

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transformasi digital melalui perkembangan internet semakin tersebar luas dan dimanfaatkan dalam beberapa aspek kehidupan saat ini. Digitalisasi ini telah berperan penting dalam kehidupan sehari-hari kita terkhususnya dalam melakukan transaksi jual beli.

Transaksi jual beli merupakan suatu aktivitas yang dilakukan antara dua pihak baik itu penjualan maupun pembelian suatu barang yang memiliki nilai.¹ Dengan semakin berkembangnya teknologi, dalam transaksi jual beli pun mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Bukan hanya dilakukan secara langsung, akan tetapi bisa juga dengan memanfaatkan fasilitas internet.

Berdasarkan hasil data survei We Are Social pada April 2021 persentase pengguna internet dalam bertransaksi online ini menunjukkan pada angka 88% dari total penduduk Indonesia.² Faktor yang menyebabkan ramainya transaksi online karena kemudahan yang didapatkan penjual dan pembeli dengan tidak diperlukannya datang ke tempat barang tersebut dijual. Saat ini pembeli bisa memesan barang yang diinginkan dengan hanya memesannya secara online di Marketplace.

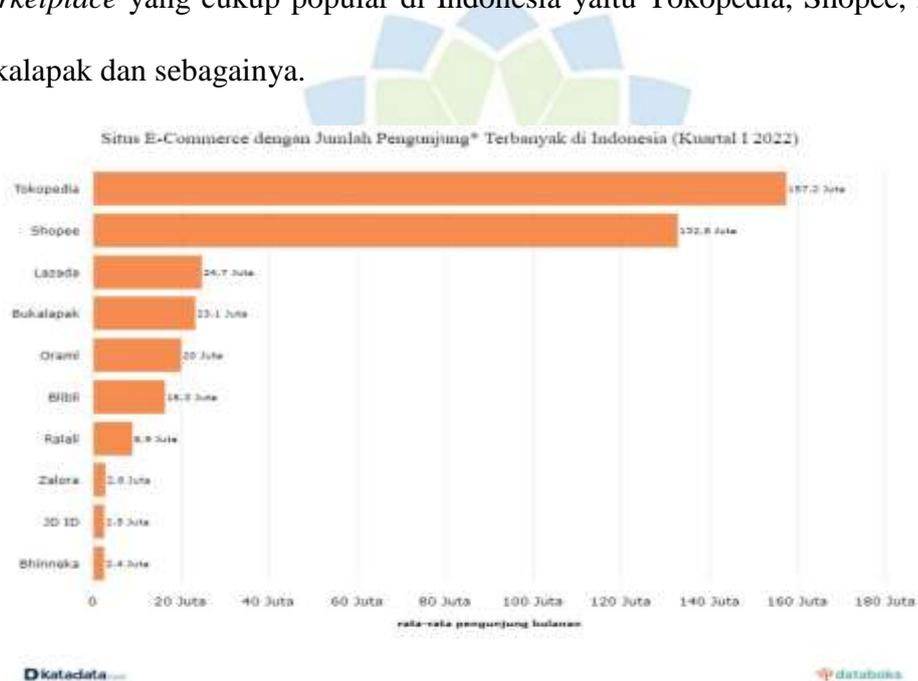
Marketplace dapat dikatakan sebagai pelaksana system elektronik yang tertuang pada Rancangan Peraturan Pemerintah Perdagangan Melalui Sistem

¹ M.Hasbi Ash Shidiqi, *Filsafat Hukum Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1990), 426.

² Andrea Lidwina, *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*, (diakses dari Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia (katadata.co.id) pada tanggal 30 Oktober 2022 pukul 17:57)

Elektronik (RPP PMSE) yang dimana pelaksana system elektronik ini mencakup perorangan ataupun badan usaha³. Maka dari itu *marketplace* adalah suatu ruang bagi pembeli dan penjual dalam melakukan transaksi jual beli baik itu produk maupun jasa dengan berbasis website.

Di *marketplace* penjual akan menawarkan beberapa produk ataupun jasa bagi para pembeli dijelaskan secara rinci mengenai kondisi produk maupun jasa yang ditawarkan oleh penjual dengan tujuan untuk menaikkan nilai jualnya. *Marketplace* yang cukup populer di Indonesia yaitu Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak dan sebagainya.



Gambar 1 1 Data Pengunjung E Commerce

Sumber: Databooks, 2022

³ Rancangan Peraturan Pemerintah Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik (RPP PMSE)

Berdasarkan Gambar 1.1 penggunaan *marketplace* pada Kuartal I 2022, Platform Tokopedia menjadi salah satu *marketplace* paling banyak digunakan oleh masyarakat dengan rata-rata penggunaan sebanyak 157,2 juta pengguna setiap bulannya.⁴ Tokopedia dapat diakses melalui website atau dengan mengunduh aplikasi melalui Playstore maupun App Store.

Malalui aplikasi Tokopedia masyarakat bisa dengan mudah mencari kebutuhan yang diperlukan tanpa harus datang ke tempat barang yang dibutuhkan, selain itu belanja secara *online* tidak memiliki batasan waktu yang artinya bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun.

Namun seiring berjalannya waktu banyak kompetitor-kompetitor dengan berbagai keunggulan yang bisa menjadi ancaman dimasa mendatang. Oleh karena itu ada banyak strategi marketing yang dilakukan oleh Tokopedia demi dapat terus menjadi yang paling unggul di masyarakat. Salah satunya strategi yang digunakan oleh Tokopedia bekerja sama dengan platform Gojek dengan meluncurkan suatu alat pembayaran yang terintegrasi yakni *GoPay*.

GoPay Coins merupakan poin loyalitas yang digunakan dalam aplikasi Gojek dan *Tokopedia*. *GoPay Coins* dapat digunakan sebagai potongan total pembayaran, *GoPay Coins* diberikan dalam bentuk point dengan nominal yang sama dengan satuan rupiah⁵. *GoPay Coins* didapatkan dengan cara konsumen harus melakukan pembelian dengan jumlah yang ditentukan, kemudian pada proses checkout berlangsung konsumen perlu memasukan

⁴ Adi Ahdiat, *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak* di Indonesia (Kuartal II 2022)*, (diakses dari 10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal II 2022 (katadata.co.id) pada tanggal 17 November 2022 pukul 12:26)

⁵ PT Tokopedia, *Apa itu GoPay Coins?*, (diakses Apa itu GoPay Coins? | Tokopedia Care dari pada tanggal 11 Mei 2022 pukul 21:58)

promo *Cashback* dengan jumlah tertentu dan melakukan pembayaran. *Cashback* tersebut akan diterima setelah konsumen menerima dan menkonfirmasi penerimaan pesanan tersebut.

Dengan demikian konsumen akan menerima *Cashback* tersebut dalam bentuk *GoPay Coins* yang bisa digunakan untuk pesanan berikutnya. namun tidak dapat digunakan untuk transaksi pembayaran angsuran kredit, pembayaran kartu kredit, reksadana, emas, modal toko, top up e-money dan food & voucher pada Situs/Aplikasi.⁶ Dengan mengumpulkan *GoPay Coins* konsumen dapat mendapatkan potongan harga bahkan pembayaran full dengan *GoPay Coins* apabila *GoPay Coins* yang didapat senilai dengan pesanan yang akan dibuat konsumen.

Sebagai contoh seorang konsumen bernama Anya melakukan pesanan pertamanya senilai Rp. 200.000,- dan memasukan kode promo *Cashback* senilai Rp. 25.000,-. Setelah pesanan pertama tersebut selesai Anya menerima *Cashback* tersebut yang berupa *GoPay Coins* dengan nilai yang sama yaitu 25.000 *Coins* . Kemudian Anya melakukan pesanan berikutnya senilai Rp. 25.000,-. Karena nilai pesanan Anya sesuai dengan *GoPay Coins* yang dimiliki Anya, maka Anya hanya perlu mengubah setelan pembayaran dengan menggunakan *GoPay Coins* pada laman pembayaran. Dengan demikian Anya tidak perlu melakukan pembayaran dengan metode lain.

Contoh tersebut merupakan jual beli yang mana terdapat akad tabarru di dalam transaksi dikarenakan adanya penggunaan *cashback* dalam

pelaksanaan jual beli tersebut. Berdasarkan penjelasan yang dari latar belakang diatas. Penulis tertarik dan ingin mengetahui dan mengkaji lebih jauh mengenai konsep akad yang terimplementasui dari fenomena tersebut. Maka dari itu judul yang diberikan pada penelitian ini adalah “**Analisis Fikih Tabbaru Terhadap Pendapatan dan Penggunaan *Cashback GoPay Coins* Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Aplikasi *Tokopedia*.**”

B. Rumusan Masalah

Konsumen akan mendapatkan *cashback* apabila pada saat pembelian sebelumnya konsumen menambahkan voucher *cashback* saat akan melakukan pembayaran, setelah mendapatkan *cashback* dari transaksi sebelumnya konsumen dapat menggunakan *cashback* yang berupa *GoPay Coins* sebagai potongan harga ataupun keseluruhan dari total pembelian konsumen.

Dalam hal ini *GoPay Coins* dapat mengcover keseluruhan total pembelian konsumen sehingga konsumen bisa mendapatkan barang dengan gratis hanya dengan menggunakan *cashback GoPay Coins* . Dengan permasalahan tersebut, dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana mekanisme pendapatan dan penggunaan *cashback GoPay Coins* pada aplikasi Tokopedia ?
2. Bagaimana tinjauan fikih tabbaru terhadap pendapatan dan penggunaan *cashback Gopay Coins* dalam transaksi di Tokopedia?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui mekanisme penggunaan *cashback GoPay Coins* pada aplikasi Tokopedia.

2. Untuk mengetahui tinjauan fikih *tabbaru* terhadap pendapatan dan penggunaan *cashback* Gopay Coins dalam transaksi di Tokopedia

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian yang berkaitan dengan akad *tabbaru* ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pengetahuan dan memperluas wawasan dalam ilmu hukum ekonomi syariah dan diharapkan pula sebagai langkah pengembangan dalam mengenai masalah yang berkaitan dengan akad *tabbaru* dalam jual beli.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat informasi, wawasan, masukan dan pemikiran bagi masyarakat khususnya bagi pengguna yang aktif, penjual dan pembeli pada aplikasi Tokopedia. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

E. Studi Terdahulu

Pertama, Fauziah Kurnianingtyas, 2019, Analisis Hukum Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 Terhadap Jual Beli Dengan *Cashback* Menggunakan OVO Cash Di Merchant Rekanan OVO Kota Surabaya. Hasil penelitian dari skripsi ini yaitu Penggunaan OVO dalam transaksi jual beli yang dilakukan di merchant rekanan sesuai dengan syariat islam karena *cashback* tersebut diberikan sebagai bentuk marketing dalam rangka promosi kepada masyarakat akan tetapi jika dianalisis menurut hukum positif praktik penggunaan

cashback OVO yang dilakukan di merchant rekanan OVO tidak diperbolehkan apabila jika dalam promosi tersebut tidak sesuai dengan yang di janjikan dalam iklan yang dilakukan karena hal tersebut melanggar hak konsumen untuk berhak mengetahui informasi yang jelas, benar dan jujur.⁷

Kedua, Reni Putri Nabila, 2021, Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *Cashback* Dalam Bentuk Koin Shopee Di Marketplace Shopee. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui menganalisa hukum ekonomi syariah dalam pemberian *cashback* koin yang diberikan oleh Aplikasi Shopee. Kesimpulan dari skripsi ini adalah pemberian *cashback* menurut fikih muamalah diperbolehkan karena termasuk kedalam akad jualah dimana di berikan sebagai upah atau hadiah.⁸

Ketiga, Veri Ariansyah, 2021, Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Penggunaan Voucher *Cashback* Shopee Pada Jual Beli Online. Hasil penelitian dari skripsi ini yaitu setelah dianalisis lebih dalam dan mengambil beberapa pendapat ulama bahwa voucher cashaback yang diberikan oleh Shopee bisa dikatakan tidak termasuk riba karena pada dasarnya *cashback* yang diberikan shopee dianggap sebagai hadiah yang masih bisa dikaitkan denga akad *tabbaru*, akan tetapi jika transaksi jual beli

⁷ Fauziah Kurnianingtyas, “Analisis Hukum Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 Terhadap Jual Beli Dengan *Cashback* Menggunakan OVO Cash Di Merchant Rekanan OVO Kota Surabaya”, Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019)

⁸ Reni Putri Nabila, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *Cashback* Dalam Bentuk Koin Shopee Di Marketplace Shopee”, Skripsi, (Bandung: UIN Sunan Gunung djati Bandung, 2021).

dilakukan karena hanya ingin mendapatkan diskon maka hal tersebut tidak diperbolehkan karena termasuk dalam kategori riba.⁹

Keempat, Hafilah Nindya Pangesti, 2019, Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapat *Cashback* Di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Fakultas Syariah IAIN Purwokerto. Hasil penelitian dari skripsi ini yaitu pada dasarnya tujuan dari pemberian *cashback* kepada pembeli oleh Tokopedia dalam rangka untuk promosi untuk meningkatkan penggunaan aplikasi Tokopedia di masyarakat akan tetapi pada praktiknya dimana terdapat rekayasa dalam jual belinya agar mendapatkan *cashback* tidak sesuai dengan ketentuan dalam hukum ekonomi syariah¹⁰.

Berdasarkan dari uraian penelitian diatas, penelitian ini memiliki orsinilitas dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis. Perbedaan dari penelitian ini adalah belum adanya pembahasan mengenai pendapatan penggunaan *cashback* yang ditinjau dari akad *tabbaru*. Penelitian ini fokus mengenai pendapatan dan penggunaan *cashback* yang dilakukan pada saat berlangsungnya transaksi dan dikaitkan transaksi tersebut dengan fikih *tabbaru* dengan digunakannya akad hadiah .

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Fauziah	Analisis Hukum	Sama-sama	Penelitian ini

⁹ Veri Ariansyah, " Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Penggunaan Voucher *Cashback* Shopee Pada Jual Beli Online". Skripsi, (bandung: UIN Sunan Gunung djati bandung, 2021).

¹⁰ Hafilah nindya Pangesti, "Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapat *Cashback* Di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah". Skripsi, (Purwokerto: IAIN Perwokerto, 2019).

	Kurnianingtyas, 2019	Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 Terhadap Jual Beli Dengan <i>Cashback</i> Menggunakan OVO Cash Di Merchant Rekanan OVO Kota Surabaya	meneliti tentang <i>cashback</i>	meneliti mengenai pendapatan dan penggunaan <i>cashback</i> dalam transaksi pada aplikasi Tokopedia
2	Reni Putri Nabila, 2021	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap <i>Cashback</i> Dalam Bentuk Koin Shopee Di Marketplace Shopee	Sama-sama meneliti mengenai <i>Cashback</i>	Penelitian ini meneliti mengenai pendapatan dan penggunaan <i>cashback</i> <i>GoPay Coins</i> pada aplikasi Tokopedia
3	Veri Ariansyah, 2021	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Penggunaan Voucher <i>Cashback</i> Shopee Pada Jual Beli Online	Sama-sama meneliti jual beli online dengan menggunakan voucher <i>Cashback</i>	Penelitian ini meneliti menggunakan teori fikih <i>tabbaru</i> terhadap pendapatan dan penggunaan <i>GoPay Coins</i>

				pada aplikasi Tokopedia
4	Hafilah Nindya Pangesti, 2019	Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapat <i>Cashback</i> Di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah	Sama-sama meneliti <i>Cashback</i> pada aplikasi marketplace Tokopedia	Penelitian ini meneliti mengenai penggunaan dan pendapatan <i>GoPay Coins</i> dengan teori menggunakan analisis fikih <i>tabbaru</i>

F. Kerangka Pemikiran

Secara istilah pengertian dari muamalah terbagi menjadi dua yaitu pengertian muamalah secara luas dan pengertian muamalah secara sempit. Dalam artian luas muamalah adalah aturan Allah untuk mengatur hubungan manusia yang berkaitan dengan pergaulan social. Sedangkan muamalah dalam artian sempit yaitu aturan Allah yang mengatur mengenai hubungan manusia dengan manusia lainnya dalam hal tukar menukar harta benda.¹¹

Fikih muamalah merupakan hukum syara yang bersifat praktis yang ketentuan-ketentuannya diperoleh dari dalil-dalil yang mengatur perilaku manusia dalam kegiatan perekonomian.¹² Fikih muamalah sebagai salah satu ijtihad para ulama dalam mengatasi permasalahan yang terjadi di masyarakat

¹¹ Panji Adam, *Fikih Muamalah Maliyah*, (Bandung: Refika, 2017). 6

¹² Mardani, *Fikih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenada Media, 2019). 2

yang berkaitan dengan perekonomian dengan tujuan agar terhindarnya transaksi yang diharamkan oleh Allah.

Setiap muslim boleh melakukan kegiatan yang berkaitan dengan muamalah asalkan tidak melanggar ketentuan Allah yang berada dalam Al-Qur'an maupun hadist. Hal ini dinyatakan dalam salah satu kaidah fikih, yaitu:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

"Pada dasarnya, segala bentuk muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya".¹³

Dapat disimpulkan dari kaidah diatas kaidah ini bahwa dalam setiap muamalah boleh dilakukan selama tidak melanggar hukum yang telah ditetapkan. Jika transaksi dilakukan namun terdapat ketantuan yang dilanggar pada hukum yang sudah di tetapkan maka transaksi tersebut dapat dikatakan tidak sah dan diharamkan.

Dalam setiap kegiatan muamalah yang berkaitan dengan ekonomi tentunya tidak lepas dari akad yang mana akad ini menjadi salah satu faktor penentu sah atau tidaknya transaksi tersebut, maka dari itu pada saat akan dilakukan transaksi rukun-rukun akad harus dipenuhi terlebih dahulu agar akad menjadi suatu perikatan yang sah. Sebagaimana firman allah dalam surah Al-Maidah (5) ayat 1 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

"Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu.."¹⁴

¹³ A. Dzajuli, *Kaidah-Kaidah Fiqh*, (Jakarta: Kencana, 2007). 138

¹⁴ Tim Syamil Qur'an, *Yasmina Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Syamil Quran). 106.

Akad berasal dari bahasa Arab, *al-'aqd* yang berarti perikatan, perjanjian, persetujuan dan pemufakatan. Kata ini juga bisa diartikan tali yang mengikat karena akan adanya ikatan antara orang yang berakad. Dalam kitab fikih sunnah, kata akad diartikan dengan hubungan dan kesepakatan.¹⁵

Akad merupakan waktu terjadinya Ijab dan Kabul yang akan menimbulkan suatu hukum didalamnya. Pengertian dari ijab yaitu penawaran yang diajukan oleh salah satu pihak yang berakad dan Kabul yaitu jawaban dari pihak lainnya atas penawaran yang diberikan oleh pihak yang menawarkan.¹⁶ Jenis akad yang berkaitan dengan fikih muamalah di bidang perekonomian yaitu akad tijari dan akad *tabbaru*.

Akad Tijari adalah akad yang dimaksudkan untuk mencari dan mendapatkan keuntungan di mana rukun dan syarat telah terpenuhi semuanya. Atau dalam redaksi lain akad tijari (compesational contract) adalah segala macam perjanjian yang menyangkut for profit transaction¹⁷ ada beberapa akad yang termasuk akad tijari yaitu meliputi murabahah, ijarah, mudharabah, salam, musyarakah, istishna dan jual beli.

Sedangkan akad tabarru (gratuitious contract) merupakan segala macam perjanjian yang menyangkut non-for profit transaction (transaksi nirlaba). Transaksi ini pada hakikatnya bukan transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersil. Akad tabarru dilakukan dengan tujuan tolong menolong

¹⁵ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 51

¹⁶ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 68

¹⁷ DR. Mardani, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012).77

dalam rangka berbuat kebaikan (*tabarru* berasal dari kata *birr* dalam bahasa Arab, yang artinya kebaikan).¹⁸

Jumhur ulama mendefinisikan *tabarru'* dengan akad yang mengakibatkan pemilikan harta tanpa ganti rugi, yang dilakukan seseorang dalam keadaan hidup kepada orang lain secara sukarela.¹⁹ Firman Allah SWT. dalam surah Al-Maidah (5) Ayat 2:

....وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ

إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”*²⁰

Adapun akad yang termasuk dalam akad *tabbaru* yaitu *qardh*, *hiwalah*, *wakalah*, *rahn*, *wasiat*, *kafalah*, *Wakaf* dan *Hadiah*. *Hibah* merupakan salah satu akad *tabbaru* yang pada saat ini juga di gunakan dalam transaksi jual beli. *Hibah* disebut juga hadiah atau pemberian. Dalam istilah *syarak*, *hibah* berarti memberikan sesuatu kepada orang lain selagi hidup sebagai hak miliknya, tanpa mengharap balasan. Apabila mengharap balasan semata-mata dari Allah, hal itu dinamakan sedekah dan memuliakannya dinamakan hadiah.

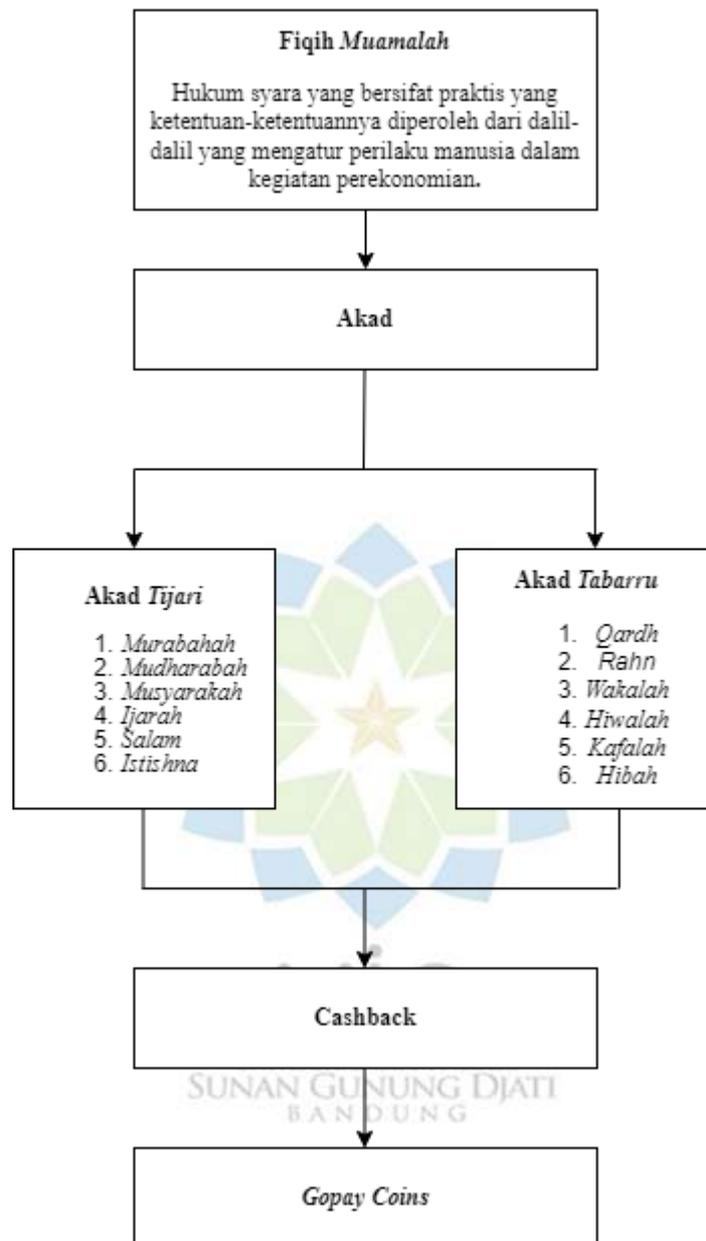
¹⁸ Nasun Harun, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Media Pratama, 2000). 8.

¹⁹ Asy Syarbani Al-Khatib, *Mugni Al-Muhtal*, Jilid II, (Beirut: Dar Fikr, 1978), 296.

²⁰ Tim Syamil Qur'an, *Yasmina Al-Qur'an dan Terjemahan*. 106.

Dalam hal ini *cashback* juga bisa diartikan sebagai *hibah* karena merupakan pemberian yang diberikan oleh salah satu pihak kepada pihak lainnya. *Cashback* merupakan hadiah yang diberikan oleh penjual kepada pembeli dalam rangka promosi. *Cashback GoPay Coins* dapat berupa poin ataupun reward. *Cashback* merupakan trik marketing untuk menarik lebih banyak pengguna menggunakan aplikasi.

Pada jual beli dilakukan secara online. Pembeli akan mendapatkan *cashback* apabila sudah memenuhi syarat dan ketentuan yang di berlakukan pada periode *cashback* yang berlangsung. Dalam hal ini transaksi dengan menggunakan *cashback* harus tetap berprinsip pada ketentuan muamalah agar terhindarnya transaksi yang mengandung unsur riba karena jika dalam penggunaan *cashback* terdapat rekayasa maka transaksi jual beli akan menjadi tidak sah karena *cashback* menjadi salah satu unsur riba pada pelaksanaanya.



Gambar 1 2 Kerangka Pemikiran (Sumber: Diolah Peneliti, 2023)

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif.

Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk

menguji teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel. Variabel-variabel ini diukur dengan instrumen-instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistic. ²¹ Menurut Creswell ada lima pendekatan dalam penelitian kualitatif yaitu *narrative research*, *phenomological research*, *grounded theory*, *etnografi*, dan *case studies*.²²

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus (*Case Studies*). Studi kasus yaitu menyelidiki dan memahami lebih mendalam mengenai individu, kelompok, institusi, dalam situasi tertentu.²³ Metode studi kasus yang digunakan oleh penulis bertujuan untuk menganalisis serta memahami lebih dalam akan tinjauan fikih *tabbaru* terhadap *cashback GoPay Coins* dalam pendapatan dan penggunaannya di aplikasi Tokopedia. Penulis meneliti secara langsung pada fenomena yang terjadi pada pengguna aplikasi Tokopedia.

2. Jenis Data

Jenis data yang dihimpun dalam penelitian ini adalah kualitatif, yaitu data-data yang dijadikan jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan terhadap masalah yang dirumuskan pada tujuan yang telah ditetapkan. Data kualitatif yang dilakukan berupa data-data yang diperoleh dari studi kasus dan audio visualisasi. Data yang didapat akan dihubungkan dengan masalah yang dibahas mengenai pembayaran

²¹ John W Creswell, *RESEARCH DESAIN*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016). 5

²² John W Creswell, *RESEARCH DESAIN*, 18

²³ Eko Sugiarto, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Suaka Media, 2015). 12

menggunakan *cashback GoPay Coins* dalam transaksi jual beli pada Aplikasi Tokopedia menurut tinjauan fikih *tabbaru*.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh. Sumber data ada dua jenis, yaitu sumber data yang dikumpulkan dari subjek utama (primer) dan data pendukung (sekunder). Sumber data meliputi personel, barang, dokumen elektronik atau tertulis, kondisi atau lainnya.

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber data yang bersifat terbaru (*up to date*).²⁴ Untuk memperoleh sumber data secara langsung. Penulis akan melakukan obeservasi dengan mengamati serta menggunakan aplikasi Tokopedia dan fitur *GoPay Coins*, penulis juga akan melakukan wawancara dengan beberapa narasumber berkaitan dengan fitur *GoPay Coins* pada aplikasi Tokopedia.
- b. Data sekunder adalah referensi-referensi pendukung dan pelengkap bagi sumber primer. Sumber sekunder diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang telah melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada baik dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian.²⁵ Data tersebut dapat diperoleh dari sumber hukum islam, buku-buku,

²⁴ Sandu Siyoto and Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015). 67-68.

²⁵ M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 21.

artikel, jurnal dan dokumen-dokumen yang mendukung berkaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan beberapa teknik, yaitu meliputi:

a. Observasi

Observasi menurut Sugiyono adalah suatu metode dalam pengumpulan data yang memiliki karakteristik yang spesifik jika dibandingkan dengan metode yang lainnya. Observasi ini dilakukan dengan tidak adanya batasan orang maupun objek-objek lainnya untuk bisa memahami akan perilaku serta makna dari suatu fenomena tersebut.²⁶

Dalam memahami akan suatu fenomena tersebut, Creswell menyebutkan bahwasanya peneliti melakukan suatu aktivitas berupa turun dan mengamati secara langsung terhadap suatu objek.²⁷ Observasi merupakan metode pengumpulan data yang melakukan pengamatan terhadap objek penelitian. Ada dua cara pelaksanaan observasi yaitu observasi langsung dan observasi tidak langsung.

Observasi langsung yaitu pengamatan secara langsung tanpa bantuan alat apapun terhadap gejala-gejala subjek yang diteliti. Sedangkan observasi tidak langsung yaitu pengamatan yang dilakukan dengan bantuan alat lain terhadap gejala-gejala subjek

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: 2013). 145

²⁷ John W Creswell, *RESEARCH DESAIN*, 133

yang diteliti.²⁸ Dalam penelitian ini penulis menggunakan observasi tidak langsung karena penulis melakukan observasi menggunakan suatu alat. Instrument yang digunakan penulis yaitu melalui perangkat seluler serta aplikasi/*website* Tokopedia.

b. Wawancara

Wawancara merupakan proses interaksi antara antara pewawancara dengan sumber informasi yang dilakukan dengan bertatap muka secara langsung, pewawancara bertanya secara langsung mengenai objek yang diteliti.²⁹ Menurut Sugiyono ada tiga macam wawancara, yaitu:³⁰

- 1) Wawancara terstruktur merupakan wawancara yang pertanyaan serta alternative jawabannya telah di persiapkan oleh pewawancara. Teknik ini digunakan peneliti yang telah mengetahui secara pasti mengenai informasi yang akan diperoleh.
- 2) Wawancara semi terstruktur merupakan wawancara yang lebih bebas dari wawancara terstruktur, yang dimana pada wawancara ini dimulai dari isu yang dicakup dalam pedoman wawancara akan tetapi tidak seluruhnya terpaku pada pedoman wawancara, pertanyaan yang diajukan kepada para partisipan tidak

²⁸ Endang Widi dan Retni Ayu, *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018).80.

²⁹ Prof. Dr. A Muri Yusuf, M. Pd, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2014). 372

³⁰ Muh Fitrah dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian*, (Sukabumi: CV Jejak, 2017), 67-69.

seluruhnya sama, hal ini bergantung pada proses wawancara dan jawaban dari masing-masing partisipan.

Meskipun adanya kemungkinan pertanyaan yang diajukan kepada partisipan berbeda akan tetapi dengan adanya pedoman wawancara peneliti dapat mengumpulkan jenis data yang sama dari tiap partisipan.

- 3) Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang bersifat informal dimana pertanyaan-pertanyaanya mengenai tentang sikap, pandangan keterangan yang diajukan secara bebas dan tidak mengacu pada pedoman wawancara.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara semi terstruktur karena teknik wawancara ini memungkinkan untuk mengembangkan pertanyaan dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hal-hal yang di diskusikan.

c. Studi Dokumentasi

Studi Dokumentasi menurut Sugiyono adalah suatu metode yang dipakai dalam memperoleh suatu informasi serta data yang terkumpul dalam bentuk arsip ataupun dokumen yang terkait akan topik yang dibahas.³¹ Dokumen ini merupakan suatu bentuk pelengkap dari penelitian.

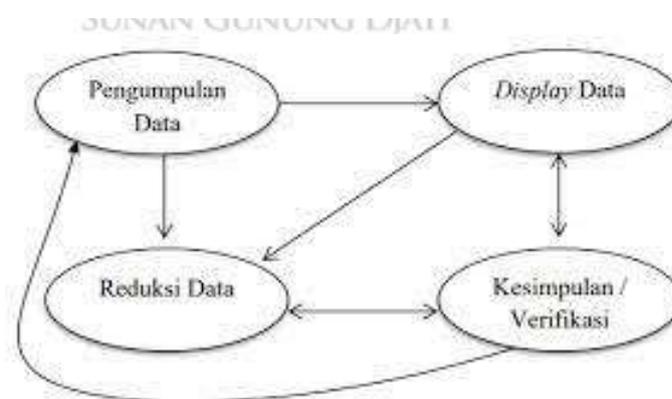
5. Analisis Data

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*

Analisis data menurut Moleong merupakan suatu aktivitas yang berfokus pada data dengan metode mencari, mengumpulkan serta memisah suatu data dalam menemukan suatu pola penting yang berguna untuk menentukan suatu hal yang akan disampaikan kepada orang lain.

Sedangkan menurut Sugiyono, analisis data merupakan suatu proses penyusunan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumen maupun audio visual secara sistematis dengan proses pengorganisasian data dalam kategori, penjabaran ke dalam unit-unit, melakukan sistesa serta Menyusun ke dalam suatu pola untuk dijadikan suatu kesimpulan agar dapat dipahami oleh pribadi ataupun individu lainnya.³²

Adapun Teknik analisis data yang digunakan berdasarkan dari Sugiyono yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, display data serta membuat kesimpulan.³³



Gambar 1.3 Proses Analisis Data (Sumber: Sugiyono)

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 246

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 252

a. Reduksi Data

Reduksi data menurut Sugiyono merupakan suatu aktivitas berfikir sensitif yang membutuhkan suatu kecerdasan serta kedalaman terhadap wawasan. Dalam mereduksi data dapat diawali dengan peringkasan serta pemisahan data penting yang dibutuhkan. Aktivitas dalam reduksi data ini adalah dengan meringkas hal-hal utama yang sesuai dengan topik penelitian untuk memberikan kemudahan gambaran secara lebih jelas. Peneliti dalam proses reduksi data akan dipandu oleh tujuan penelitian berupa temuan yang akan dicapai.³⁴

b. Display Data

Display data atau penyajian data menurut Sugiyono adalah merupakan bentuk penyajian akan data dengan bentuk uraian, tabel, hubungan antar kategori, flowchart ataupun sejenisnya. Dengan adanya penyajian data tersebut, data yang terkumpul akan dapat tersusun dalam suatu pola sehingga dapat memberikan suatu kemudahan pemahaman.³⁵

c. Kesimpulan

Langkah terakhir dalam analisis data adalah kesimpulan. Kesimpulan merupakan temuan atau kebaruan yang didapatkan dari penelitian yang sebelumnya belum pernah ada. Kebaruan ini dapat berupa gambaran akan suatu objek yang diteliti secara

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 247

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 249

jelas³⁶. Dalam penarikan kesimpulan maka akan ditemukan suatu makna yang disajikan dengan berdasarkan data-data yang dikumpulkan untuk ditarik suatu kesimpulan.

6. Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan penulis untuk penelitian ini dilakukan sejak judul ini di ajukan pada bulan Desember 2022 sampai dengan bulan Juli 2023, Yang meliputi, proses bimbingan, pengumpulan data, pengolahan data, penyajian data ke dalam bentuk skripsi.



³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 252