

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha di Indonesia menunjukkan dinamika yang semakin kompleks, terutama dengan munculnya berbagai bentuk kemitraan usaha yang inovatif. Waralaba telah menjadi salah satu inovasi penting dalam pengembangan usaha. PP No. 42 yang terbit 23 Juli 2007 mendefinisikan waralaba sebagai hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.¹ Jenis usaha yang biasanya diwaralabakan adalah usaha-usaha yang telah terbukti berhasil dan mapan di bidangnya, sehingga dinilai mampu memberikan keuntungan. Hal inilah yang kemudian menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Dengan adanya sistem waralaba, seseorang tidak perlu memulai usaha dari awal karena sudah tersedia sistem yang terstruktur dan siap dijalankan.

Pada dasarnya, waralaba merupakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperluas jaringan bisnis secara cepat. Waralaba bukan sekadar alternatif, melainkan metode pengembangan usaha yang sama efektif dan strategisnya dengan cara konvensional. Bahkan, sistem waralaba memiliki berbagai keunggulan, terutama dalam hal pendanaan, pengelolaan sumber daya manusia, dan manajemen. Selain itu, waralaba juga menjadi saluran distribusi yang efisien untuk mendekatkan produk ke tangan konsumen melalui para mitra waralaba.²

Salah satu contoh nyata keberhasilan sistem waralaba di Indonesia adalah Alfamart, salah satu jaringan minimarket di Indonesia yang telah dikenal luas oleh masyarakat. Minimarket ini menyediakan beragam produk kebutuhan harian, mulai dari makanan dan minuman, perlengkapan rumah tangga, produk

¹ Rusno, Dampak Pesatnya Mini Market Waralaba Terhadap Usaha Kecil (Jenis Ritel), *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 2009, hlm 198

² Syafiina, Adelina Murti, and R. R. Cahyan. "Waralaba Franchise di Indonesia." *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital* 1.2 (2024), hlm 104-113.

kebersihan, hingga barang kebutuhan pribadi. Dengan mengusung konsep ritel modern, Alfamart hadir untuk melayani berbagai segmen konsumen, khususnya kalangan menengah ke bawah, melalui pengalaman belanja yang praktis, cepat, dan terjangkau. Alfamart tidak hanya berhasil menjangkau kota-kota besar, tetapi juga merambah ke berbagai wilayah pedesaan, sehingga mendekatkan produk kebutuhan sehari-hari kepada konsumen. Dengan menawarkan sistem kemitraan, Alfamart memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menjadi bagian dari bisnis ritel modern dengan dukungan sistem dan manajemen yang baik. Saat ini total jaringan toko Alfamart telah mencapai 19.638 gerai per Juni 2024. Dari total itu, sekitar 14.369 gerai dikelola langsung oleh SAT (PT. Sumber Alfaria Trijaya) sisanya 5.269 gerai dimiliki masyarakat dengan sistem waralaba.³

Seiring dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, gaya hidup masyarakat global termasuk di Indonesia mengalami perubahan signifikan. Teknologi kini dimanfaatkan secara luas dalam berbagai sektor, seperti perdagangan, bisnis, perbankan, pendidikan, hingga layanan kesehatan, karena terbukti mampu meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya operasional. Dalam dunia perdagangan, penggunaan teknologi informasi telah membawa perubahan besar, dari sistem perdagangan konvensional ke arah perdagangan berbasis elektronik. Aktivitas jual beli kini semakin didominasi oleh sistem daring (online) karena dinilai lebih praktis, cepat, dan efisien. Perubahan pola konsumsi masyarakat ini mendorong para pelaku usaha, khususnya di sektor ritel untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman melalui transformasi digital.

Alfamart menunjukkan bentuk adaptasinya yaitu dengan meluncurkan aplikasi *Alfagift* sebagai bagian dari upaya digitalisasi layanan. *Alfagift* adalah layanan pesan antar produk pada Alfamart menggunakan aplikasi. Beberapa produk yang sering dipesan oleh masyarakat sangat beragam seperti kebutuhan

³ Emanuella B, "Termasuk Alfamart, Ini Daftar 5 Raksasa Jaringan Waralaba di Indonesia", Cnbc Indonesia, 2024, <https://www.cnbcindonesia.com/research/20241219145004-128-597342/termasuk-alfamart-ini-daftar-5-raksasa-jaringan-waralaba-di-indonesia>, diakses tgl 28 Agustus 2025 pk1 10.46

sehari-hari, makanan ringan, sampai perlengkapan pribadi. Masyarakat memilih aplikasi *Alfagift* karena dapat melihat produk yang sedang promo tanpa harus ke Alfamart, terdapat juga *voucher* potongan harga dan *cashback point* yang bisa ditukar jika sering berbelanja kemudian gratis ongkos kirim, respon yang cepat dan lebih praktis tidak perlu mengantri serta menempuh jarak jauh.⁴ *Alfagift* adalah software program digital yang diperkenalkan oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk pada tahun 2015. *Alfagift* menawarkan berbagai transaksi pembayaran melalui transfer bank BCA, bank Mandiri, e-money, dan Go-Pay, OVO, DANA, Aladin, Shoppe Pay, Virgo dan transfer bank lainnya untuk memudahkan pelanggan.⁵ Peluncuran *Alfagift* merupakan bagian dari strategi Alfamart untuk merespons perubahan perilaku belanja konsumen sekaligus memperluas jangkauan layanan melalui platform digital. Dengan pemanfaatan teknologi ini, Alfamart berupaya meningkatkan kualitas layanan, efisiensi operasional, serta daya saing di tengah ketatnya persaingan pasar ritel modern.

Semakin berkembangnya Alfamart tidak hanya ditunjukkan oleh jumlah gerainya, tetapi juga oleh kemampuan beradaptasi terhadap perubahan zaman melalui strategi marketing yang cerdas. Alfamart terus melakukan transformasi digital guna meningkatkan daya saingnya. Strategi pemasaran yang dijalankan adalah melalui pengembangan aplikasi *Alfagift*. Strategi pemasaran (*Marketing Strategy*) adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Fungsinya untuk mendorong manajemen untuk berpikir jauh ke depan dan mampu menghadapi dinamika pasar dengan lebih adaptif, termasuk menciptakan inovasi yang relevan. Strategi juga membantu meningkatkan koordinasi antar tim pemasaran agar setiap kegiatan berjalan selaras, efektif, dan sesuai tujuan.⁶

⁴ Puspita, Sherly Aliah. *Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Alfagift (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya)*. Diss. Politeknik Negeri Sriwijaya, 2022.

⁵ Firdaus, Anita. *Analisis sentimen pada aplikasi alfagift menggunakan metode naïve bayes classifier*. BS thesis. Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.

⁶ msi Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H. Et Al., *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi* (Pascal Book, 2021), hlm 9.

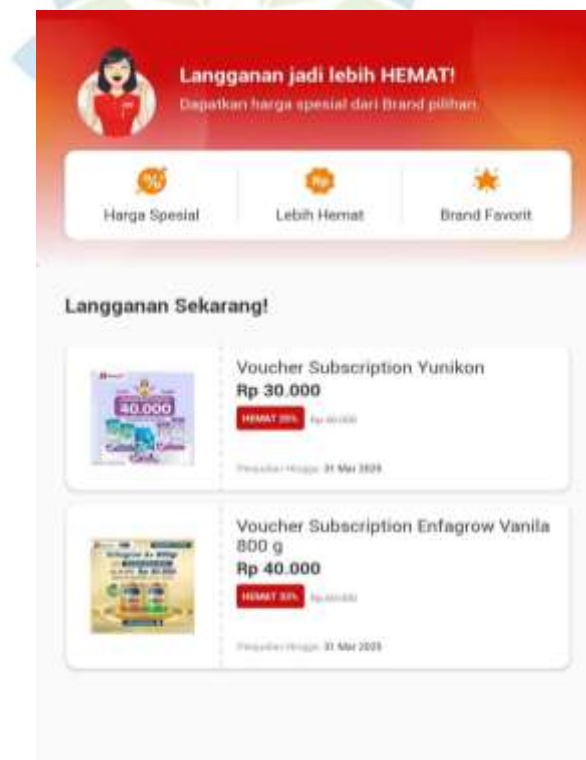
Alfamart menerapkan sejumlah strategi pemasaran modern yang dirancang untuk menarik perhatian konsumen sekaligus meningkatkan loyalitas mereka. Strategi ini mencakup promosi yang dipersonalisasi berdasarkan riwayat belanja pengguna, program loyalitas berbasis poin yang dapat ditukar dengan hadiah atau potongan harga, serta pemberian *voucher* digital dalam berbagai bentuk. Menurut Kamus Oxford, *voucher* adalah sebuah kata benda yang merujuk pada secarik kertas cetak yang memberikan hak kepada pemegangnya untuk memperoleh potongan harga atau menukarnya dengan barang tertentu.⁷ *Voucher* digital menjadi salah satu bentuk promosi yang paling efektif di Alfagift. *Voucher* ini tidak hanya bertujuan menarik pelanggan baru, tetapi juga untuk mempertahankan konsumen lama agar tetap aktif berbelanja.

Terdapat beberapa jenis *voucher* yang digunakan oleh Alfamart, di antaranya adalah *voucher* diskon yang memberikan potongan harga langsung pada produk tertentu atau total belanja; *voucher cashback* yang mengembalikan sejumlah nilai pembelian dalam bentuk poin atau saldo Alfagift; serta *voucher event* atau musiman yang biasanya dirilis pada momen-momen khusus seperti Ramadan atau ulang tahun Alfamart. Selain digunakan secara langsung oleh pelanggan, *voucher* ini juga dapat diperjualbelikan atau diberikan sebagai bentuk hadiah, baik oleh pihak Alfamart sendiri maupun oleh mitra kerja sama. Untuk membeli *voucher* di aplikasi Alfagift, pengguna cukup membuka aplikasi, *log in*, lalu masuk ke menu “*Voucher*”. Di sana, pengguna bisa memilih *voucher* yang tersedia dan membelinya. Setelah *voucher* berhasil diklaim, pengguna dapat menggunakannya saat berbelanja di Alfagift atau di Toko Alfamart dengan menunjukkan kode *voucher* di aplikasi kepada kasir. Pastikan *voucher* masih berlaku dan sesuai dengan syarat penggunaannya.

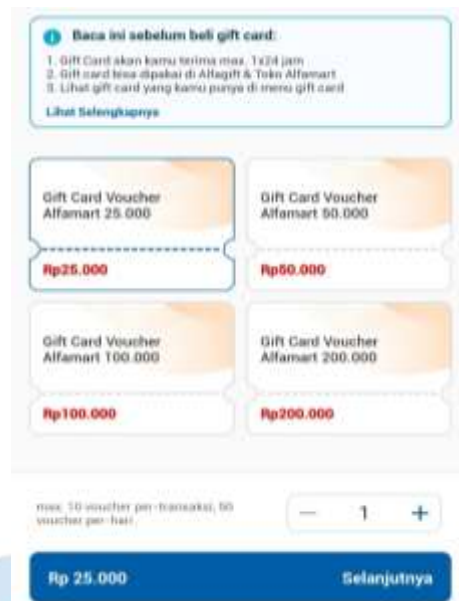
⁷ Ach Maulidi, “Pengertian Voucher,” Kanal Informasi, 2015, <https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-voucher.>, diakses tgl 29 Agustus 2025 pk1 12.05



Gambar 1.1 Logo Alfagift



Gambar 1.2 Voucher Subscription



Gambar 1.3 *Voucher Gift card*

Landasan penggunaan *voucher* digital diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024. Undang-undang ini mengakui bahwa transaksi yang dilakukan melalui media elektronik merupakan perbuatan hukum yang mempunyai akibat hukum yang sama dengan transaksi konvensional. Dalam Pasal 1 angka 2 dijelaskan bahwa transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Dengan demikian, pembelian *voucher* melalui aplikasi *Alfagift* merupakan salah satu bentuk transaksi elektronik yang memperoleh pengakuan dan perlindungan hukum⁸

Pasal 18 ayat (1) UU ITE menyatakan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa ketika konsumen membeli *voucher* melalui aplikasi *Alfagift* dan menyetujui syarat serta ketentuan yang berlaku, pada saat itu telah lahir suatu kontrak elektronik yang menimbulkan hak dan kewajiban

⁸ Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia. A Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik,” 2024.

bagi masing-masing pihak. Pelaku usaha berkewajiban menyediakan *voucher* sesuai dengan informasi yang ditawarkan, sedangkan konsumen berkewajiban membayar harga yang telah ditentukan.

Salah satu bentuk muamalah yang diperbolehkan dalam Islam adalah aktivitas jual beli, yang kini mengalami perkembangan dengan memanfaatkan teknologi elektronik atau internet dan dikenal sebagai jual beli online. Praktik ini menjadi bagian dari kajian Fiqh Muamalah kontemporer. Di satu sisi, bisnis online memberikan kemudahan dan berbagai manfaat bagi masyarakat. Namun, apabila tidak dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah, maka berpotensi terjerumus dalam praktik muamalah yang tidak sah seperti penipuan, kecurangan, dan tindakan zalim menjadi sangat besar.⁹

Dalam istilah fikih, jual beli dikenal dengan istilah *al-bai'*, yang memiliki arti menjual, menukar, atau mengganti suatu barang dengan barang lain. Dalam bahasa Arab, kata *al-bai'* kadang juga digunakan untuk menyatakan makna yang berlawanan, yaitu *asy-syira'*, yang berarti membeli.¹⁰ Dalam pandangan syariat Islam, jual beli diartikan sebagai pertukaran harta berdasarkan prinsip saling ridha. Artinya, kepemilikan suatu barang berpindah dari satu pihak ke pihak lain dengan imbalan yang sah menurut ketentuan agama.¹¹ Dasar hukum jual beli terdapat pada Q.S Al-Baqarah [2] ayat 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ

قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى

فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

⁹ Khatimah, Husnul, Nuradi Nuradi, and Akhmad Alim. "Konsep Jual Beli dalam Islam dan Implementasinya pada Marketplace." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10.1 (2024), hlm 43-57.

¹⁰ Shobirin, Shobirin. "Jual beli dalam pandangan Islam." *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 3.2 (2016), hlm 239-261.

¹¹ Firmando, Heri. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Jual Beli Dengan Menggunakan Voucher Gift Map (Studi Pada Outlet Sport Station Mall Boemi Kedaton, Bandar Lampung). Diss. UIN Raden Intan Lampung, 2020.

Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) *riba* tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan *riba*. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut *riba*), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi *riba*), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.¹² Ayat tersebut menegaskan keharaman *riba* dan larangan kepada manusia untuk transaksi *riba*. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam apakah keuntungan yang diperoleh dari *voucher* Alfagift termasuk dalam kategori *riba* atau tidak.

Berdasarkan Pasal 1457 KUHPdata, jual beli diartikan sebagai suatu perjanjian yang mengikat penjual untuk menyerahkan suatu barang kepada pembeli, sedangkan pembeli berkewajiban membayar harga atas barang tersebut sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa jual beli merupakan suatu hubungan hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak yang mengadakan perjanjian.

Dalam perjanjian jual beli terdapat dua kewajiban pokok yang harus dipenuhi oleh para pihak. Penjual memiliki kewajiban untuk menyerahkan barang yang menjadi objek jual beli kepada pembeli, sedangkan pembeli berkewajiban membayar harga barang sesuai dengan nilai yang telah disepakati. Dengan demikian, hak penjual adalah menerima pembayaran atas barang yang dijual, sedangkan hak pembeli adalah memperoleh barang yang telah diperjanjikan.¹³

Menurut Salim H.S., perjanjian jual beli merupakan suatu perjanjian yang dibuat antara penjual dan pembeli, di mana penjual berkewajiban menyerahkan objek jual beli kepada pembeli serta berhak menerima

¹² T. Penerjemah, “Al-Qur’an Dan Terjemahannya,” 2019.

¹³ Triyana Syahfitri, “Tinjauan Yuridis Jual Beli Menurut Hukum Perdata,” *Jurnal Hukum Das Sollen* 2, no. 2, 2018, hlm 2.

pembayaran atas barang tersebut. Sebaliknya, pembeli berkewajiban membayar harga yang telah disepakati dan berhak menerima objek yang diperjualbelikan. Definisi tersebut menunjukkan bahwa perjanjian jual beli tidak hanya melahirkan hubungan hukum, tetapi juga menciptakan keseimbangan antara hak dan kewajiban para pihak.

Terdapat beberapa unsur yang harus dipenuhi dalam suatu perjanjian jual beli. Pertama, adanya subjek hukum yang terdiri atas penjual dan pembeli sebagai pihak yang melakukan perjanjian. Kedua, adanya kesepakatan mengenai objek yang diperjualbelikan beserta harga yang harus dibayarkan. Ketiga, timbulnya hak dan kewajiban yang mengikat masing-masing pihak sebagai akibat dari adanya perjanjian tersebut. Apabila unsur-unsur tersebut telah terpenuhi, maka perjanjian jual beli dapat dikatakan telah terbentuk secara sah.

Unsur yang paling penting dalam perjanjian jual beli adalah adanya barang sebagai objek perjanjian dan harga sebagai nilai tukarnya. Oleh karena itu, kesepakatan mengenai kedua unsur tersebut menjadi syarat utama lahirnya suatu perjanjian jual beli. Hal ini sejalan dengan ketentuan Pasal 1458 KUHPerdara yang menegaskan bahwa jual beli dianggap telah terjadi sejak tercapainya kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai barang dan harga, meskipun barang belum diserahkan dan pembayaran belum dilakukan.¹⁴

Islam membolehkan praktik jual beli, namun pelaksanaannya harus sesuai dengan ketentuan syariat agar mendatangkan keberkahan, baik di dunia maupun di akhirat. Dalam konteks jual beli online, terdapat sejumlah prinsip yang harus ditaati oleh penjual, salah satunya adalah transparansi. Penjual tidak diperkenankan menyembunyikan cacat atau kekurangan pada produk yang dijual. Mereka juga wajib menjalankan kesepakatan yang telah dibuat dalam akad agar usaha yang dijalankan bisa tumbuh dan berkembang secara sehat. Oleh karena itu, dalam transaksi online, penjual dituntut memiliki karakter yang mulia, seperti menepati janji, disiplin waktu, memperbaiki kualitas barang dan

¹⁴ Triyana Syahfitri, “Tinjauan Yuridis Jual Beli Menurut Hukum Perdata,” *Jurnal Hukum Das Sollen* 2, no. 2, 2018, hlm 2-3.

layanan, serta menjauhi tindakan penipuan. Seorang pelaku usaha harus menunjukkan sifat amanah, jujur, terbuka, dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap pelanggan. Dengan mengedepankan etika tersebut, penjual tidak hanya menunjukkan profesionalisme, tetapi juga memenuhi tanggung jawab moral dan spiritual dalam menjalankan usahanya.¹⁵

Banyak masyarakat Muslim kini turut serta dalam tren pembelian dan penjualan *voucher* digital. Sebagian besar dari mereka belum memahami secara mendalam mengenai kehalalan atau keabsahan transaksi semacam ini menurut hukum Islam. Padahal bagi umat Islam, aspek halal-haram dalam transaksi menjadi pertimbangan penting yang harus diperhatikan dalam kegiatan ekonomi. Sementara dalam Hukum Ekonomi Syariah, *voucher* itu hanya hibah. Secara bahasa, hibah dalam bahasa Arab berarti pemberian. Dalam istilah fikih, hibah merujuk pada pemberian secara cuma-cuma dari satu orang kepada orang lain, baik karena rasa cinta yang dikenal sebagai hadiah maupun karena rasa iba yang disebut sedekah. Pemberian ini dilakukan secara langsung dan hanya berlaku selama kedua pihak masih hidup. Hibah tidak mensyaratkan ketentuan tertentu, sehingga dapat diberikan dalam jumlah berapa saja, kepada siapa saja, dan kapan saja sesuai keinginan pemberi.¹⁶

Voucher sering kali dianggap sebagai bentuk pemberian manfaat yang diberikan oleh suatu pihak (misalnya perusahaan) kepada konsumen. Dalam konteks hukum ekonomi syariah, pemberian semacam ini bisa dikaitkan dengan konsep hibah, yakni pemberian barang atau manfaat secara cuma-cuma tanpa imbalan (gratis). Namun, *voucher* yang dibeli baik berupa diskon, *cashback*, atau *gift card* pada dasarnya bukan hibah murni, karena *voucher* umumnya diberikan dalam bentuk manfaat ekonomi kepada penerima, tetapi disertai dengan syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhi agar manfaat tersebut dapat digunakan. Syarat-syarat tersebut dapat berupa penggunaan dana, batas waktu

¹⁵ Samiya, S., et al. "Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Melalui Media Online Di Kalangan Masyarakat." *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 12.2 (2024), hlm 225-231.

¹⁶ Nurhidayatullah, M. Rizal. *Hibah dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif (Studi Tentang Putusan Pengadilan Agama Nomor 1648/pdt. G/PA. jbg)*. Diss. Universitas Islam Indonesia, 2023.

penggunaan, ketentuan jenis barang atau jasa yang dapat dibeli, hingga nominal minimum pembelanjaan. Oleh karena itu, *voucher* seperti ini lebih tepat dikategorikan sebagai hibah bersyarat, yaitu bentuk pemberian yang mengandung ketentuan atau pembatasan tertentu dari pihak pemberi kepada penerima.

Dalam konteks hukum Islam, transaksi atau akad memiliki ketentuan dan prinsip yang harus dipenuhi agar dinyatakan sah. Hukum ekonomi syariah menekankan larangan terhadap praktik *riba* (tambahan yang tidak sah), *gharar* (ketidakjelasan), dan *maisir* (spekulasi atau perjudian), serta menuntut adanya kejelasan akad, transparansi, dan keadilan dalam setiap bentuk muamalah. Sementara itu, transaksi jual beli *voucher* digital seperti *Alfagift* belum secara eksplisit dibahas dalam literatur fiqh klasik karena merupakan bentuk muamalah kontemporer yang lahir dari kemajuan teknologi. Hal ini menimbulkan kebutuhan untuk menelaah dan menyesuaikan praktik tersebut dalam kerangka hukum ekonomi syariah kontemporer guna menilai keabsahan transaksi digital tersebut berdasarkan prinsip-prinsip muamalah, seperti kejelasan akad, kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat, serta tidak mengandung unsur *riba*, *gharar* (ketidakjelasan), atau penipuan.

Melihat fenomena yang berkembang di tengah masyarakat, khususnya di era digital, di mana transaksi menggunakan *voucher* semakin marak. *Voucher Alfagift* sebagai salah satu bentuk *voucher* digital yang banyak digunakan dalam pembelanjaan sehari-hari. Banyak orang, termasuk umat Muslim melakukan transaksi ini tanpa tahu apakah cara jual belinya sudah sesuai dengan hukum Islam atau belum. Praktik ini menimbulkan pertanyaan dari sisi hukum Islam, terutama karena belum semua masyarakat memahami bagaimana hukum jual beli *voucher* menurut perspektif syariah. Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis tertarik mengangkat judul **“Jual Beli *Voucher* Pada Aplikasi *Alfagift* Dan Penggunaannya Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun permasalahan dari penelitian dalam penulisan Skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pelaksanaan Jual Beli *Voucher* Pada Aplikasi Alfagift?
2. Bagaimana Penggunaan *Voucher* Alfagift di Toko Alfamart?
3. Bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli *Voucher* Di Aplikasi Alfagift?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan Skripsi ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Jual Beli *Voucher* Pada Aplikasi Alfagift
2. Untuk mengetahui Penggunaan *Voucher* Alfagift di Toko Alfamart
3. Untuk mengetahui Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli *Voucher* Di Aplikasi Alfagift.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan Skripsi ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman yang lebih jelas kepada masyarakat khususnya umat Islam, mengenai hukum jual beli *voucher* digital seperti Alfagift menurut pandangan Islam. Banyak orang mungkin belum menyadari apakah transaksi semacam ini sesuai dengan syariat atau tidak. Dengan adanya penelitian ini, masyarakat bisa lebih bijak dan berhati-hati dalam bertransaksi secara digital agar tidak melanggar aturan agama.

2. Manfaat bagi Dunia Akademik

Secara akademis, penelitian ini bisa menambah referensi dan wawasan dalam bidang hukum ekonomi syariah, terutama terkait praktik jual beli modern yang menggunakan teknologi. Mengingat belum banyak penelitian yang secara khusus membahas jual beli *voucher* Alfagift dari sisi syariah, hasil penelitian ini bisa menjadi bahan kajian atau rujukan untuk mahasiswa, dosen, maupun peneliti lain yang tertarik dengan tema muamalah kontemporer.

3. Manfaat bagi Peneliti

Bagi peneliti sendiri, penelitian ini merupakan kesempatan untuk menambah ilmu dan pengalaman, terutama dalam mengkaji persoalan baru yang muncul di era digital. Peneliti juga bisa mengasah kemampuan berpikir kritis dan analitis, serta belajar menyusun karya ilmiah dengan lebih baik. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bekal untuk peneliti dalam menghadapi dunia kerja atau melanjutkan ke jenjang akademik yang lebih tinggi.

E. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil-hasil penelitian terdahulu yang bisa dijadikan acuan dalam topik penelitian ini. Penelitian terdahulu telah dipilih sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, sehingga diharapkan mampu menjelaskan maupun memberikan referensi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipilih.

Pertama, penelitian oleh Faiza dan Nada (2023) yang berjudul Analisis Kesesuaian Sistem Indomaret Poinku Dengan Fiqih Muamalah Islam. Dalam penelitian ini masih kurangnya perhatian perusahaan-perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran ini terhadap nilai-nilai Islam khususnya fiqih muamalah Islam. Baik terkait keabsahan akad, objek akad, serta pihak-pihak yang berakad, apakah sudah sesuai dengan ketentuan syarat tersebut ataukah belum, sehingga dapat merugikan pelanggan (customer) atau bahkan merugikan diri sendiri. Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kajian literatur. Metode kajian literatur merupakan pendekatan penelitian yang melibatkan pengumpulan, analisis, dan sintesis informasi dari berbagai sumber tertulis yang memiliki relevansi dengan topik penelitian. Berdasarkan analisis terhadap unsur-unsur rukun akad, seperti dua pihak yang berakad (al-‘aqidani), shighat dan obyek akad (ma‘qûd ‘alayhi), terlihat bahwa praktek Indomaret Poinku mencakup elemen-elemen ini. Namun, perlu diperhatikan bahwa akad atau transaksi untuk mendapatkan poin dan stamp tergolong dalam syafqatayn fii syafqah wahidah (dua transaksi dalam satu transaksi), yang dapat dianggap sebagai tidak memenuhi syarat dan rukun akad.

Poin dan stamp yang diperoleh dari transaksi di Indomaret Poinku dapat diinterpretasikan sebagai hibah atau bonus.¹⁷

Kedua, skripsi yang di buat oleh Rifatul Risqiani (2022) yang berjudul Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Dengan Sistem Tukar *Voucher* di Kafe Ujung Senja Batang. Dalam penelitian ini, transaksi jual beli yang dilakukan di Kafe Ujung Senja Batang yang berbeda dengan praktik jual beli pada umumnya tersebut, disini terdapat ketidakkonsistenan terhadap penggunaan media tukar yang difokuskan pada penggunaan *voucher* yang dijadikan sebagai alat transaksi pembayaran. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian yuridis empiris dengan pendekatan kualitatif, sumber data yang digunakan berupa data primer yaitu diperoleh dari teknik wawancara dan observasi yang dilakukan pada Kafe Ujung Senja Batang dan data sekunder diperoleh dari bahan hukum pustakayang terkait dengan penelitian yang penulis kaji. Hasil penelitian menunjukan dihukumi sah karena terpenuhinya syarat dan rukun jual beli serta menjaga prinsip-prinsip hukum Islam dengan memperhatikan prinsip keadilan, kebebasan, kejujuran, manfaat, suka sama suka dan sebagian pihak pengunjung merasa ridha terhadap ketentuan penggunaan *voucher* sebagai alat transaksi tersebut karena pihak kafe sudah memberikan penjelasan diawal akad secara jelas.¹⁸

Ketiga, penelitian oleh Heri Firmando (2020) dengan judul Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Jual Beli Dengan Menggunakan *Voucher* Gift Map. Dalam penelitian ini jual beli di era modern uang cash bukan lagi sebagai alat transaksi jual beli satu-satunya melainkan bisa menggunakan *Voucher* Gift Map, terkadang hal ini cenderung terjadi kecurangan dalam hal transaksi jual beli. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang dilakukan di lingkungan masyarakat tertentu, baik di lembaga organisasi-organisasi masyarakat (sosial), maupun lembaga

¹⁷ Efendi, Nada Mayori. "Analisis Kesesuaian Sistem Indomaret Poinku Dengan Fiqih Muamalah Islam." *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 2.6 (2023): 1235-1244.

¹⁸ Risqiani, Rifatul. *Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Dengan Sistem Tukar Voucher di Kafe Ujung Senja Batang*. Diss. IAIN Pekalongan, 2022.

pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Voucher Gift Map* dalam transaksi jual beli di Outlet Sport Station dalam pandangan hukum Islam (muamalah) merupakan bentuk dari perkembangan alat tukar yang disepakati kedua belah pihak. Namun, kelebihan nilai nominal *Voucher* dari harga ril barang tidak dapat diuangkan dan diterima kembali sipembeli, maka jual beli tersebut hukumnya fasid (rusak) dan merugikan sipembeli.¹⁹

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Syamsiah Nur, Andi Dahmayanti, dan Miftahul Jannah (2023) dengan judul “*Voucher Shopee PayLater pada Jual Beli Online dalam Perspektif Fikih Muamalah Kontemporer*” berfokus pada analisis hukum penggunaan *voucher* Shopee PayLater dalam transaksi jual beli daring ditinjau dari perspektif fikih muamalah kontemporer. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode kajian normatif-yuridis, dan data dianalisis melalui teknik *content analysis* atau analisis isi. Hasil penelitian ditemukan bahwa *voucher* Shopee PayLater tidak diperbolehkan untuk digunakan atau diklaim, sebab hadiah atau keuntungan yang diberikan bersumber dari akad yang mengandung unsur *riba*. Akad tersebut termasuk dalam kategori *qard* (utang piutang) yang disertai tambahan atau keuntungan bagi pihak pemberi pinjaman, sehingga tidak memenuhi prinsip-prinsip keabsahan akad dalam hukum Islam. Selain itu, sistem pemberian *voucher* yang mensyaratkan pendaftaran akun Shopee PayLater dianggap sebagai bentuk akad bersyarat (*al-‘aqd al-mu’allaq*), yang secara hukum tidak sah menurut ketentuan fikih. Penelitian ini menekankan pentingnya kehati-hatian bagi masyarakat Muslim dalam menggunakan fasilitas transaksi digital, terutama yang berpotensi mengandung unsur *riba* atau syarat akad yang tidak sesuai dengan ketentuan syariah. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengguna dan pelaku bisnis

¹⁹ Firmando, Heri. *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Jual Beli Dengan Menggunakan Voucher Gift Map (Studi Pada Outlet Sport Station Mall Boemi Kedaton, Bandar Lampung)*. Diss. Uin Raden Intan Lampung, 2020.

digital untuk lebih memahami nilai-nilai syariah dalam setiap aktivitas ekonomi modern.²⁰

Kelima, penelitian oleh Faiq Rahman Isa Anshori (2022) berjudul “Jual Beli *Voucher* Kuota Online dalam Pandangan Hukum Islam: Studi Kasus Transaksi Jual Beli *Voucher* Kuota Melalui Aplikasi Shopee di Total Store Cirebon” membahas praktik jual beli *voucher* kuota internet secara daring dan meninjau kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya aktivitas jual beli digital di masa pandemi yang mendorong pergeseran dari sistem konvensional ke sistem online. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan penelitian lapangan (field research), di mana data diperoleh melalui wawancara dengan pihak terkait menggunakan teknik purposive sampling. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami mekanisme transaksi serta menilai keabsahan akad dan objek transaksi menurut ketentuan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli *voucher* kuota melalui aplikasi Shopee di Total Store Cirebon termasuk dalam akad salam, yaitu pembayaran dilakukan terlebih dahulu sebelum barang diterima. Transaksi ini dinilai sah selama memenuhi unsur kejujuran, kejelasan, serta tidak mengandung unsur *gharar* maupun *riba*. Penelitian ini menegaskan bahwa praktik jual beli secara online tetap diperbolehkan dalam Islam sepanjang sesuai dengan rukun dan syarat jual beli yang sah, serta dilandasi oleh prinsip keadilan dan kerelaan antara penjual dan pembeli.²¹

Keenam, Skripsi yang disusun oleh Muhamad Gelby Bahalwan (2025) yang berjudul “*Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Transaksi Jual Beli Voucher ShopeeVIP di Aplikasi Shopee*” mengkaji praktik pembelian *voucher* ShopeeVIP berdasarkan perspektif hukum ekonomi syariah dan Fatwa DSN-MUI No. 100/DSN-MUI/XII/2015 dengan metode kualitatif normatif-yuridis

²⁰ Syamsiah Nur, Andi Dahmayanti, dan Miftahul Jannah, *Voucher Shopee PayLater pada Jual Beli Online dalam Perspektif Fikih Muamalah Kontemporer*, Al-Khiyar: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam, Vol. 3, No. 2 (2023): 96–113.

²¹ Faiq Rahman Isa Anshori, *Jual Beli Voucher Kuota Online dalam Pandangan Hukum Islam: Studi Kasus Transaksi Jual Beli Voucher Kuota Melalui Aplikasi Shopee di Total Store Cirebon* (Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum Islam, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon, 2022)

melalui studi pustaka dan wawancara. Hasilnya menunjukkan bahwa transaksi tersebut pada dasarnya telah memenuhi rukun dan syarat jual beli, namun masih terdapat ketidakjelasan terkait syarat penggunaan voucher yang menimbulkan unsur *gharar* yasir. Meskipun tidak membatalkan akad, kondisi ini menuntut adanya peningkatan transparansi informasi, sehingga penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan voucher digital diperbolehkan selama memenuhi prinsip kejelasan dan tidak mengandung unsur *gharar* yang berlebihan.²²

Ketujuh, Skripsi yang disusun oleh Dita Dwi Malinda (2024) dengan judul “*Penggunaan Voucher Gojek Menurut Fatwa DSN-MUI No. 100/DSN-MUI/XII/2015 tentang Pedoman Transaksi Voucher Multi Manfaat Syariah*” bertujuan untuk menganalisis kesesuaian praktik penggunaan voucher Gojek berdasarkan ketentuan Fatwa DSN-MUI. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan normatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi penggunaan voucher Gojek belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah, khususnya berkaitan dengan ketidakjelasan status kehalalan pada layanan GoFood. Kondisi tersebut dinilai bertentangan dengan prinsip kehati-hatian (*iḥtiyāt*) dalam transaksi syariah. Penelitian ini memiliki relevansi karena sama-sama menggunakan Fatwa DSN-MUI No. 100 sebagai dasar analisis, meskipun objek kajian yang digunakan berbeda, yaitu pada platform Gojek.²³

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Faiza Hafizia Maulaya,	Analisis Kesesuaian Sistem Indomaret	Objek kajian sama-sama berbasis digital, fokus pada	Objek utama penelitian nya adalah poin dan stamp dari

²² Muhammad Gelby Bahalwan, “Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Jual Beli Voucher Shopeevip Di Aplikasi Shopee” (2025).

²³ Dita Dwi Malinda, “Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Penggunaan Diskon Gopay Pada Aplikasi Gojek Online” (2024).

	Nada Mayori Efendi	Poinku dengan Fiqih Muamalah Islam	kesesuaian syariah dan mengangkat isu hibah bersyarat	program loyalitas “Poinku”. Poin dianggap sebagai bonus dari transaksi jual beli (hibah promosi)
2.	Rifatul Risqiani	Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Dengan Sistem Tukar Voucher di Kafe Ujung Senja Batang	Penelitian ini yaitu sama- sama membahas mengenai praktik jual beli <i>voucher</i> yang dilakukan sebagai alat tukar dalam transaksi jual beli	Menganalisis praktik jual beli yang diterapkan oleh Kafe Ujung Senja Batang yang menggunakan sistem tukar voucher sebagai alat pembayaran. Sistem ini mengharuskan pengunjung membeli voucher terlebih dahulu dengan nominal tertentu yang kemudian ditukarkan dengan makanan dan minuman yang tersedia di kafe.

3.	Heri Firmando	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Jual Beli dengan Menggunakan <i>Voucher</i> Gift MAP	Memiliki objek kajian yang sama yaitu jual beli <i>voucher</i> yang digunakan sebagai alat tukar dengan menggunakan pendekatan Hukum Ekonomi Syariah.	Penelitian ini fokus pada akad dan potensi kerugian dari selisih harga dengan nilai <i>voucher</i> . Studi kasus di Gerai Sport Station Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.
4.	Syamsiah Nur, Andi Dahmayanti, dan Miftahul Jannah	<i>Voucher</i> Shopee PayLater pada Jual Beli Online dalam Perspektif Fikih Muamalah Kontemporer	Meneliti praktik jual beli <i>voucher</i> digital dalam e- commerce, menggunakan pendekatan fiqh muamalah dan membahas keabsahan akad.	Penelitian ini menggunakan objek <i>voucher</i> Shopee Paylater, akad yang dianalisis melibatkan akad qard dan berpotensi <i>riba</i> dan penelitian ini menggunakan metodologi library research.
5.	Faiq Rahman Isa Anshori	Jual Beli <i>Voucher</i> Kuota Online dalam Pandangan Hukum Islam:	Sama sama meneliti praktik transaksi <i>voucher</i> digital dengan	Penelitian ini menggunakan objek yang berbeda yaitu: <i>voucher</i> kuota

		Studi Kasus Transaksi Jual Beli <i>Voucher</i> Kuota Melalui Aplikasi Shopee di Total Store Cirebon	berlandaskan prinsip hukum islam.	internet yang dijual di platform Shopee di Total Store Cirebon. dan Akad yang digunakan adalah Akad Salam, karena pembayaran dilakukan diawal sebelum <i>voucher</i> diterima.
6	Muhammadd Gelby Bahalwan	Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Jual Beli <i>Voucher</i> ShopeeVIP di Aplikasi Shopee	Sama sama meneliti praktik jual beli <i>voucher</i> digital dalam perspektif hukum ekonomi syariah, menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif dengan pendekatan normatif-yuridis dan sama sama	Penelitian ini berfokus pada voucher shopeevip pada aplikasi shopee dengan menitikberatkan syar penggunaan voucher, dan menyimpulkan bahwa transaksi mengandung <i>gharar</i> ringan yang tidak membatalkan akad.

			adanya potensi unsur <i>gharar</i> .	
7	Dita Dwi Malinda	Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Penggunaan Diskon Gopay Pada Aplikasi Gojek Online	Menggunakan pendekatan kualitatif, Menjadikan Fatwa DSN-MUI No. 100/DSN-MUI/XII/2015 sebagai landasan normatif	Penelitian ini berfokus pada <i>voucher</i> dalam aplikasi Gojek, dengan menitikberatkan ketidaksesuaian syariah khususnya ketidaksesuaian status halal.

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas penggunaan *voucher* dalam transaksi jual beli, namun penelitian ini peneliti mengangkat kasus yang berbeda, yakni praktik jual beli *voucher* melalui aplikasi digital Alfagift. Dalam hal ini, *voucher* digunakan sebagai alat pembayaran atau potongan harga dalam proses transaksi yang disediakan oleh Alfamart melalui platform aplikasinya. Praktik jual beli *voucher* Alfagift perlu ditinjau lebih dalam dari sudut pandang hukum ekonomi syariah. Hal ini dikarenakan adanya syarat-syarat tertentu yang melekat pada *voucher*, seperti penguunaan dana, masa berlaku, batas minimal pembelanjaan, dan ketentuan penggunaan untuk produk tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keabsahan transaksi jual beli *voucher* di aplikasi Alfagift berdasarkan prinsip-prinsip syariah, dengan mengkaji aspek akad, rukun, syarat, serta potensi adanya unsur *gharar*, *riba*, atau *maisir* yang mungkin terkandung dalam praktik tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat, khususnya umat Muslim, agar lebih bijak dan syar'i dalam menggunakan layanan digital seperti Alfagift.

F. Kerangka Berpikir

Al-muamalah al-madiyah yaitu aturan aturan tentang pergaulan dan perhubungan manusia mengenai kebutuhan kehidupannya dengan berpegang pada prinsip-prinsip syariah yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, Ijma', dan Qiyas. Menurut Abdul Manan, ilmu ekonomi syariah merupakan cabang ilmu sosial yang mengkaji persoalan-persoalan ekonomi masyarakat dengan berlandaskan nilai-nilai ajaran Islam. Ia menekankan bahwa ekonomi syariah tidak hanya membahas aspek sosial manusia, tetapi juga memperhatikan sisi religius dalam diri manusia. Hal ini karena manusia memiliki kebutuhan yang banyak, sementara sarana pemenuhan kebutuhan terbatas, sehingga timbul berbagai persoalan ekonomi, baik dalam sistem ekonomi modern maupun ekonomi Islam. Yang membedakan keduanya adalah dasar pengambilan keputusan. Dalam ekonomi Islam, pilihan ekonomi dikendalikan oleh prinsip-prinsip Islam, sedangkan dalam ekonomi modern lebih banyak didorong oleh kepentingan dan keinginan individu.²⁴ Menurut Jaenudin, hukum ekonomi syariah didasarkan pada prinsip keadilan, kemaslahatan, keseimbangan dan tanggung jawab dalam aktivitas ekonomi. Prinsip-prinsip tersebut menjadi dasar dalam menilai praktik transaksi digital agar tidak merugikan salah satu pihak dan tetap sesuai dengan syariat islam.²⁵

Dalam kegiatan muamalah, jual beli (*al-bai'*) merupakan salah satu bentuk akad yang paling umum digunakan, yaitu pertukaran antara barang dan nilai (uang) secara sukarela. Ulama Syafi'iyah menyatakan bahwa jual beli adalah suatu akad yang mengandung tukar menukar harta dengan harta dengan syarat dan ketentuan sesuai dengan syara'. Menurut Jumhur Ulama, jual beli harus memenuhi rukun dan syarat, antara lain: ada penjual dan pembeli (*aqidain*), barang yang diperjualbelikan (*ma'qud 'alaih*), dan ijab-qabul (*sighat*).²⁶ Dalam perspektif fikih muamalah, setiap

²⁴ Nurhotia Dr. Kholidah, M.Ag, Dr. Putra Halomoan HSB, M.H et al., *Hukum Ekonomi Syariah* (Semesta Aksara, 2023).

²⁵ M.Ag Dr. Jaenudin, *Hukum Ekonomi Syariah: "Sebuah Perspektif Keilmuan"* (Widina Bhakti Persada, 2022), hlm 48.

²⁶ Yuliasutitik, Iin. *Pendapat ulama MUI Kota Malang terhadap jual beli account Clash of Clans (CoC)*. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2016.

transaksi komersial harus bebas dari unsur *riba*, *gharar* (ketidakjelasan), *maysir* (spekulasi), *tadlis* (penipuan), dan *zalim* (ketidakadilan).²⁷

Selain itu, Pasal 46 PP Nomor 71 Tahun 2019 menentukan bahwa kontrak elektronik dinyatakan sah apabila memenuhi empat syarat, yaitu adanya kesepakatan para pihak, dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau berwenang, memiliki objek tertentu, dan objek tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, maupun ketertiban umum. Ketentuan tersebut pada dasarnya mengadopsi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Para ulama fiqih juga menetapkan beberapa syarat tambahan dalam jual beli. Pertama, akad jual beli dianggap sah apabila tidak mengandung cacat, dan apabila objek yang diperjualbelikan berupa benda bergerak, maka pembeli berhak langsung menguasainya, sedangkan penjual menerima pembayaran. Namun, jika barang yang diperjualbelikan adalah benda tidak bergerak, maka penguasaannya baru dapat dilakukan oleh pembeli setelah proses administrasi diselesaikan sesuai dengan kebiasaan ('urf) yang berlaku di masyarakat. Kedua, jual beli hanya diperbolehkan jika pihak-pihak yang terlibat memiliki wewenang atau kekuasaan untuk melakukan transaksi tersebut. Ketiga, para ulama fiqih sepakat bahwa suatu akad jual beli baru bersifat mengikat secara hukum apabila terbebas dari segala bentuk hak untuk membatalkan akad (*khiyar*).²⁸

Kemajuan teknologi digital telah memberikan pengaruh signifikan terhadap pola transaksi dalam kehidupan masyarakat modern. Salah satu bentuk transformasi digital tersebut adalah penggunaan *voucher* yang kini marak digunakan sebagai media promosi dan transaksi. Secara sederhana, *voucher* digital adalah *voucher* yang berbentuk kode yang tersimpan didalam smartphone dan biasanya tergabung dalam satu aplikasi. Dibandingkan dengan *voucher* biasa, *voucher* digital memiliki sejumlah keunggulan, seperti tingkat keamanan yang lebih tinggi, penggunaan yang

²⁷ Ista, Akram, et al. "*Riba, Gharar, Dan Maysir dalam Sistem Ekonomi.*" *Jurnal Tana Mana* 5.3 (2024): hlm 315-330.

²⁸ Hizbullah, Sohibul, and Basri Na'ali. "Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Jual Beli Pada Tempat yang Dilarang." *Al Itmamiy Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)* 6.1 (2024): hlm 81-96.

lebih praktis, serta kemudahan dalam pengaksesannya karena seluruh proses dilakukan secara daring.²⁹ Aplikasi Alfagift sebagai platform resmi milik Alfamart, menghadirkan berbagai jenis *voucher* digital yang bisa dibeli pengguna untuk memperoleh potongan harga, cashback, dan akses layanan tertentu dalam transaksi konsumen. Hal ini menjadi penting untuk dikaji melalui perspektif hukum ekonomi syariah, guna memastikan kesesuaian praktiknya dengan prinsip-prinsip muamalah.

Menurut Mulyadi, *voucher* merupakan kupon atau kartu diskon yang dapat digunakan untuk menukar barang atau jasa. Selain berfungsi sebagai alat penukaran, *voucher* juga memiliki peran sebagai media promosi produk atau layanan. Umumnya, *voucher* diberikan kepada pelanggan atau konsumen sebagai bentuk bonus atau hadiah, yang kemudian bisa ditukar dengan barang atau jasa sesuai dengan nilai yang tercantum pada *voucher* tersebut.³⁰ *Voucher* pada dasarnya memang sering dipahami sebagai bentuk hibah atau pemberian manfaat tanpa imbalan langsung. Namun, dalam praktik jual beli *voucher* digital seperti yang terjadi di aplikasi Alfagift, *voucher* tersebut umumnya diperoleh melalui proses pembelian, bukan hanya pemberian secara cuma-cuma. Oleh karena itu, *voucher* berbayar yang diperoleh melalui transaksi jual beli di aplikasi Alfagift lebih tepat dikategorikan sebagai bentuk akad lain, yakni jual beli yang dapat disertai dengan unsur hibah bersyarat, bukan sebagai hibah murni.

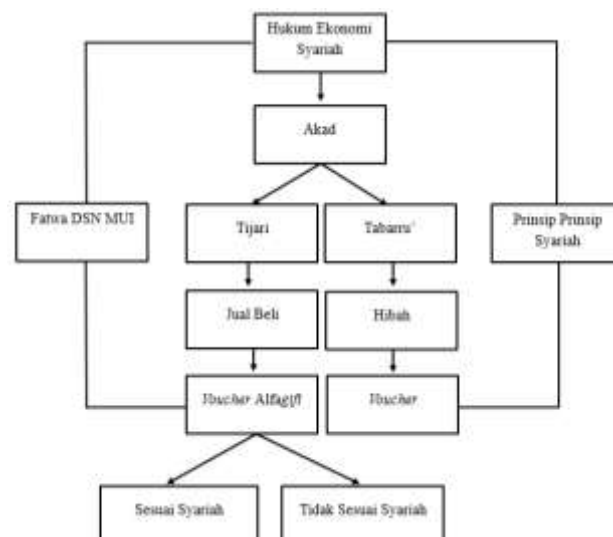
Hibah pada dasarnya adalah pemberian harta dari seseorang kepada orang lain yang dilakukan secara sukarela semasa hidup, tanpa niat untuk mendapatkan imbalan kembali. Agar sebuah hibah dianggap sah, terdapat beberapa syarat utama yang harus dipenuhi, baik bagi para pihak maupun objek yang dihibahkan. Pemberi hibah dituntut untuk cakap secara hukum artinya sudah dewasa, berakal sehat, dan bertindak tanpa paksaan serta memiliki hak penuh atas harta yang diberikannya. Di sisi lain, penerima harus merupakan pihak yang berhak memiliki harta tersebut.

²⁹ Rysman Gyto Sihombing, Perancangan Voucher Digital Berbasis Aplikasi Mobile Android Menggunakan Framework Ionic dan Codeigniter, Jurnal Rekayasa Elektro Sriwijaya, Vol. 6, No. 1, 2024, hlm

³⁰ Rysman Gyto Sihombing, "Perancangan Voucher Digital Berbasis Aplikasi Mobile Android Menggunakan Framework Ionic Dan Codeigniter," Jurnal Rekayasa Elektro Sriwijaya 6, no. 1 (2024), hlm 46.

Harta yang menjadi objek hibah juga harus jelas wujudnya, bernilai, dan dapat diserahterimakan secara nyata, yang dibuktikan dengan adanya ijab dan qabul atau akad serah terima. Sebuah prinsip penting dalam hibah adalah sifatnya yang mengikat dan tidak dapat ditarik kembali, meskipun terdapat pengecualian khusus yang diakui oleh mayoritas ulama dan hukum di Indonesia, yaitu hibah dari orang tua kepada anaknya. Di balik ketentuan ini, hibah disyariatkan sebagai cara untuk menumbuhkan rasa kasih sayang, menghilangkan kedengkian, dan mempererat hubungan antar sesama.³¹

Menjawab kebutuhan tersebut, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) telah menerbitkan Fatwa Nomor 100/DSN-MUI/XII/2015 tentang Pedoman Transaksi *Voucher* Multi Manfaat Syariah dan Fawa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli. Fatwa ini menjadi pedoman penting bagi pelaku usaha dan konsumen untuk memastikan bahwa transaksi voucher tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Kerangka ini akan menjadi pijakan penulis dalam mengurai jual beli *voucher* Alfagift dari sudut pandang Hukum Ekonomi Syariah dan diimplementasikan dengan Fatwa DSN-MUI, menganalisis legalitas jual beli *voucher* multi manfaat dengan studi kasus hipotetis pada *voucher* Alfagift.



Gambar 1.4 Kerangka Berpikir

³¹ Zakiyatul Ulya, "Hibah Perspektif Fikih, KHI Dan KHES," *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam* 7, no. 2 (2017): hlm 1–23.