah sering juga disebut hibah, dan ada juga yang mengatakan hadiah adalah macam-macam hibah.

Menurut Ensiklopedi Hukum Islam, hadiah dikategorikan sebagai bentuk hibah.[31] Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indoensia, hadiah merupakan pemberian (penghargaan, kenang-kenangan, penghormatan).[32]

2. Dasar Hukum Hadiah

Dasar pemberian hadiah terdapat dalam al-Qur'an surah Al-Muddaththir ayat 6 yang berbunyi:

وَلا تَمْنُن تَسْتَكْثِرُ

Artinya: dan janganlah kamu memberi (dengan maksud) memperoleh (balasan) yang lebih banyak.

Hadiah juga disebutkan dalam hadis yang diriwayatkan Tirmidzi dari Abu Hurairah r.a. yaitu:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَة عَن النبي ﷺ قال: تَهَا دَوْا فَإِنَّ الهَدِيَّةَ تُذْ هِبُ وَحَرَالصَّدْر

[30] Sahabuddin,EnsiklopediaAl-Qur'an:Kajian Kosa Kata (Jakarta:Lentera Hati,2007),261.
[31] AbdulAziz Dahlan,Ensiklopedi Hukum Islam (Jakarta:Ichtiar Baru van Hoeve,1996),540.
[32] Departemen Pendidikan Nasional ,Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), cet.3,380.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari Abu Hurairah r.a. dari Nabi SAW bersabada: saling memberi hadiahlah. Sesungguhnya hadiah itu menghilangkan rasa dengki. (H.R. Tirmidzi).[33]

3. Macam-macam Hadiah

a. Hadiah perlombaan

Hadiah perlombaan adalah hadiah dalam suatu event yang bersifat adu kekuatan seperti lomba lari, sepakbola, badminton dan lainnya. Pada prinsipnya lomba seperti itu diperbolehkan dalam agama, asal tidak membahayakan keselamatan badan dan jiwa.[34]

b. Hadiah dalam pemberian suatu barang

Hadiah dalam pemberian suatu barang merupakan bentuk pemberian hadiah yang diharamkan, jika orang membeli dengan harga tertentu, banyak atau sedikit, tanpa ada gantinya melainkan hanya untuk ikut serta dalam memperoleh hadiah yang disediakan. Namun perlu diingat juga, jika pembeli tersebut membeli dengan tujuan untuk mendapatkan kupon, sedangkan ia tidak membutuhkan barangnya maka hukumnya haram, karena kupon dalam hal ini adalah tujuan pembelian dan bukan sebagai pengikut.[35]

c. Hadiah sebagai suap atau sogokan

Untuk menghindari misinterprestasi tentang hadiah dan sogokan, seperti yang dinyatakan Umar bin ‘Abdul ‘Aziz bahwa pada masa

[33]Sunan al-Tirmidzi, Muhammad Ibn Isa Abu Isa al-Tirmidzi al-Silmi, Beirut: Dar Ihya’ al-Turats al-Arabi, juz IV, hlm. 441

[34]Nazar Bakry, Problematika Fiqh Islam (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,1994),Cet.I,Edisi I, 86.

[35]Mardani,Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah (Jakarta:Kencana Prenada Group, 2012),370.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rasulullah SAW hadiah adalah hadiah, tetapi pada masa ini hadiah bisa berarti sogokan. Untuk membedakan hadiah dengan tukar menukar, maka perlu diketahui bagaimana Islam mengatur tentang hadiah, dapat kita lihat pada hadis yang diriwayatkan Buhkari dari Abu Hurairah: "Bahwa Rasulullah apabila diberi makanan, beliau selalu menanyakan kepada si pemberi apakah itu hadiah atau sedekah. Jika pemberian itu sedekah, Rasul tidak memakannya dan menyuruh para sahabat memakannya. Kalau pemberian tersebut adalah hadiah, Rasul menepukkan tangannya dan makan bersama sahabat" (HR. Bukhari).[36]

Ketentuan tersebut memberikan aturan bahwa penerima hadiah tidak hanya bahagia saja dengan hadiah yang akan diterima, tapi juga selalu mengidentifikasi hadiah yang diberikan termasuk boleh diterima atau tidak.

4. Rukun dan Syarat Hadiah

Para ulama sepakat mengatakan bahwa hadiah mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi. Menurut Ibn Rusyd,[37] rukun hadiah ada 3, yaitu: Pertama, adanya al-'aqidain, yaitu pihak pemberi hadiah (al-muhdi) dan pihak yang diberi hadiah (al-muhda ilayh). Al- Muhdi haruslah orang yang layak melakukan tasharruf, pemilik harta dan tidak dipaksa. Al-Muhda ilayh disyaratkan harus benar-benar ada saat akad, tidak harus

[36]Al-Bukhari,Sahihal-Bukhari, Kitab Hibah No.2388 (Semarang:Thoha Putra,t.t.1999),984
[37] Ibnu Rusyd, Bidayah al-Mujtahid Wa Nihayah al-Muqtasid, Semarang: Toha Putra, juz 2, 346.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang yang melakukan tasharruf. Kedua, adanya ijab dan qabul.dalam hal ini tidak harus dalam bentuk rdaksi (shighat) lafzhiyah. Ketiga, harta yang dihadiahkan (al-muhda). Al-Muhda (barang yang dihadiahkan) disyaratkan harus jelas (ma'lum), harus milik al-muhdi, halal diperjualbelikan, dan bisa diserah terimakan saat akad.

Di samping ketiga rukun itu ada syarat yang harus dipenuhi sehingga hadiah itu sempurna, yaitu harus ada al-qabdh (serah terima). Penyerahan harta itu dianggap merupakan ijab dan penerimaan hadiah oleh al-muhda ilayh merupakan qabulnya. Untuk barang yang standarnya dihitung, ditakar atau ditimbang maka zat barang itu sendiri yang harus diserahterimakan.

5. Hadiah sebagai Daya Tarik Pelanggan

Untuk menarik perhatian pelanggan, penjual melakukan berbagai macam promosi dan memberikan hadiah atas setiap pembelian pelanggan. Penjual dapat memberi hadiah dengan 3 (tiga) cara, yaitu:[38]

a. Penjualan dengan hadiah langsung

Pelanggan yang membeli suatu produk atau jasa akan mendapatkan hadiah secara langsung yang diberikan pembeli tanpa harus diundi terlebih dahulu.

b. Penjualan dengan hadiah undian

Pada saat pelanggan membeli suatu produk atau jasa, ada nomor

[38] Ferdhy Febryan, The Power of Selling (Jakarta: Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2010), 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kupon yang akan diundi berdasarkan tanggal yang telah ditetapkan dan dihadiri oleh pejabat berwenang.

c. Penjualan dengan hadiah kejutan

Dilakukan dengan cara diundi. Pelanggan yang memberi produk kan mengandalkan faktor keberuntungan untuk mendapatkan hadiah. Jadi selain mendapat manfaat produk pelanggan juga berkesempatan mendapatkan hadiah yang dijanjikan.[39]

8. Cashback dalam Jual Beli

Dalam dunia marketing, dikenal berbagai macam teknik untuk menarik pembeli. Dua istilah pemasaran yang sering digunakan adalah discount dan cashback. Kalau discount adalah potongan harga jual di muka untuk konsumen, cashback adalah penawaran di mana pembeli diberikan presentase pengembalian uang tunai atau uang virtual atau bahkan diberikan suatu produk tetapi dengan memenuhi syarat pembelian tertentu yang telah ditentukan oleh pihak penyelenggara cashback. Terkait cashback ada beberapa catatan sebagai berikut[40]:

a. Jika cashback terjadi dalam transaksi jual beli/sewa/bagi hasil (diterima pembeli/penyewa/pemilik modal), maka cashback diperkenankan dalam Islam dengan syarat bukan modus pinjaman berbunga.

[39] Ibid, 39.
[40] Oni Sahroni, Cashback, Koran Republika, Selasa, 12 Juni 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Sedangkan cashback yang diterima kreditor dalam transaksi utang piutang jika dipersyaratkan menjadi riba, tetapi jika tidak dipersyaratkan itu menjadi hadiah.

Cashback sendiri mempunyai peran terhadap perkembangan usaha penjual, yaitu semakin banyak pembeli yang datang ke tokonya dan memberikan keuntungan bagi pembeli yaitu pengembalian uang, jadi penjual bisa berhemat untuk keperluan selanjutnya.

C. Jual Beli dalam UU No. 8 Tahun 1999

1. Latar Belakang Lahirnya UU No. 8 Tahun 1999

Pengaturan mengenai perkembangan hukum konsumen terjadi di seluruh dunia. Di Indonesia, masalah perlindungan konsumen baru mulai terdengar pada tahun 1970-an. Ini terutama ditandai dengan lahirnya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973. Secara historis, pada awalnya yayasan ini berkaitan dengan rasa mawas diri terhadap produksi untuk memperlancar barang-barang dalam negeri. Gerakan ini dimulai dari desakan masyarakat agar diadakannya pengawasan-pengawasan sehingga masyarakat tidak dirugikan dalam kegiatan promosi ini. Atas dasar inilah dimulai gerakan untuk merealisasikan cita-cita tersebut.

Setelah sekian lama suara-suara tersebut terdengar oleh pemerintah negara Indonesia, akhirnya pasca reformasi mulailah dibentuk RUU yang mengacu kepada perlindungan konsumen. Tidak lama RUU ini diajukan,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Presiden Indonesia sendiri langsung mengesahkan Undang-Undang yang termasuk salah satu aturan Nasional di negara kita pada tanggal 20 April 1999 yang dinamakan dengan "Undang-Undang Perlindungan Konsumen". Aturan itupun berlaku efektif satu tahun kemudian.

Dalam pengaturan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut juga melibatkan empat pihak, yaitu konsumen yang baik, pelaku usaha yang baik, konsumen yang nakal dan pelaku usaha yang nakal. Hal tersebut dapat dipahami, karena konsumen dan pelaku usaha bukanlah lawan melainkan pasangan yang saling membutuhkan. Masa depan dari pelaku usaha sangat ditentukan oleh situasi dan kondisi dari konsumen. Jika konsumen dan perekonomian dalam kondisi yang baik maka pelaku usaha juga memiliki masa depan yang baik begitu pula sebaliknya. Apabila pelaku usaha berbuat curang maka yang dirugikan tidak hanya pihak konsumen saja tetapi juga pelaku usaha tersebut. Demikian juga jika ada konsumen yang nakal, hal itu tidak hanya akan merugikan pelaku usaha saja tetapi juga merugikan konsumen yang baik.[41]

Proses lahirnya suatu undang-undang perlindungan konsumen yang terdiri dari 15 Bab dan 65 Pasal membutuhkan waktu 25 tahun. Sejarah pembentukannya dimulai dari:[42]

---

[41] Abdul Halim Barkatullah, Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran, (Bandung; Nusa Media, 2008), 7.

[42] Az. Nasution, "Aspek Hukum Perlindungan Konsumen: Tinjauan Singkat UU No. 8 Tahun 1999-L.N. 1999 No. 42", Artikel pada Teropong, Media Hukum dan Keadilan (Vol II, No. 8, Mei 2003), MaPPI-FH UI dan Kemitraan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Seminar pusat studi hukum dagang, Fakultas Hukum Universitas Indonesia tentang masalah perlindungan konsumen, pada tanggal 15-16 Desember 1975.
2. Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman RI, penelitian tentang perlindungan konsumen di Indonesia (proyek tahun 1979-1980).
3. DPHN – Departemen Kehakiman, naskah akademis peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen (proyek tahun 1980-1981).
4. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) tentang perlindungan konsumen Indonesia, suatu sumbangan pemikiran tentang rancangan Undang-Undang tentang perlindungan konsumen, pada tahun 1981
5. Departemen Perdagangan RI bekerja sama dengan Fakultas Hukum Universitas Indonesia, RUU tentang Perlindungan Konsumen, pada tahun 1997.
6. Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, Rancangan Undang-undang usulan inisiatif DPR tentang Undang-undang Perlindungan Konsumen, pada 1998.

Selain pembahasan-pembahasan diatas, masih terdapat berbagai lokakarya, penyuluhan, seminar, di dalam dan di luar negeri yang menelaah mengenai perlindungan konsumen atau tentang produk konsumen tertentu dari berbagai aspek, serta berbagai kegiatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perlindungan konsumen yang dilakukan oleh masyarakat kalangan pelaku usaha dan pemerintah yang dijalankan oleh YLKI. Pada akhirnya, dengan didukung oleh perkembangan politik dan ekonomi di Indonesia, semua kegiatan berujung pada disetujuinya Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tersebut yang disahkan oleh DPR RI dan Presiden RI.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Sebagai pemakai barang/ jasa, konsumen memiliki hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya, jika ditengarai adanya tindakan yang tidak adil terhadap dirinya, ia secara spontan menyadari akan hal itu. Konsumen kemudian bisa bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan kata lain, ia tidak hanya diam saja ketika menyadari bahwa hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha.[43]

Sebagai konsumen baik berupa barang maupun jasa konsumen memiliki hak dimana sudah dijelaskan didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 4 sehingga konsumen dapat memperjuangkan haknya jika terdapat salah satu hak yang dilanggar dan dirugikan, yaitu sebagai berikut[44]:

a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

[43] Happy Susanto, Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan, (Jakarta: Visimedia, 2008), 22.
[44] Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain memiliki beberapa hak sebagaimana dijelaskan di atas, seorang konsumen juga memiliki sejumlah kewajiban yang harus diperhatikan. Sebagaimana yang terdapat dalam UU perlindungan konsumen pasal 5 yang bahwa kewajiban konsumen sebagai berikut[45]:

a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

3. Hak dan Kewajiban Para Pelaku Usaha

Menurut Pasal 1 ayat (3) dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha adalah setiap

[45] Ibid, Pasal 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang atau perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pelaku usaha juga memiliki hak-hak yang harus dilindungi, yaitu[46]:

a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan Kewajiban pelaku usaha adalah :

a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

[46] Tatik Suryani, Perilaku Konsumen Implikasi dan Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 331.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang dterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.[47]

4. Larangan Bagi Pelaku Usaha

Sedangkan larangan bagi 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:

a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.[48]

Di Pasal Pasal 12 Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan, dan di Pasal 13 pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya. Pelaku usaha juga dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat

[47] Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindunagn Konsumen, pasal 7.
[48] Ibid, pasal 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

5. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Disamping adanya hak dan kewajiban yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha, ada tanggung jawab yang harus dipikulnya, tanggung jawab tersebut merupakan bagian dari kewajiban yang mengikat kegiatan mereka dalam berusaha. Tanggung jawab ini juga disebut dengan istilah product liability (tanggung gugat produk).

Product liability adalah suatu konsepsi hukum yang intinya dimaksudkan untuk memberi perlindungan konsumen, yaitu dengan jalan membebaskan konsumen dari beban untuk membuktikan bahwa kerugian konsumen timbul akibat kesalahan dalam proses produksi sekaligus melahirkan tanggung jawab produsen untuk memberikan ganti rugi.

Inti dari pengertian tersebut bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul dari hasil produksi/ jasanya. Berdasarkan Undang-Undang perlindungan konsumen pasal 19 sebagai berikut[49]:

1. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
3. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan

[49] Happy Susanto, Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan…, 29.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.

4. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.[50]

Jika salah satu pihak tidak mau menunaikan kewajibannya, maka ia dianggap melakukan wanprestasi dan berpotensi membatalkan jual beli. Para pihak tidak saja hanya menuntut apa yang menjadi haknya, namun sebelumnya juga harus menunaikan kewajibannya sesuai kelaziman atau yang diperjanjikan. Hak dan kewajiban harus seimbang dan proporsional sehingga terciptalah keadilan yang diharapkan semua orang.

6. Upaya Hukum dalam UU No. 8 Tahun 1999

Segala bentuk kegiatan ekonomi tidak menutup kemungkinan terjadinya wanprestasi yang dilakukan oleh salah satu pihak. Menurut Subekti, seseorang telah memenuhi wanprestasi apabila:[51]

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
2. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;
3. Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat;
4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, penyelesaian sengketa konsumen diatur dalam Bab X yang terdiri dari 4 (empat) Pasal,

[50] Undang-Undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999, pasal 19.

[51] Subekti, Hukum Perjanjian, (Jakarta: Intermasa, 2005), 45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mulai dari 45 sampai dengan Pasal 48. Konsumen yang dirugikan bisa mengajukan gugatan melalui pengadilan atau di luar pengadilan. Pasal 45 ayat (1) menyebutkan bahwa "konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui pengadilan yang berada di lingkungan peradilan umum".

Berdasarkan rumusan Pasal 47 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dapat ditempuh dengan dua cara yaitu[52]:

1. Penyelesaian tuntutan ganti kerugian seketika dan
2. Penyelesaian tuntutan ganti kerugian melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Segala upaya hukum bisa ditempuh dalam memperjuangkan hak konsumen, namun upaya perdamaian lebih diutamakan.

7. Sanksi dalam UU No. 8 Tahun 1999

Terdapat sanksi Perdata dan Pidana dalam UU No. 8 Tahun 1999, yaitu:

1. Sanksi Perdata, berupa ganti rugi dalam bentuk: Pengembalian uang atau; penggantian barang atau; perawatan kesehatan, dan/atau; pemberian santunan. Ganti rugi diberikan dalam tenggang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi. Sanksi Administrasi maksimal Rp.

[52] UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 47.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

200.000.000 (dua ratus juta rupiah), melalui BPSK jika melanggar Pasal 19 ayat (2) dan (3), 20, 25.

2. Sanksi Pidana, berupa kurungan: Penjara 5 tahun, atau denda Rp. 2.000.000.000 (dua milyar rupiah) (Pasal 8,9,10,13 ayat (2), 15, 17 ayat (1) huruf a, b, c, dan e dan Pasal 18. Penjara 2 tahun, atau denda Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) Pasal 11, 12, 13, ayat (1), 14, 16, dan 17 yat (1) huruf d dan f.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III
PRAKTIK JUAL BELI DENGAN CASHBACK DI MERCHANT REKANAN OVO KOTA SURABAYA

A. Gambaran Umum OVO

1. Profil OVO

Di Indonesia, puluhan juta masyarakatnya ingin masuk ke dalam ekonomi digital. Sebagai penjual, dengan masuk ke ekonomi digital, penjual/produsen akan bisa menjual barang yang sebelumnya hanya bisa dijual dalam wilayah kecil ke wilayah yang lebih luas di berbagai penjuru bahkan seluruh Indonesia. Untuk pembeli/konsumen sendiri, terkadang ada perbedaan harga di berbagai wilayah khususnya di luar Jawa, harga barang di luar Jawa lebih mahal daripada harga barang yang ada di Jawa, padahal belum tentu keadaan ekonomi masyarakat di luar Jawa lebih baik daripada keadaan ekonomi masyarakat di Jawa. Ekonomi digital akan membentuk opsi yang luas, masyarakat bisa membeli berbagai jenis barang dari online dan harga barang akan lebih kompetitif. Jadi dari segi produsen dan konsumen akan saling menguntungkan, itu sebabnya mereka ingin sekali masuk ke dunia ekonomi digital.

Namun kendala dari ekonomi digital adalah *payment* atau pembayaran. Di Indonesia, baru 36% dari masyarakat yang memiliki rekening bank dan sisanya belum. Pembayaran yang dilakukan di Indonesia 90% memakai *cash*, 9% memakai kartu debit atau kartu kredit, dan hanya dibawah 1% yang menggunakan *digital wallet.* Oleh karena itu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan sulit untuk melakukan pembayaran jika masyarakat Indoensia mau masuk ke enonomi digital. OVO melihat peluang yang besar untuk pilihan pembayaran. Untuk memulainya, OVO mulai dari satu ekosistem, dengan punya *use case,* orang akan memakai *payment* dari mulai bangun tidur sampai tidur lagi, dan hal itu berlaku sepanjang hari. Jadi *use case* penting sekali. Lippo Group punya *case* yang kuat di bidang ritel. Kunci utama pertumbuhan spektakuler OVO didukung oleh kerja sama pembayaran dengan perusahaan yang berada dalam naungan Lippo Group, di antaranya adalah *merchant* Hypermart, Matahari, MaxxCoffe. Karena punya *use case* yang kuat hal itu yang membuat O VO yakin untuk masuk ke *digital payment*.[1]

Diluncurkan pada Maret 2017, OVO adalah platform yang mengintegrasikan loyalty points, pembayaran digital, dan penawaran prioritas eksklusif untuk masyarakat. Dipercaya oleh ribuan brand dan diterima di 20.000+ lokasi, OVO terus bertumbuh dengan cepat.

OVO merupakan sarana digital untuk memudahkan hidup masyarakat dengan menyediakan beragam penawaran menarik melalui berbagai *merchant* rekanan, pembayaran yang mudah, dan layanan finansial yang cerdas. OVO merupakan aplikasi smart yang memberikan kesempatan bagi penggunanya mengumpulkan poin di banyak tempat. Pengguna bisa menggunakan OVO untuk bertransaksi di semua *merchant* bertanda OVO *Accepted Here* dan mengumpulkan serta menggunakan OVO Points di

[1] Daily Social TV, 'Adrian Suherman tentang Latar Belakang dan Visi Bisnis OVO' Discussion, https://www.youtube.com/watch?v=PcsbMc1IZM0, diakses pada 20 Maret 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merchant bertanda OVO *Zone*. OVO adalah aplikasi pintar dengan fitur pembayaran, *loyalty points*, dan layanan keuangan yang telah menduduki peringkat teratas *Top Free App* untuk kategori keuangan di *App Store*. Setiap bulan, jumlah transaksi di aplikasi ini mencapai 4 juta, dengan perputaran uang Rp 1 triliun. OVO juga berada di peringkat ketiga di *Google Store*, dengan jumlah pengunduhan lebih dari 1 juta unduhan.[2]

OVO merupakan aplikasi pintar besutan Lippo Group, bahkan telah bermitra dengan Grab untuk menyediakan layanan uang elektronik. Dengan kerja sama tersebut, pengguna aplikasi Grab sudah bisa menggunakan *GrabPay* untuk membayar biaya perjalanan mereka. Dan tidak menutup kemungkinan OVO akan menjalin kerja sama dengan perusahaan lainnya untuk menciptakan *mobile wallet* guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, kesiapan masyarakat untuk memanfaatkan *mobile wallet* manjadi penentu utama keberhasilan OVO dalam industri ini.[3]

Oleh karena itu di era digital industri 4.0 ini masyarakat di ajak untuk hidup lebih mudah dengan bertransaksi dengan *cashless.*

2. Visi dan Misi OVO

OVO memiliki visi jangka panjang untuk menjadi pemain *financial technology* (*fintech*) nomor satu di Indonesia. Visi tersebut digagas oleh fakta yang terjadi saat ini, di mana sepanjang 2017, OVO menjadi salah

[2] Emanuel Kure, "OVO Targetkan Jadi Alat Pembayaran Nomor Satu", https://id.beritasatu.com/home/ovo-targetkan-jadi-alat-pembayaran-nomor-satu/171120, diakses pad 20 Maret 2019
[3] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satu aplikasi yang menduduki peringkat teratas Top Free App, untuk kategori keuangan di App Store.

Menurut Direktur OVO Johnny Widodo, OVO merupakan salah satu aplikasi pintar yang memiliki pertumbuhan paling cepat di Indonesia. Ke depannya, OVO ingin menjadi *fintech player* nomor satu di Indonesia.[4]

Ada misi sosial yang ingin dikembangkan OVO. OVO bertekad, melalui aplikasi pembayaran yang praktis, ingin mendukung program pemerintah terkait Gerakan Non-Tunai (GNT). Melalui GNT, masyarakat Indonesia akan mendapat benefit berupa cara pembayaran yang praktis, mudah, nyaman, dan dapat dilakukan di mana saja. Selain itu, OVO nantinya tidak hanya digunakan untuk alat pembayaran di bidang transportasi, parkir, maupun tol, tetapi aplikasi OVO juga menjadi alat pembayaran *e-commerce* maupun asuransi. Pada akhirnya, OVO akan menjadi *fintech* yang memfasilitasi semua jenis pembayaran dan menjadi alat pembayaran nomor satu di Indonesia.[5] Tak bisa dipungkiri bahwa OVO membantu kemajuan sistem transaksi masyarakat saat ini.

B. Gambaran Umum *Merchant* Rekanan OVO

1. Profil *Merchant* Rekanan OVO

Untuk periode promo OVO tanggal 20 – 31 Maret 2019, *merchant* yang tergabung dalam promo "Hore Gajian OVO" dengan *cashback* 60% adalah: Miniso, Auntie Anne's, Bakmi GM, Baso A Fung, Breadlife,

[4] Ibid.
[5] Emanuel Kure, "Basis Lippo Grup", https://id.beritasatu.com/home/basis-lippo-group/171119, diakses pada 20 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Caribou Coffe, Carl's Jr., Cincau Station, D'crepes, Do'An Vietnamese, Dum Dum, FamilyMart, Gulu Gulu Cheese Tea, HokBen, Hop Hop, Kopi Kenangan, Liberica, Lotteria, Maxx Coffe, Max Corner, Old Chang Kee, PappaJack, Penyetan Cok, Pepper Lunch, Ramen Ippudo, Re-juve, Roti Boy, Shihlin Taiwan Street Snacks, Solaria, Sour Sally, Roti O, Wingstop, Ya Kun Kaya Toast, Yoshinoya.

Dari bebrapa merchant OVO yang terdaftar program promo hore gajian, penulis mendatangi 3 (tiga) merchant rekanan OVO, yaitu:

a. Penyetan Cok

Penyetan Cok merupakan sebuah brand kuat akan makanan tradisional Indonesia dan berdiri sejak tahun 2013. Nama penyetan di ambil dari kata tradisional aneka masakan penyetan yang menjadi makanan favorite di kalangan masyarakat terutama provinsi Jawa Timur. Kata "COK" adalah singkatan dari "Cita rasa Original Kuliner" yang bermakna arti dari setiap makanan bercita rasakan Original Kuliner suatu daerah. Yang menjadi ciri khas Penyetan Cok ialah sambal tradisionalnya yang beraneka ragam, mulai dari sambal bajak, sambal ijo, sambal korek , sambal pencit dll.[6]

b. Roti Boy

Roti Boy adalah produk roti asal Malaysia yang didirikan pada bulan April 1998 di Bukit Mertajam, Penang oleh Hiro Tan mantan

[6] Foodsessive, Penyetan Cok, Penyetan Pedas Asli Surabaya, http://surabaya.foodsessive.com/penyetan-cok-penyetan-pedas-surabaya/, diakses pada 20 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dosen di bidang ekonomi yang kemudian memutuskan untuk membuka usaha toko roti sendiri dengan roti model tempurung dan berkulit renyah dengan rasa mentega yang khas. Indonesia menjadi negara pertama yang memperoleh hak waralaba memasarkan produk dan merk rotiboy. Hal ini tidak terlepas dari empat sekawan yang menjadi pemegang master francise-nya, yakni: Melani Muhidin (Lala), Noviana Budiman (Nana), Jullie Budiman, dan Liza Marina Sutanto. Kini, di tangan keempat wanita itu nama Rotiboy di Indonesia makin melejit dengan 31 gerai Rotiboy yang tersebar di berbagai kota di Taah Air.[7]

c. Cincau Station

Berdiri pada tanggal 7 Juni 2005, dari sebuah mobil- depot di kompleks SCTV, Surabaya Barat. Kini Cincau Station menjadi brand minuman Surabaya yang dikenal dengan kreasi minuman segarnya yaitu Cincau Ori dan Gurih. Cincau Station sekarang hadir di 15 outlet yang tersebar di Surabaya disertai dengan 12 kreasi minuman menyegarkan yang khas, alami dan otentik.[8]

Menurut Fine selaku MCA (Mobile Customer Acquisition) OVO untuk dapat menjadi merchant rekanan OVO para pengusaha harus mempersiapkan data diri yang diperlukan seperti nama, nomor telepon dan alamat email, kemudian tidak lupa pula untuk mencantumkan nama toko, jenis usaha dan alamat lengkap toko yang

[7] http://indonesia.rotiboy.com/, diakses pada 20 Maret 2019
[8] http://www.cincaustation.co.id/about, diakses pada 20 Maret 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

didaftarkan. Data-data tersebut diketik dan dilampirkan untuk dikirim melalui e-mail ke sales@ovo.id. Kemudian tunggu data diverifikasi oleh tim OVO untuk segera dihubungi.[9] Bpk. Bhaskoro selaku AE (Account Executive) Jawa Timur juga memberi keterangan, bahwa ketika sudah disetujui, maka merchant bisa langsung menyediakan pembayaran dengan OVO kepada konsumen dan mendapat keuntungan usahanya akan dipromosikan oleh OVO. Untuk dapat ikut program promo Hore Gajian OVO, merchant tidak perlu lagi mengajukan diri agar tokonya bisa mendapatkan keuntungan tersebut. OVO sendiri yang akan mensupport promo-promo yang diadakan OVO tentunya dengan memo yang sudah disepakati manajemen OVO pusat. Merchant juga tidak dipungut biaya apapun, kecuali biaya untuk MDR yaitu 1,5% per transaksi. Yang membedakan supprot promo cashback ialah: [10]

1) Kategori merchant: makanan dan non makanan.
2) Periode promo: setiap bulan.
3) Area lokasi merchant: tempat merchant berada, seperti di Surabaya, Malang, dll.
4) Tingkat transaksi OVO di merchant: berapa banyak customer yang bertransaksi menggunakan OVO.

[9] Fine MCA OVO,Wawancara, Surabaya, 27 Maret 2019.
[10] Bhaskoro, Wawancara, Surabaya, 20 Maret 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Hubungan Hukum OVO, Merchant dan Konsumen

Pada saat melakukan sebuah kegiatan ekonomi, timbul hubungan hukum antara seluruh pihak yang terlibat didalamnya. OVO merupakan rekan dari merchant yang memberikan jasa pengelolaan transaksi, merchant sebagai penjual barang dan/atau jasa yang menerima transaksi pembayaran dari pemegang. Disini OVO dan Merchant bekerjasama untuk menjual dan mempromosikan barang milik merchant. Pemegang disini adalah konsumen yang menggunakan uang elektronik untuk kebutuhan transaksi. Dari kedudukan tersebut terdapat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi para pihak.

1. Hak dan Kewajiban OVO

   OVO berhak mengakses data Pengguna/Konsumen untuk kepentingan transaksi, dan berkewajiban untuk memberikan pelayanan transaksi elektronik kepada pelanggan.

2. Hak dan Kewajiban Merchant

   Merchant berhak untuk mendapatkan pembayaran atas penjualan produk, dan berkewajiban untuk melayani transaksi pembayaran konsumen apabila menggunakan OVO Cash. Disini merchant tidak bertanggung jawab apabila terdapat kendala teknis apapun (baik EDC, jaringan koneksi atau aplikasi), konsumen wajib melakukan pelunasan pembayaran dan menghubungi CS OVO.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Hak dan kewajiban Konsumen

Perlu diketahui terlebih dahulu bahwa OVO menawarkan 2 (dua) jenis klasifikasi pelanggan dengan jenis layanan OVO atau fitur-fitur layanan yang berbeda. Klasifikasi pelanggan tersebut adalah:[11]

a. OVO Club

OVO Club adalah klasifikasi keanggotaan OVO yang memungkinkan pengguna dapat menikmati fasilitas uang elektronik (*unregistered*) dan OVO Points. Untuk OVO Club, maksimum saldo OVO *Cash* adalah Rp. 2.000.000 (Dua juta Rupiah).

b. OVO Premier

OVO Premier adalah klasifikasi keanggotaan OVO yang memungkinkan pengguna dapat menikmati fasilitas uang elektronik "*registered*", OVO Points, fitur layanan budgeting, dan fitur layanan lainnya yang dapat OVO tambahkan dari waktu ke waktu ("Layanan"). Untuk OVO Premier, maksimum saldo OVO *Cash* adalah Rp. 10.000.000 (Sepuluh juta Rupiah).

c. Jenis Produk OVO Club dan OVO Premier:

1) OVO Points

OVO Points adalah program loyalitas pelanggan yang ditujukan bagi Anda juga seluruh Pengguna OVO dan juga pelanggan merchant rekanan atau mitra OVO. OVO Points akan diberikan Anda setiap kali Anda berbelanja atau membeli produk

[11] OVO, "Terms and Conditions OVO", https://www.ovo.id/tnc, diakses pada 20 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di seluruh merchant rekanan atau mitra OVO. OVO Points akan diberikan setelah dilakukan verifikasi atas transaksi yang dilakukan. Anda juga dapat menukarkan OVO Points yang Anda kumpulkan dan miliki (redeem poin) dengan beberapa pilihan penawaran barang, produk, dan diskon yang menarik di setiap merchant rekanan dan mitra OVO.

Setiap OVO Points yang Anda dapatkan tidak dapat ditransfer atau dipindahkan ke Pengguna OVO lain. Jumlah OVO Points yang diberikan akan berbeda-beda dari merchant rekanan atau mitra OVO. Poin yang Anda terima akan berlaku untuk jangka waktu 18 (delapan belas) bulan sejak penerimaan points dan setelah jangka waktu tersebut terlampaui maka Poin tersebut akan hangus. OVO Points juga dapat digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran sebagai pengganti OVO Cash. OVO berhak untuk menarik kembali atau membatalkan pemberian OVO Points kepada Anda tanpa pemberitahuan sebelumnya apabila; (i) transaksi yang mendasari diberikannya OVO Points tersebut dibatalkan dan/atau (ii) transaksi yang mendasari diberikannya OVO Points tersebut terindikasi merupakan suatu tindakan kecurangan atau tindakan pelanggaran atas Syarat dan Ketentuan ini dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) OVO CASH

OVO CASH adalah saldo uang elektronik yang dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi pembayaran. Pelanggan dapat melakukan top up (atau menambah) saldo yang tersedia.

a. Top Up Saldo OVO *Cash*

OVO memudahkan penggunanya dengan bisa top up dengan menggunakan metode berikut: Kartu Debit, ATM, Internet/Mobile Banking, *Merchant*, OVO Booth.

b. Cara pembayaran dengan OVO

Terdapat 3 cara pembayaran yang mudah di aplikasi OVO, yaitu: Scan QR Code,Scan Barcode, Masukkan nomor telepon.

Konsumen berhak mendapatkan *cashback* 60% dalam bentuk OVO Points (1 OVO Point = Rp. 1) di *merchant* rekanan OVO. Maksimum *Cashback* yang diberikan hingga 30.000 OVO Points/struk/transaksi dan hingga 60.000 OVO Points selama periode promo/*merchant* (bukan per outlet). Konsumen juga berkewajiban membayar pelunasan transaksi di *merchant* rekanan OVO dan mematuhi syarat dan ketentuan yang telah ditentukan OVO.

D. Praktik Jual Beli di *Merchant* Rekanan OVO

Praktik jual beli di *merchant* rekanan OVO Kota Surabaya tidak jauh berbeda dengan jual beli pada umumnya yang dilakukan oleh dua pihak, di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mana pihak pertama menyerahkan barang dan pihak kedua menyerahkan imbalan, baik berupa uang maupun barang, yang sedikit membedakan adalah apabila konsumen melakukan pembayaran dengan OVO Cash maka konsumen akan mendapatkan cashback berupa OVO Point setelah selesai transaksi.

Untuk dapat menikmati *cashback* 60% dari OVO, terdapat Syarat dan Ketentuan yang ditetapkan oleh OVO, yaitu:

1. Promo berlaku di outlet-outlet yang berpartisipasi
2. Setiap transaksi minimum Rp. 10.000 menggunakan OVO *Cash*, berhak mendapatkan *cashback* 60% dalam bentuk OVO Points (1 OVO Point = Rp. 1).
3. Maksimum *Cashback* yang diberikan hingga 30.000 OVO Points/struk/transaksi dan hingga 60.000 OVO Points selama periode promo/*merchant* (bukan per outlet).[12]

Gambar 3.1 Standing Banner OVO

[12] S&K Cashback Hore Gajian OVO

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Bpk. Bhaskoro, Cashback berupa point adalah support dari OVO kepada merchant untuk mempromosikan usahanya dan mendukung gerakan non tunai. OVO menggunakan point reward sebagai cashback agar membedakan antara uang user yang di top up (OVO Cash) dan point reward yang diberikan dari malakukan transaksi. Apabila merchant ingin memberikan promo yang bervariasi bisa juga kolaborasi dengan owner merchant.[13] Jadi, OVO dan merchant telah memberikan syarat dan ketentuan promo kepada konsumen sebagai bentuk dari promosi dengan selogan "Hore Gajian".

E. Permasalahan Terhadap Jual Beli dengan Cashback OVO

OVO memang sedang gencar-gencarnya meberikan promo berupa *cashback* apabila bertransaksi di *merchant* rekanan OVO. Namun permasalahan timbul ketika banyak konsumen/pembeli yag tidak mendapatkan *cashback* yang telah dijanjikan. Penulis kemudian melakukan wawancara terhadap *Merchant*, Konsumen, dan Pihak OVO sebagai berikut:

1. Keterangan *Merchant*

Menurut keterangan Rudi selaku Supervisor Penyetan Cok outlet Royal Plaza, ini pertama kalinya penyetan Cok bekerja sama dengan OVO dalam promo Hore Gajian. Dengan adanya promo ini masyarakat sangat antusias sekali dan penjualan makanan penyetan Cok meningkat dari sebelum adanya promo. Konsumen sudah tidak repot melakukan pembayaran dan kami pun tidak repot dengan uang kembalian. Namun,

[13] Bhaskoro, Wawancara, Surabaya, 20 Maret 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memang ada beberapa konsumen yang tidak bisa melakukan transaksi dengan OVO, sehingga mereka harus membayar dengan uang cash. "Apabila terjadi hal demikian kami menyarankan untuk menanyakan ke booth OVO yang ada di sini (Royal Plaza)" pungkasnya.[14]

Menurut Andi selaku supervisor dari Rotiboy outlet Royal Plaza banyak pelanggan yang kini menggunakan OVO sebagai alat pembayarannya. Selain adanya promo cashback, transaksi lebih cepat dan mudah. Namun, kadang kala sinyal di mall memang sangat terbatas bagi operator tertentu, sehingga ada konsumen yang selalu gagal melakukan transaksi dengan OVO.[15]

Menurut Nida selaku kasir Cincau Station outlet Royal Plaza Surabaya, dengan promo OVO, penjualan Cincau Station naik dan mengalami peningkatan sampai dua kali lipat selama periode promo. Ini merupakan kali ke-3 Cincau Station ikut serta dalam promo hore gajian OVO. Selama ini, transaksi berjalan lancar, seperti biasa. Namun pada periode tertentu sistem OVO sempat down dan beberapa konsumen tidak bisa bertransaksi dengan OVO, ada juga yang katanya tidak dapat cashback padahal setelah transaksi berhasil biasanya cashback akan langsung masuk ke akun pengguna. Kami hanya menyarankan untuk mengunjungi gerai OVO.[16]

[14] Rudi, Wawancara, Surabaya, 18 Maret 2019
[15] Andi, Wawancara, Surabaya, 18 Maret 2019
[16] Nida, Wawancara, Surabaya, 18 Maret 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut keterangan pihak merchant, cashback diberikan oleh OVO selaku penyelenggara e-money, dan apabila terjadi ketidaksesuaian promo cashback maka pihak merchant melimpahkannya kepada OVO.

2. Keterangan Pembeli/ Konsumen

Sementara itu, selama periode promo Hore Gajian yang diadakan OVO, penulis mewawancarai 6 orang narasumber yang bertransaksi menggunakan OVO Cash, yaitu:

1. Yuli, seorang pegawai swasta berusia 36 tahun yang beralamat di Dukuh Kapas Surabaya dengan status keanggotaan OVO Premier, mengaku bahwa dirinya sering bertransaksi menggunakan OVO di merchant favoritnya, salah satunya Penyetan Cok. Dia bertransaksi dengan OVO Cash di Penyetan Cok dan mendapat cashback sebesar 30.000. Yuli kemudian membeli makanan di Yoshinoya dan tidak mendapat cashback sama sekali. Dirinya tidak pernah melakukan transaksi di Yoshinoya sebelumnya sehingga dapat dipastikan 100% dia belum melampaui batas total maksimal cashback 60.000 point tersebut. Kemudian dia menghubungi Customer Service (CS) OVO lewat email dan telepon namun mereka tetap bersikeras bahwa dirinya sudah mencapai batas maksimum untuk mendapatkan cashback. CS OVO pun menurutnya terkesan lambat dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menangani kasus dan tidak menguasai syarat dan ketentuan yang berlaku.[17]

2. Frida, seorang Pegawai Swasta usia 23 tahun asal Sidoarjo dengan status keanggotaan OVO Club, mengaku tidak pernah mendapatkan cashback setiap kali pembelanjaan. Setelah menghubungi CS OVO akun OVO Frida belum terdaftar dan harus daftar dulu dengan mencantumkan nomor KTP dll.[18]
3. Vina, seorang ibu rumah tangga usia 27 tahun asal Rungkut Surabaya dengan status keanggotaan OVO Club, mengatakan bahwa dia pernah transaksi di HokBen dan melakukan transaksi sesuai syarat dan ketentuan namun tidak ada cashback yang masuk pada akunnya. Dan hal tersebut dialaminya dua kali selama menggunakan OVO Cash.[19]
4. Nurul, seorang ibu rumah tangga usia 29 tahun asal Kandangan Mulya dengan status keanggotaan OVO Premier, mengatakan bahwa dia pernah bertransaksi di Roti Boy dan tidak mendapat cashback. Setelah mengirim email ke CS OVO ditanggapi sudah 3 hari namun belum ada cashback yang masuk.[20]
5. Dian Yuliani, seorang wiraswasta usia 33 tahun asal Dukuh Setro Surabaya mengaku pernah bertransaksi di Cincau Station dan tidak mendapat cashback. Setelah komplain ke CS OVO tanggapannya adalah karena Dian telah melampaui batas limit transaksi per bulan.

[17] Yuli, Wawancara, Surabaya, 27 Maret 2019
[18] Frida, Wawancara, Surabaya, 27 Maret 2019
[19] Vina, Wawancara, Surabaya, 27 Maret 2019
[20] Nurul, Wawacara, Surabaya, 27 Maret 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Padahal dia baru melakukan satu kali transaksi di periode bulan ini. Di periode sebelumnya memang pernah, namun dia tidak mengetahui kalau cashback-nya diakumulasikan dari transaksi periode bulan lalu.[21]

6. Septiana Indah Sari, mengaku sudah satu jam dari setelah transaksi ia tidak mendapat cashback, setelah menghubungi CS OVO, dilakukan pengecekan dan kemudian dia menerima cashback tersebut sebagai correction mereka.[22]

3. Keterangan Pihak OVO

Menurut Easa selaku Brand Presenter dari OVO, Untuk keluhan dari konsumen sangat bervariasi, namun umumnya keluhan mengenai cashback yang tidak masuk. Faktor yang mempengaruhi tidak didapatkannya cashback adalah:

1. Akun terblokir

Apabila akun terblokir, pengguna tetap bisa melakukan transaksi pembayaran dengan OVO Cash, namun pengguna tidak bisa menggunakan point yang telah didapat sebelumnya, dan tidak bisa mendapat point ketika melakukan transaksi. Untuk dapat mengetahui

[21] Dian Yuliani, Wawancara, Surabaya, 27 Maret 2019.
[22] Septiani Indah Sari, Wawancara, Surabaya, 27 Maret 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akun telah terblokir, pengguna bisa mengecek di fitur notifikasi yang ada di aplikasi, tapi biasanya notif langsung terhapus secara otomatis.

2. Kendala sinyal
3. Sistem OVO yang sedang down.

Untuk penanganannya, kami menanyakan keluhan pengguna, mengecek akunnya apakah sudah premier atau masih berstatus OVO Club, dan mengecek histori transaksi. Kemudian apabila tidak ditemukan faktor yang bisa menyebabkan tidak didapatkannya cashback kami bantu degan mengirimkan e-mail ke pusat untuk ditangani lebih lanjut.[23]

Menanggapi keluhan terhadap Cashback yang tidak masuk, pengguna diminta untuk memberikan informasi berupa[24]:

1. Nomor telepon yang tercatat di OVO dan digunakan untuk bertransaksi.
2. Capture history pembayaran dari aplikasi OVO yang mencantumkan tanggal, total jumlah transaksi yang dilakukan dan no referensi (klik pada history transaksi yang dimaksud)

Cashback yang tidak didapatkan apabila telah melakukan transaksi di merchant yang mengadakan promo disebabkan oleh beberapa faktor:

1. Status akun OVO dalam keadaan non aktif

[23] Easa (BP OVO), Wawancara, Surabaya 27 Maret 2019.
[24] Novian Nugroho Widjonarko (CS OVO), Wawancara, G-Mail 17 April. 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Customer telah mencapai batas maksimal untuk mendapatkan cashback per periode
3. Syarat dan ketentuan yang berlaku terhadap cashback tersebut.[25]

Jual beli yang dilakukan di merchant rekanan OVO Kota Surabaya layaknya jual beli pada umumya. Yang membedakan adalah bila konsumen ingin dapat cashback, mereka bisa melakukan pembayaran menggunakan OVO. Namun, tidak semua konsumen bisa mendapatkan cashback, dan itu disebabkan oleh beberapa faktor tertentu, dan analisis hukum mengenai hal tersebut akan dibahas pada bab selanjutnya.

[25] Ismail (CS OVO), Wawancara, G-Mail, 15 April 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV
ANALISIS TERHADAP JUAL BELI DENGAN CASHBACK DI MERCHANT REKANAN OVO KOTA SURABAYA

A. Analisis Praktik Jual Beli dengan OVO Cash Di Merchant Rekanan OVO Kota Surabaya

Praktik jual beli dengan OVO Cash di Merchant Rekanan OVO Kota Surabaya seperti perjanjian akad jual beli pada umumnya, yaitu akad antara dua belah pihak di mana pihak pertama menyerahkan barang dan pihak kedua menyerahkan imbalan, baik berupa uang maupun barang. Merchant merupakan penjual yang menawarkan barang berupa makanan kepada konsumen selaku pembeli.

Untuk bisa melakukan akad jual beli di merchant rekanan OVO Kota Surabaya, pembeli/konsumen harus terlebih dahulu mempunyai akun OVO dan mengisi saldo (OVO Cash) untuk bisa melakukan transaksi pembayaran. Untuk meningkatkan jumlah pengguna uang elektronik, OVO memberikan berbagai promo menarik bagi penggunanya, yaitu cashback berupa point yang bisa langsung didapatkan setelah melakukan verifikasi pembayaran. Promo ini diadakan oleh OVO setiap bulan dengan sebutan promo "Hore Gajian".

Agar konsumen bisa mendapatkan cashback, ada syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi, yaitu: 1) harus bertransaksi menggunakan OVO Cash; 2) minimal pembelian Rp. 10.000; 2) cashback yang diberikan 60% dalam bentuk OVO Point (1 OVO Point = Rp. 1); 3) maksimum cashback yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diberikan hingga 30.000 OVO Point/struk/transaksi dan hingga 60.000 OVO Point selama periode promo/merchant (bukan per outlet). Syarat dan ketentuan tersebut tertera pada aplikasi dan stand banner yang ada di merchat rekanan OVO.

Transaksi di atas secara umum telah memenuhi syarat jual beli, yaitu: 1) adanya penjual (merchant) dan pembeli; 2) objek transaksi yaitu makanan, mengingat merchant yang bekerjasama ada di bidang kuliner; 3) terdapat alat tukar, yaitu OVO Cash; 4) transaksi dilakukan secara langsung; 5) terjadi kesepakatan penjual dan pembeli.

Namun, dari promo "Hore Gajian tersebut, terdapat beberapa konsumen yang tidak mendapatkan cashback atas transaksi jual beli yang telah dijanjikan. Mereka mengaku telah memenuhi syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan, namun tidak mendapat cashback tersebut. Salah satu konsumen tersebut adalah Nurul. Ibu rumah tangga ini mengaku telah memenuhi syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan, namun tidak mendapat cashback tersebut.[1] Ada juga konsumen yang mendapatkan cashback sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku, seperti Septiana yang awalnya juga tidak mendapatkan cashback, setelah menghubungi Customer Service OVO ia mendapatkan cashbacknya kembali sebagai koreksi pihak OVO.[2]

Menurut keterangan OVO sebagai penyedia cashback, konsumen tidak mendapatkan cashback karena beberapa faktor, yaitu: 1) akun terblokir; 2)

[1] Nurul, Wawacara, Surabaya, 27 Maret 2019.
[2] Septiani Indah Sari, Wawancara, Surabaya, 27 Maret 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kendala sinyal; 3) sistem sedang down[3], dan faktor lain yaitu: 1) Status akun OVO dalam keadaan non aktif; 2) Customer telah mencapai batas maksimal untuk mendapatkan cashback per periode; 3) Syarat dan ketentuan yang berlaku terhadap cashback tersebut.[4]

Dalam jual beli ini, terdapat beberapa hubungan hukum antara penjual, pembeli dan OVO. Pertama, hubungan hukum antara OVO dan Merchant yang berbentuk syirkah. Keduanya bekerjasama untuk mempromosikan suatu produk dan keduanya mendapatkan keuntungan. OVO semakin banyak digunakan dan semakin banyak pembeli yang membeli produk merchant. Kedua, hubungan hukum antara OVO dan Konsumen, disini OVO bertindak sebagai penyedia layanan transaksi elektronik dan cashback. Sehingga klaim yang dapat diperoleh konsumen apabila berkaitan dengan makanan yang tidak sesuai maka merchant lah yang bertanggung jawab. Sementara untuk tidak didapatkannya cashback yang sesuai maka OVO yang bertanggung jawab.

Dari beberapa konsumen yang tidak mendapatkan cashback bisa disebabkan oleh beberapa faktor seperti kendala sinyal, kesalahan pribadi karena ketidak telitian memahami syarat dan ketentuan yang berlaku, dan juga bisa disebabkan kesalahan dari pihak OVO.

[3] Easa (BP OVO), Wawancara, Surabaya 27 Maret 2019.
[4] Ismail (CS OVO), Wawancara, G-Mail, 15 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Analisis Hukum Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 Terhadap Praktik Jual Beli dengan Cashback Di Merchant Rekanan OVO Kota Surabaya

1. Analisis Hukum Islam

Jual beli dengan cashback di merchant rekanan OVO Kota Surabaya telah memenuhi rukun jual beli, yaitu; 1) merchant sebagai penjual dan konsumen sebagai pembeli; 2) ada ijab dan kabul; 3) barang yang dibeli berupa makanan; 4) nilai tukar yaitu OVO Cash.

Dalam dunia usaha, salah satunya usaha jual beli, seseorang pasti menginginkan keuntungan sebesar-besarnya. Salah satunya menggunakan promosi berupa cashback. Sebenarnya, konsep cashback tidak jauh berbeda dengan diskon, hanya saja diskon atau potongan harga di berikan di awal, sedangkan cashback merupakan dana pengembalian yang diberikan di akhir. Apabila pembeli ingin mendapatkan cashback harus menggunakan e-money (OVO) dengan memenuhi syarat dan ketentuan yang telah diberikan oleh OVO.

Menurut Oni Sahroni sebenarnya boleh atau sah-sah saja apabila melakukan jual beli dengan konsep pemberian cashback ini, asal memang bentuk transaksinya masih sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ketentuan cashback tersebut sesuai dua kondisi berikut. Pertama, jika cashback terjadi dalam transaksi jual beli/sewa/bagi hasil (cashback diberikan pengelola dalam akad bagi hasil, pihak yang menyewakan dalam akad ijarah, penjual dalam akad jual beli, maka cashback diperkenankan dalam Islam dengan syarat bukan modus (rekayasa)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pinjaman berbunga dan ada kejelasan harga barang diperjualbelikan.[5] Cashback yang dibolehkan tersebut di atas dikategorikan sebagai merelakan sebagian haknya (at-tanazul 'anil haq) karena alasan marketing dan sejenisnya. Selain itu tidak ada dalil (nash) yang melarang cashback dalam ketiga transaksi tersebut, maka berlaku kaidah dasar: "Pada prinsipnya, dalam muamalah itu mubah kecuali ada dalil yang melarangnya."[6]

Produk yang diperjual belikan di merchant rekanan OVO umumnya adalah makanan dan minuman. Dengan harga yang telah di sebutkan di menu, konsumen akan mendapatkan cashback sesuai dengan jumlah transaksi yang mereka lakukan.

Menurut penulis, jual beli dengan cashback menggunakan OVO Cash diperbolehkan karena merupakan bentuk hadiah/athaya (pemberian) yang dipersyaratkan sebagai upaya marketing dan sejenisnya. Sedangkan untuk cashback yang tidak didapatkan oleh konsumen setelah melakukan transaksi jual beli tidak diperkenankan oleh Islam.

Apabila merujuk pada konsep janji dalam Fatwa DSN MUI No. 85/DSN-MUI/XII/2012 tentang Janji (Wa'd) dalam Transaksi Keuangan dan Bisnis Syari'ah , dalam hal ini OVO selaku wa'id harus memenuhi janjinya kepada konsumen (mau'ud) karena hal tersebut bersifat mulzim (wajib dipenuhi menurut ketentuan syariah).[7]

---

[5] Oni sahroni, Koran Republika, Selasa, 12 Juni 2018.
[6] Ibid.
[7] Fatwa DSN MUI No. 85/DSN-MUI/XII/2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam Islam terdapat asas-asas perjanjian yang salah satunya adalah asas kebebasan berakad (Mabda' Hurriyyah at-Ta'aqud) bahwa keridaan (kerelaan) merupakan dasar berdirinya suatu akad.[8] OVO berhak untuk memberikan syarat dan ketentuan kepada konsumen dalam suatu transaksi, dan konsumen juga berhak untuk melanjutkan atau tidak berdasarkan keridhaan kedua pihak. Namun, janji cashback yang memang dipersyaratkan di awal harus dipenuhi. Karena Al-Qur'an menyebutkan bahwa wajib bagi seorang muslim untuk memenuhi janjinya, dalam QS. (16) Al-Nahl : 91:[9]

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدتُّمْ وَلَا تَنقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya : "Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat."

Jadi, sudah selayaknya dalam berbisnis manusia memegang teguh syariat Islam yang akan menghantarkan seorang muslim memperoleh keberkahan dalam berbisnis.

[8] Dimyauddin Djuwaini, Fiqih Muamalah, cet. 1, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 60.
[9] Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Jakarta: Jamunu, 1965), 415.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Analisis UU. No, 8 Tahun 1999

Guna melindungi masyarakat, pemerintah menerapkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atas adanya promosi dan diskon yang diberikan oleh setiap pelaku usaha baik pedagang atau ritel. Undang-undang tersebut bertujuan agar promosi/diskon tidak menjadi alat untuk menipu konsumen, sebab konsumen sangat tergiur promo diskon secara psikologis.

Pada saat konsumen ingin membeli barang (makanan) di merchant rekanan OVO Kota Surabaya, terdapat keterangan berupa Syarat dan Ketentuan yang ada di standing banner OVO dan terdapat juga di Aplikasi OVO bahwa konsumen akan diberikan cashback berupa OVO Point senilai 60% dari jumlah transaksi, dengan minimum pembelian Rp. 10.000 dan maksimum cashback yang didapat adalah 30.000 hingga 60.000 OVO Point, namun sayangnya hal itu tidak didapatkan oleh beberapa konsumen.

Menurut Pasal 8 UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada huruf (f) disebutkan bahwa:

> "pelaku usaha dilarang memproduksi dan/ atau memperdagangkan baang dan/atau jasa tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut"

Dalam hal ini merchant selaku produsen telah bekerjasama dengan OVO, yang mana OVO sebagai perantara pembayaran anatar konsumen dan produsen mempunya peran ganda, yaitu sekaligus sebagai sebagai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pihak pemberi cashback. Karena yang bertanggung jawab dalam pemberian cashback atas transaksi tersebut adalah OVO, maka OVO sebagai rekan merchant dilarang mempromosikan barang dan/ atau jasa tersebut dengan janji yang tidak sesuai menurut keterangan yang tertulis pada promosi penjualan barang tersebut. Kalau janji cashback yang seharusnya didapat adalah Rp. 30.000 maka OVO wajib memberikannya kepada konsumen yang telah beritikad baik melakukan transaksi sesuai yang dipersyaratkan sebelumnya.

Pihak merchant perlu menginfokan konsumen sebelum melakukan tansaksi agar hak konsumen terpenuhi terhadap informasi yang jelas sesuai dengan Pasal 4 huruf (c) bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur atas segala kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa hendak dibelinya.

Sedangkan kewajiban konsumen salah satunya pada huruf (c) "membayar sesuai dengan alat tukar yang disepakati". Dan pelaku usaha menurt Pasal 9 ayat (1) UUPK dilarang:

> menawarkan, memproduksikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar. Lebih jauh, dalam menawarkan barang dan/atau jasa ini, pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:[10]
> 1. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
> 2. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
> 3. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atau suatu barang dan/atau jasa;
> 4. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;

[10] Pasal 10 UU. No. 8 Tahun 1999

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Disini pihak merchant harus menyatakan kondisi sebenarnya apabila sistem OVO sedang down sehingga konsumen tidak berharap besar cashback yang akan mereka dapatkan, khususnya bagi konsumen yang dine-in dan membayar di akhir.

Konsumen yang tidak mendapatkan cashback sesuai dengan yang dijanjikan berhak untuk mengajukan klaim atas cashback tersebut kepada OVO. Hal ini sesuai denga Pasal 4 huruf (a) bahwa konsumen berhak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakannya. Konsumen juga berhak atas kompensasi atau penggantian yang tidak sesuai perjanjian atau tidak sesuai sebagaimana mestinya sesuai Pasal 4 huruf (h) UU No. 8 Tahun 1999.

Produsen dalam hal ini merchant dan OVO selaku kuasanya juga harus memberikan yang terbaik bagi konsumen. Baik berupa perlakuan, atau jasa yang diberikan. Hak konsumen juga tidak terpenuhi karena pembeli tidak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur.

Jadi, pelaku usaha dianggap telah melakukan wanprestasi apabila tidak memberikan cashback yang dijanjikan kepada konsumen. Konsumen bisa melakukan upaya hukum untuk mendapatkan kembali haknya dengan mengajukan gugatan melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui pengadian yang berada di lingkungan peradilan umum dan dapat dikenakan sanksi perdata

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berupa ganti rugi dalam bentuk pengembalian uang atau cashback maupun penggantian barang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penjelasan masing-masing permasalahan dibahas dalam penulisan skripsi ini, maka kesimpulan yang bisa diambil sebagai berikut:

1. Praktik Jual Beli menggunakan OVO Cash di merchant rekanan OVO Kota Surabaya layaknya jual beli pada umumnya, yaitu adanya merchant selaku penjual dan konsumen sebagai pembeli, serta OVO selaku rekan merchant dan pihak pemberi cashback. Mekanisme terjadi ketika konsumen yang telah mempunyai akun OVO dan mempunyai saldo berupa OVO Cash membutuhkan menu tertentu di merchant rekanan OVO di Kota Surabaya khususnya di Royal Plaza. Dengan memenuhi syarat dan ketentuan yang telah diberikan OVO sebagai penyelenggara cashback, konsumen akan mendapatkan cashback berupa OVO Point dengan minimum transaksi Rp. 10.000 dan maksimum cashback adalah 30.000 hingga 60.000 OVO Point. Point bisa digunakan untuk berbelanja kembali dengan nilai 1 point = Rp. 1. Namun dalam praktiknya, Ada beberapa konsumen yang tidak memperoleh cashback yang dijanjikan berdasarkan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak penyelenggara cashback yaitu OVO. Meskipun tidak semua konsumen mengalami hal serupa.
2. Praktik jual beli menggunakan OVO di merchant rekanan OVO Kota Surabaya telah sesuai dengan syarat dan ketentuan jual beli yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berlaku berdasarkan syariat Islam. Cashback jual beli tersebut diperkenankan sebagai pemberian dalam marketing. namun Islam melarang semua pelaku usaha yang tidak memenuhi janjinya ketika melakukan kegiatan ekonomi. Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 Pasal 8 huruf (f) tentang Perlindungan Konsumen terhadap praktik jual beli menggunakan OVO di merchant rekanan OVO Kota Surabaya, tidak sesuai dengan kewajiban pelaku usaha yang melarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa karena tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Hak konsumen juga tidak terpenuhi karena pembeli tidak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan, ada beberapa saran dalam penulisan penelitian ini, antara lain:

1. Bagi pihak OVO dan merchant untuk memberikan informasi secara jelas tentang cashback jual beli tersebut dan memenuhi kewajibannya memberikan cashback kepada konsumen. Konsumen juga berkewajiban menjaga hak-haknya sendiri dengan berhati-hati ketika bertransaksi dengan selalu membaca ketentuan yang diberikan dengan cermat sebelum memutuskan untuk bertransaksi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bagi Pihak OVO store Surabaya khususnya yang berada di Royal Plaza Surabaya apabila menyampaikan solusi masalah hendaknya secara jelas dan menyeluruh sehingga konsumen bisa paham tentang kesalahan apa yang menyebabkan dirinya tidak mendapat cashback.
3. Bagi Customer Service OVO pusat juga lebih kooperatif lagi dalam menangani keluhan konsumen dan cepat melakukan penanganan. Diperlukan back up data agar konsumen tidak melulu diminta untuk mengirim bukti transaksi. Apalagi setiap pengaduan selalu berbeda CS yang menangani. Selalu menginfokan kepada merchant dan konsumen apabila sedang dalam perbaikan/sistem sedang down. Perlunya perbaikan sistem OVO untuk meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan di masa mendatang.
4. Bagi merchant rekanan OVO diharapkan selalu mengupdate informasi dari OVO apabila terjadi down system sehingga konsumen tidak dirugikan apabila tidak dapat bertransaksi dengan OVO Cash.
5. Bagi konsumen diharapkan selalu membaca ketentuan yang diberikan OVO dengan cermat dan selalu konfirmasi kepada merchant tentang promo yang diberikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Baqi, Muhammad Fu'ad. Al-Lu'lu'u wal Marjan. t.tp.: t.p., 1969.

Ali, Zainuddin. Metodologi Penelitian Hukum. Jakarta: Sinar Grafika. 2013. Antonio, Muhammad Syafi'i. Bank Syariah dari Teori ke Praktik. Jakarta: Gema Insani. 2001.

Al-Kasani, Imam. Al-Badai'u al-Syamai'u. t.tp.: t.p., 1987.

Al-Syathibi, Abu Ishaq. Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah. Beirut: Dar al-Ma'rifah. 1975.

Al-Zuhaily, Wahbah. Al-Fiqh al-Islam wa Adillatuh. Damaskus: Dar al-Fikr al-Mu'ashir. 2005.

At-Tirmidzi. Sunan At-Tirmidzi, Juz 3. Nomor hadis 1209, CD Room, Maktabah Kutub Al-Mutun, Silsilah Al-'Ilm An-Nafi', Seri 4, Al-Ishdar Al-Awwal, 1426 H.

Bashori, Ahmat. Analisis Hukum Islam terhadap Akad Jual Beli melalui aplikasi Go Food di Kota Surabaya. Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. 2019.

Bungin, Burhan. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2008.

Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya. Bandung: Penerbit Diponegoro. 2005.

-------. Al-Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta: Jamunu, 1965.

Faqih, Amir. Kajian Uang Elektronik dalam Perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Fikih Syafi'iyah: Studi pada Aplikasi OVO. Skripsi--Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. 2018.

Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah. 2017.

Ghazaly, Abdul Rahman dkk. Fiqh Muamalat. Jakarta: Kencana. 2010.

Harianto, Dedi. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Iklan yang Menyesatkan. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia. 2010.

Haroen, Nasrun. Fiqh Muamalah. Jakarta: Gaya Media Pratama. 2007. Mustafa Al-Zarqa', Ahmad. Al-Madkhal al-Fiqh al-'Am, jilid III. t.tp.: t.p., t.t.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasan, M. Iqbal. Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Bogor: Ghalia Indonesia. 2002.

Hasanah, Linda Nur. Kedudukan Hukum Uang Elektronik (E-Money) dalam Melakukan Transaksi Pembayaran Non Tunai. (Skripsi--Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. 2018.

Ibn Hanbal, Ahmad. Sunan Ahmad. Hadith no. 16628 dalam Mausu'ah al-Hadis ash-Sharif, edisi ke-2. Ttp: Global Islamic Software Company. 1991-1997.

Idri. Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi. Jakarta: Kencana. 2015.

Ismawati. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perbedaan Pembayaran Jasa Ojek Online Secara Tunai Dan Gopay: Studi Kasus Pada Driver Go Jek Online Di Bandar Lampung, Skripsi--Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2018.

J.R, Raco. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Grasindo. 2010.

Khafiyah, Nurits Nadia. Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO. Skripsi--Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2019.

Masruhan. Metode Penelitian Hukum. Surabaya: Hilal Pustaka. 2013.

Narbuko, Halid, Abu Achmadi. Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara. 1997.

Purwaningsih, Endang. Hukum Bisnis. Bogor: Ghalia Indonesia. 2010.

S&K Cashback Hore Gajian OVO.

Sabiq Sayyid. Fiqh al-Sunnah. Beirut: Dar al-Fikr, 1983.

Sahroni, Oni. Cashback. Koran Republika. Selasa, 12 Juni. 2018.

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, XIV. 2011.

Sumarsono, Sonny. Metode Riset Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2004.

Tim Penyusun Fakultas Syariah dan Hukum. Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi, Surabaya: UIN Sunan Ampel Press. 2014.

Tiyani, Rizki Lucia. Penggunaan T-Cash Dalam Transaksi Pembayaran Elektronik Perspektif Hukum Islam. Skripsi--Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Zuhriyah, Luluk Fikri. Metode Penelitian Kualitatif. Surabaya: PT. Revka Petra Media. 2012.

Zulham. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2013.

Internet

Adirja, Firanda. Gambaran Go-Pay dan E-Money secara Global, https://www.youtube.com/watch?v=XsQVE4XgROQ. Diakses pada 10 Mei 2019.

Ali, Muhammad. Sebagaimana Riba Betulkah Hukum Cashback dalam Islam itu Juga Haram? https://pecihitam.org/sebagaimana-riba-betulkah-hukum-cashback-dalam-islam-itu-juga-haram/. Diakses pada 10 Mei 2019.

Cincau Station. http://www.cincaustation.co.id/about. Diakses pada 20 Maret 2019.

Daily Social TV. 'Adrian Suherman tentang Latar Belakang dan Visi Bisnis OVO' Discussion, https://www.youtube.com/watch?v=PcsbMc1IZM0. Diakses pada 20 Maret 2019.

Erwandi Tarmidzi. Hukum Go-Pay dan E-Money, https://www.youtube.com/watch?v=5OAPXPAAyHY. Diakses pada 10 Mei 2019.

Foodsessive, Penyetan Cok, Penyetan Pedas Asli Surabaya, http://surabaya.foodsessive.com/penyetan-cok-penyetan-pedas-surabaya/. Diakses pada 20 Maret 2019.

Kure, Emanuel. Basis Lippo Grup. https://id.beritasatu.com/home/basis-lippo-group/171119. Diakses pada 20 Maret 2019.

-------. OVO Targetkan Jadi Alat Pembayaran Nomor Satu", https://id.beritasatu.com/home/ovo-targetkan-jadi-alat-pembayaran-nomor-satu/171120. diakses. Diakses pada 20 Maret 2019.

OVO. Terms and Conditions OVO. https://www.ovo.id/tnc. Diakses pada 20 Maret 2019.

Reza Alief, Selamat Datang di Era Cashless, Pengamen Bersiaplah Pakai E-Money,https://www.kompasiana.com/alrezkc/5c82472fc112fe69ce457954/selamat-datang-di-era-cashless-pengamen-bersiaplah-pakai-e-money.

Rotiboy. http://indonesia.rotiboy.com/. Diakses pada 20 Maret 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Wawancara

Andi, Wawancara, Surabaya, 18 Maret 2019.

Bhaskoro Cahyo Armanto, Wawancara, Surabaya, 20 Maret 2019.

Dian Yuliani, Wawancara, Surabaya, 27 Maret 2019.

Easa (BP OVO), Wawancara, Surabaya 27 Maret 2019.

Frida, Wawancara, Surabaya, 27 Maret 2019.

Nida, Wawancara, Surabaya, 18 Maret 2019.

Ismail (CS OVO), Wawancara, G-mail, 15 April 2019.

Novian Nugroho Widjonarko (CS OVO), Wawancara, G-mail, 17 April 2019.

Nurul, Wawacara, Surabaya, 27 Maret 2019.

Rudi, Wawancara, Surabaya, 18 Maret 2019.

Septiani Indah Sari, Wawancara, Surabaya, 27 Maret 2019.

Vina, Wawancara, Surabaya, 27 Maret 2019.

Yuli, Wawancara, Surabaya, 27 Maret 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id