

**JUAL BELI MELALUI PROMO *DISCOUNT* DAN *CASHBACK* DI
INDOMARET PERSPEKTIF AKAD *JU'ALAH***

**(Studi Kasus Indomaret Jalan Madu, Kelurahan Simo, Kecamatan Simo,
Kabupaten Boyolali)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Hukum



Oleh :

RHIMA ANDARETHA

NIM. 18.21.1.1.160

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH (MU'AMALAH)
DAN FILANTROPI ISLAM**

FAKULTAS SYARI'AH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID

SURAKARTA

2023

**JUAL BELI MELALUI PROMO *DISCOUNT* DAN *CASHBACK* DI
INDOMARET PERSPEKTIF AKAD *JU'ALAH***
**(Studi Kasus Indomaret Jalan Madu, Kelurahan Simo, Kecamatan Simo,
Kabupaten Boyolali)**

Skripsi
Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
Dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam

Disusun Oleh:

RHIMA ANDARETHA

NIM. 18.21.1.1.160

Surakarta, 6 September 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Dosen Pembimbing Skripsi
SIGIT ARIF BOWO, M.Pd.
NIP: 19910405 201903 1 022

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : RHIMA ANDARETHA

NIM : 182111160

PROGRAM STUDI : HUKUM EKONOMI SYARIAH (MU'AMALAH)
DAN FILANTROPI ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“JUAL BELI MELALUI PROMO DISCOUNT DAN CASHBACK DI INDOMARET PERSPEKTIF AKAD JU'ALAH (Studi Kasus Indomaret Jalan Madu, Kelurahan Simo, Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali)”**.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 6 September 2023

Peneliti

Rhima Andaretha

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Rhima Andaretha

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Syariah
Universitas Islam Negeri
(UIN) Raden Mas Said
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Rhima Andaretha NIM: 182111160 yang berjudul: **“JUAL BELI MELALUI PROMO *DISCOUNT* DAN *CASHBACK* DI INDOMARET PERSPEKTIF AKAD *JU'ALAH* (Studi Kasus Indomaret Jalan Madu, Kelurahan Simo, Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali)”**.

Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surakarta, 6 September 2023

Dosen Pembimbing



SIGIT ARIF BOWO, M. Pd.

NIP: 19910405 201903 1 022

PENGESAHAN

**JUAL BELI MELALUI PROMO *DISCOUNT* DAN *CASHBACK* DI
INDOMARET PERSPEKTIF AKAD *JU'ALAH***

**(Studi Kasus Indomaret Jalan Madu, Kelurahan Simo, Kecamatan Simo,
Kabupaten Boyolali)**

Disusun Oleh:

RHIMA ANDARETHA

NIM. 18.21.1.1.160

Telah dinyatakan lulus pada ujian munaqosah

Pada hari Selasa Tanggal 17 Oktober 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar

Sarjana Hukum Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Dr. Hj. Layyin Mahfiana, S.H., M.Hum.
NIP. 19750805 200003 2 001

Drs. H. Muhti, M.Ag.
NIP. 196311151993031001

Ahmad Hafidh, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19740715 199803 1 003



Dekan Fakultas Syariah

Dr. Muh. Nasirudin, S.Ag., M.A., M.Ag.
NIP. 19771202 200312 1 003

v

MOTTO

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.

(Al-Mulk: 15)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, sebagai wujud rasa syukur, cinta serta kasih sayang, dengan segala kerendahan hati karya ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Joko Mulyono dan Ibu El Fadhilah, terima kasih atas segala do'a, jasa, pengorbanan, nasihat serta dukungan yang telah diberikan.
2. Kakakku Yogie Pratama yang selalu mendukung dan membantu saya selama kuliah.
3. Adikku Arsakha Virendra Shafwan yang selalu menghibur disaat pengerjaan skripsi ini.
4. Seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan do'a dan dukungan terbaik untuk meraih kesuksesan.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang dipakai dalam penulisan skripsi di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta didasarkan pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988. Pedoman transliterasi tersebut adalah :

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahara Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf serta tanda sekaligus. Daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin adalah sebagai berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	śa	ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Kha	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kho	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	...’...	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	...’...	Apostrop

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	a	a
◌ِ	Kasrah	i	i
◌ُ	Dammah	u	u

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1	كتب	Kataba
2	ذكر	Zurika
3	يذهب	Yazhabu

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf maka transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
أ.....ى	Fathah dan ya	Ai	a dan i

أ.....و	Fathah dan wau	Au	a dan u
---------	----------------	----	---------

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1	كيف	Kaifa
2	حول	Haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ.....ي	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
أ.....ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
أ.....و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1	قال	Qāla
2	قيل	Qīla
3	يقول	Yaqūlu
4	رمي	Ramā

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua :

- a. Ta Marbutah hidup atau yang mendapatkan harakat fathah, kasrah atau dammah transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah /h/.
- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang /al/ serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditranliterasikan dengan /h/.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1	روضة الاطفال	Rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl
2	طلحة	Ṭalhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau Tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda yaitu tanda Syaddah atau Tasydid. Dalam transliterasi ini tanda Syaddah tersebut dilambangkan huruf, yaitu huruf sama dengan huruf yang diberi tanda Syaddah itu.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1	رَبَّنَا	Rabbana
2	نَزَّلَ	Nazzala

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan huruf yaitu . Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Sedangkan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah di transliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti dengan huruf Syamsiyyah atau Qamariyyah, kata sandang ditulis dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sambung.

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1	الرَّجُل	Ar-rajulu
2	الجلال	Al-Jalalu

7. Hamzah

Sebagaimana telah disebutkan di depan bahwa Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Apabila terletak di awal kata maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa huruf alif.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1	أكل	Akala
2	تأخذون	Ta'khuduna
3	النؤ	An-Nau'u

8. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem bahasa Arab tidak mengenal huruf capital, tetapi dalam transliternya huruf kapital itu digunakan untuk menuliskan huruf

awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandangan maka yang ditulis dengan huruf capital adalah nama dri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan tersebut disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1	وما محمد إلا رسول	Wa mā Muhammadun illā rasūl
2	الحمد لله رب العالمين	Al-hamdu lillahi rabbil ‘ālamīna

9. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik fi’il, isim maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka penulisan kata tersebut dalam transliterasinya bisa dilakukan dengan dua cara yaitu bisa dipisahkan pada setiap kata atau bisa dirangkaikan.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1	وإن الله لهو خير الرازقين	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāzīqin/ Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn
2	فأوفوا الكيل و الميزان	Fa aufū al-Kaila wa al-mīzāna/ Fa auful-kaila wal mīzāna

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“JUAL BELI MELALUI PROMO *DISCOUNT* DAN *CASHBACK* DI INDOMARET PERSPEKTIF AKAD *JU'ALAH* (Studi Kasus Indomaret Jalan Madu, Kelurahan Simo, Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali)”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam, Fakultas Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis, telah banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Toto Suharto, S.Ag., M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta.
2. Bapak Dr. Muh. Nashirudin, S.Ag., M.A., M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta.
3. Bapak Dr. Drs. Ah. Kholis Hayatuddin, M.Ag. Selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah) dan Filantropi Islam.
4. Bapak Masjupri, S.Ag., M.Hum. Selaku Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah) dan Filantropi Islam.
5. Bapak Muhammad Julijanto, S.Ag., M.Ag. Selaku Koordinator Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) dan Filantropi Islam.
6. Ibu Siti Kasiyati, S.Ag., M.Ag. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dari awal perkuliahan sampai sekarang

7. Bapak Sigit Arif Bowo, M.Pd. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah memberikan banyak arahan dan dukungan dalam membuat skripsi ini.
8. Segenap Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk menguji skripsi ini guna membawa kualitas penulisan kea rah yang lebih baik.
9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syari'ah UIN Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
10. Segenap staff dan karyawan perpustakaan UIN Raden Mas Said Surakarta yang sudah melayani dan membantu dalam pencarian referensi skripsi yang diperlukan oleh penulis.
11. Bapakku dan Ibuku terimakasih atas do'a, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, serta kasih sayangmu tidak akan pernah kulupakan.
12. Teman-teman angkatan 2018 yang telah memberikan keceriaan kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu persatu yang telah berjasa dan membantu baik moril maupun spiritnya dalam penyusunan skripsi. Tak ketinggalan pada seluruh pembaca yang budiman.
14. Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya do'a serta puji syukur kepada Allah SWT. Semoga memberikan balasan kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb..

Surakarta, 6 September 2023



Rhima Andaretha

182111160

ABSTRAK

RHIMA ANDARETHA, NIM: 18.21.1.1.160, “**JUAL BELI MELALUI PROMO *DISCOUNT* DAN *CASHBACK* DI INDOMARET PERSPEKTIF AKAD JU’ALAH (Studi Kasus Indomaret Jalan Madu, Kelurahan Simo, Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali)**”.

Kegiatan jual beli semakin berkembang dan memunculkan berbagai strategi yang dilakukan perusahaan dalam penjualan salah satunya retail Indomaret. Indomaret memberikan berbagai promo berupa *discount* dan *cashback* berupa point, stamp, dan i-kupon bagi pengguna atau member “Indomaret Poinku” yang dinilai sangat menguntungkan konsumen sehingga Indomaret diminati masyarakat. Pemberlakuan *discount* dan *cashback* berupa poin, stamp, i-kupon tersebut terdapat syarat pembelian dan pembayaran yang harus dilakukan oleh konsumen.

Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan mekanisme transaksi dalam praktek jual beli dengan syarat pembelian dan pembayaran untuk mendapatkan *discount* dan *cashback* di Indomaret, menganalisa hukum jual beli melalui promo *discount* dan *cashback* tersebut berdasarkan akad *ju’alah*.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan atau (*field research*), dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data penelitian menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model analisis Miles dan Huberman.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan 1) Mekanisme jual beli di Indomaret untuk mendapatkan *discount* dan *cashback* terlebih dahulu Indomaret bekerjasama dengan merchant rekanan dan untuk konsumen supaya mendapatkan *discount* dan *cashback* dengan syarat pembelian dan pembayaran. Mekanisme transaksi pemberian *discount* dan *cashback* di Indomaret terdapat syarat ketentuannya, *discount* dengan syarat pembelian menggunakan pembayaran kartu debit bank dan *cashback* berupa poin, stamp dan i-kupon setelah transaksi diselesaikan untuk bagi para pengguna atau member Indomaret Poinku. 2) Jual beli melalui promo dengan syarat pembelian dan pembayaran untuk mendapatkan *discount* dan *cashback* di Indomaret syarat tersebut telah diketahui dan disepakati, syarat pada jual beli tersebut menekankan pada jumlah pembelian dan pembayaran untuk mendapatkan *cashback*. Sehingga, dalam akad jual beli (*al-Ba’i*) diperbolehkan dan perolehan *discount* dan *cashback* sudah sesuai dengan rukun dan syarat akad *ju’alah*,

Kata kunci: Jual Beli, *Discount* dan *Cashback*, Akad *Ju’alah*.

ABSTRACT

RHIMA ANDARETHA, NIM: 18.21.1.1.160, “**JUAL BELI MELALUI PROMO DISCOUNT DAN CASHBACK DI INDOMARET PERSPEKTIF AKAD JU'ALAH (Studi Kasus Indomaret Jalan Madu, Kelurahan Simo, Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali)**”.

Buying and selling activities are increasingly developing and giving rise to various strategies carried out by companies in sales, one of which is Indomaret retail. Indomaret provides various promotions in the form of discounts and cashback in the form of points, stamps and i-coupons for users or members of "Indomaret Poinku" which are considered very profitable for consumers so that Indomaret is popular with the public. The application of discounts and cashback in the form of points, stamps, i-coupons includes purchase and payment conditions that must be made by consumers.

The research aims to describe the transaction mechanism in buying and selling practices with purchase and payment conditions to get discounts and cashback at Indomaret, analyzing the law of buying and selling through discount and cashback promos based on the *ju'alah* contract.

This research uses a type of field research. using a qualitative approach. Research data sources use primary and secondary data sources. Data collection techniques through interviews, observation and documentation. Data analysis uses the Miles and Huberman analysis model.

This research concludes 1) Buying and selling mechanism at Indomaret to get discounts and cashback first Indomaret collaborates with partner merchants and for consumers to get discounts and cashback on purchase and payment terms. The transaction mechanism for providing discounts and cashback at Indomaret has certain conditions, discounts provided that the purchase uses a bank debit card payment and cashback in the form of points, stamps and i-coupons after the transaction is completed for Indomaret Poinku users or members. 2) Buying and selling through promotions with purchase and payment conditions to get discounts and cashback at Indomaret. These conditions have been known and agreed upon. The terms of the sale and purchase emphasize the amount of purchase and payment to get cashback. So, in the sale and purchase contract (*al-Ba'i*) it is permitted and the discount and cashback are in accordance with the term and conditions of the *ju'alah* contract.

Keywords: Buying and Selling, Discount and Cashback, Ju'alah Agreement.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQASYAH	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xv
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
DAFTAR ISI	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Teori	8
F. Tinjauan Pustaka	13
G. Metode Penelitian	22
H. Sistematika Penulisan	27

BAB II LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Umum Promosi.....	29
B. Pengertian <i>Discount</i> dan <i>Cashback</i>	35
C. Jual Beli	44
D. Akad Ju'alah	47

BAB III GAMBARAN UMUM JUAL BELI MELALUI PROMO *DISCOUNT* DAN *CASHBACK* DI INDOMARET

A. Gambaran Umum Sejarah dan Filosofi Indomaret	53
B. Promo <i>Discount</i> dan <i>Cashback</i> di Indomaret Simo Boyolali	55
1. <i>Cashback</i> Poin, Stamp, dan I-kupon pada Aplikasi Indomaret Poinku..	56
2. <i>Discount</i> / Pengurangan Harga.....	63

BAB IV ANALISIS JUAL BELI MELALUI PROMO *DISCOUNT* DAN *CASHBACK* DI INDOMARET DI TINJAU DARI AKAD JU'ALAH

A. Analisis Jual Beli Melalui Promo <i>Discount</i> dan <i>Cashback</i> di Indomaret ditinjau dari Akad <i>Ju'alah</i>	69
--	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	80

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keberhasilan pemasaran pada perusahaan dalam memasarkan produknya sangat ditentukan oleh ketepatan strategi yang digunakan yang disesuaikan dengan konsumen untuk pencapaian sasaran dan tujuan perusahaan. Strategi pemasaran yang terus berkembang sehingga memunculkan berbagai cara atau strategi promosi yang bermacam-macam seperti pemberlakuan promo dalam jual-beli.

Dalam kegiatan promo sendiri mempunyai tujuan yaitu agar terciptanya proses promo yang efektif sehingga mencapai tujuan program khususnya dan pemasaran secara keseluruhan yaitu tercapai tingkat penjualan yang diharapkan dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.¹

Indomaret (*Indonesia Market Retail*) merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas area penjualan kurang dari 200 m². Saat ini Indomaret berkembang sangat pesat dengan jumlah gerai pada bulan Juni 2021

¹ Kurniawan Prambudi Utomo dkk, *Dasar Manajemen dan Kewirausahaan*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), hlm.182.

mencapai 18.939 gerai.² Sebagian besar pasokan barang dagangan untuk seluruh gerai berasal dari 33 pusat distribusi Indomaret yang menyediakan lebih dari 5.000 jenis produk. Saat ini, keberadaan Indomaret semakin diperkuat dengan kehadiran Indogrosir, anak perusahaan dengan konsep bisnis pusat perkulakan.³ Minimarket modern ini tentunya juga melakukan kegiatan promosi dalam penjualannya, dengan banyaknya jumlah cabang Indomaret yang sudah didirikan di Indonesia di beberapa wilayah tentunya Indomaret sudah sangat dikenal oleh masyarakat hampir di setiap wilayah dapat menemukan minimarket modern tersebut.

Promo yang dilakukan tidak lain mempunyai tujuan untuk membuat konsumen tertarik untuk membeli produk yang didistribusikan di Indomaret dengan berbagai jenis promosi berbagai produk kebutuhan sehari-hari. Promo yang dilakukan di Indomaret diantaranya seperti pengurangan harga atau *discount* dan *cashback* pada konsumen member ataupun bukan member *Indomaret Poinku*.⁴ Pemberian *discount* dan *cashback* oleh Indomaret yang diberikan kepada konsumen/pembeli terdapat syarat dan ketentuan yaitu dengan jumlah minimal pembelian suatu produk, pembayaran belanja dengan menggunakan dompet digital, dan minimal jumlah belanja dengan menggunakan kartu ATM Bank

² Wikipedia, "Indomaret Jaringan Minimarket Indonesia", dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Indomaret>, diakses 18 November 2021.

³ Indomaret Official, "Sejarah dan Visi", dikutip dari <https://indomaret.co.id/korporat/seputar-indomaret/peduli-dan-berbagi/2014/01/16/sejarah-dan-visi/> diakses 17 November 2021.

⁴ Indomaret, dikutip dari <https://twitter.com/Indomaret?t=cZzBBPcMptvJKppnFCmBTw&s=08> https://instagram.com/indomaret?utm_medium=copy_link diakses 20 November 2021.

tertentu. Persyaratan tersebut dibuat oleh pihak indomaret dan harus disetujui oleh konsumen/pembeli dalam melakukan transaksi jual beli melalui promo *discount* dan *cashback* tersebut.

Indomaret Simo merupakan salah satu Indomaret yang tersebar di Kabupaten Boyolali. Peneliti memilih Indomaret Simo karena letaknya sangat strategis yaitu berada di pusat Kecamatan Simo. Selain itu di pusat Kecamatan Simo juga terdapat *retail* atau swalayan lain yang berada di sekitarnya. Banyaknya *retail* di pusat Kecamatan Simo tersebut tentu memberikan alternatif pilihan bagi masyarakat untuk berbelanja apalagi di ditambah dengan adanya promo *discount* dan *cashback* yang menarik minat konsumen/pembeli.

Penggunaan promosi untuk menarik konsumen menarik diteliti apakah sudah sesuai dengan hukum Islam, seperti pelaksanaannya di Matahari Mall *discount* dengan menggunakan kartu member belanja. Pada kartu member tersebut mengandung unsur *taghrir/gharar* dan spekulasi, karena membayar iuran keanggotaan maupun uang administrasi untuk mendapatkan kartu, selain itu terkadang telah berakhir masa berlaku member namun pemegangnya belum menggunakan sama sekali atau telah menggunakan namun potongan harga yang didapat tidak seimbang.⁵ Selain itu, pada promo *cashback* di aplikasi “*shopback*” menurut KHES penerapan asas itikad baik yaitu kejujuran dan transparansi dalam aplikasi

⁵ Dian Maulina, “Perspektif Hukum Islam Terhadap Sistem Discount Pakaian pada Matahari Mall Banda Aceh (Studi Terhadap Penetapan Harga dan Tahgrirnya)”, *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2017.

masih belum sesuai karena saat keadaan *cashback* tertolak tidak dijelaskan secara rinci apa penyebab dari *cashback* tertolak, disamping itu masa validasi *cashback* yang lama menyebabkan pengguna kesulitan mencari bukti bahwa pengguna tidak melakukan pelanggaran, karena dalam melakukan suatu akad transparansi dibutuhkan untuk menghindari kerugian dari salah satu pihak.⁶ Promosi *cashback* yang juga diterapkan pada “Distro Bloods” dengan menjanjikan adanya point setiap pembelian produk untuk konsumen pemegang *member card* yang dapat ditukarkan untuk pembelian selanjutnya, namun pihak store tidak memberikan informasi berapa point yang sudah didapatkan konsumen maka *discount* tersebut menjadi *fasid* karena rukun dan syaratnya sah tapi tidak adanya unsur transparan atau akad tersebut sejalan dengan syariah hanya pada asalnya namun tidak sejalan pada sifatnya..⁷ Oleh karena itu, menarik untuk diteliti bagaimana pelaksanaan *discount* dan *cashback* Indomaret Simo apakah sudah sesuai dengan hukum Islam karena juga terdapat syarat dan ketentuan kepada konsumen yang merupakan member maupun bukan member *Indomaret Poinku* dalam pemberlakuan *discount* dan *cashback*.

⁶ Naila Salsabila Bahyati, “Transaksi Jasa Pada Aplikasi Penghasil *Cashback* Dalam Perspektif KHES dan Undang-Undang NO. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Studi Pada Komunitas Facebook Shopback Indonesia)”, *Skripsi*, Fakultas Syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2021.

⁷ Selly Intan Fajarwati dkk, “Analisis Jual Beli dengan Diskon Menurut Fikih Muamalah pada Distro Bloods Cabang Suka Bumi” *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* Vol 5 No. 2, 2019, hlm. 562-560.

Tujuan ekonomi Islam tidak terlepas dari tujuan diturunkannya syari'at Islam adalah untuk mencapai *falah* (kesejahteraan/keselamatan) baik di dunia maupun di akhirat. Islam melarang jual beli yang mengandung unsur penipuan, ketidak jelasan, pemaksaan, dan kemudharatan. Dalam transaksi jual beli kedua belah pihak harus saling tahu mengenai suatu barang yang diperjualkan, baik itu jenisnya, macamnya, bentuknya dan kadarnya. Pembeli atau konsumen seharusnya dalam bertransaksi atau menerima barang dalam kondisi yang baik dan harga yang wajar, mereka juga harus diberi tahu ketika ada kekurangan-kekurangan pada suatu transaksi jual beli..

QS. Ali Imran : 77

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمًّا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ
وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ ۖ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ - ٧٧

Artinya:

*“Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat kebahagiaan (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih”.*⁸

Menurut Al-Muslih ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk: produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik, produk yang

⁸ Qur'an Kemenag, Surah 3: Ali 'Imran dikutip dari <http://quran.kemenag.go.id/sura/3> diakses 17 Januari 2022..

diperjualbelikan adalah produk yang halal dan dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.⁹

Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda:

... أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

“Mengapa kamu tidak menampakkan pula yang kualitas rendah itu agar orang-orang bisa mengetahuinya. Siapa saja yang suka menipu maka dia bukan golonganku” (HR. Muslim No. 102)¹⁰

Nabi –shallallahu ‘alaihi wa sallam melarang penjual melakukan penyamaran barang dagangan dengan cara memperlihatkan barang kualitas baik, sementara yang rentah diletakkan di bawahnya dengan tujuan menipu, ini merupakan larangan bagi penjual untuk menampakkan sifat tidak sesuai dengan produk yang dijual, baik hal tersebut dilakukan dengan ucapan maupun perbuatan. Jual beli yang mengandung penipuan atau pengelabuhan diantaranya adalah jual beli *najsy*¹¹

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Jual Beli Melalui Promo *Discount* dan *Cashback* di indomaret Perspektif Akad Ju’alah”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka fokus penelitian ini yang akan dilakukan mengarah pada :

⁹ Abdullah dkk, *Fiqih Ekonomi Keuangan Islam*. (Jakarta: Darul Haq., 2004) Hlm 331.

¹⁰ Adi Mursalin, *Manajemen Pemasaran Islam*, (Yogyakarta: Jejak Pustaka), hlm. 146.

¹¹ Muhammad Abduh Tuasikal, “Melariskan Dagangan dengan Pencitraan” dikutip dari <https://muslim.or.id/21448-melariskan-dagangan-dengan-pencitraan.html> diakses 20 Januari 2022.

1. Bagaimana mekanisme transaksi jual beli untuk mendapatkan *discount* dan *cashback* di Indomaret Simo Boyolali?
2. Bagaimana tinjauan akad *ju'alah* terhadap jual beli melalui promo *discount* dan *cashback* Indomaret Simo Boyolali?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan:

1. Mekanisme transaksi jual beli untuk mendapatkan *discount* dan *cashback* di Indomaret Simo Boyolali.
2. Tinjauan akad *ju'alah* terhadap jual beli melalui promo *discount* dan *cashback* di Indomaret Simo Boyolali.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan keilmuan dibidang muamalah serta dapat dijadikan sebagai acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai masukan bagi masyarakat dan perusahaan maupun pelaku usaha lainnya dalam melaksanakan kegiatan jual beli melalui promo yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

E. Kajian Teori

1. Promosi

Menurut Zaenal Aripin, promosi adalah sebuah kegiatan yang bertujuan untuk memberikan informasi, persuasi dan pengaruh pada pelanggan dan juga calon pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa yang sedang dipromosikan.¹²

Menurut Tjiptono dikutip oleh Kurniawan Prambudi Utomo, promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, dan juga selain itu mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar tersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan.¹³

Menurut Peter dan Olson dikutip oleh Rinananik dkk, promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pemasar untuk menyampaikan informasi tentang produknya dan membujuk konsumen untuk membeli.¹⁴

¹² Zaenal Aripin, *Marketing Management*, (Yogyakarta: Deepublish 2021) hlm 99.

¹³ Kurniawan Prambudi Utomo dkk, *Dasar Manajemen dan Kewirausahaan*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), hlm. 182.

¹⁴ Rinananik dkk, *Ilmu Manajemen di Era 4.0*, (Indramayu: CV. Adanu Abimata 2021) hlm.99-100.

Menurut Zulki Zulkifli Noor, Promosi adalah salah satu aspek dari bauran pemasaran atau marketing mix yang sangat penting dalam dunia pemasaran, dengan melakukan kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat kepada konsumen atau pembeli potensial dengan harapan mereka tergerak hatinya untuk membeli produk dan diharapkan setiap saat konsumen mencari produk tersebut.¹⁵ Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan 2 (dua) cara yaitu:

- a) Secara langsung, dimana seorang penjual secara langsung menghubungi konsumen, cara ini dilakukan dengan mendemonstrasi penggunaan produk dan hal-hal yang menyangkut tentang keuntungannya.
- b) Secara tidak langsung, yaitu dengan menggunakan alat perantara, seperti media masa dan publisitas dimana penjual melakukannya dengan dengan media komunikasi, baik media cetak maupun elektronik.¹⁶

Dalam strategi pemasaran atau bauran pemasaran terdapat jenis promosi yaitu promosi penjualan yaitu bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur merangsang pembelian produk dengan segera dan atau meningkatkan jumlah

¹⁵ Zulki Zulkifli Noor, *Manajemen Pemasaran Stratejik Dilengkapi Dengan Kasus-Kasus Dalam Bidang Bisnis dan Sektor Publik Tahun 2016*, (Yogyakarta: Deepublish) hlm. 69.

¹⁶ Enda Aulia Akbar Ginting Suka dan Suwardi Lubis, "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan" *Jurnal Network Media*, Vol. 2 No. 2, 2019 hlm. 12-14.

barang yang dibeli pelanggan. Mediana seperti: pemberian training, hadiah, sampel, kupon, dan ppengurangan harga.¹⁷

2. Discount

Diskon adalah salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan dengan mendorong pelanggan untuk membeli produk atau layanan dengan harga yang lebih murah atau dengan memanfaatkan tawaran promosi tertentu. kebijakan diskon juga digunakan untuk memperkenalkan produk baru atau mengatasi persaingan yang ketat dengan pesaing.¹⁸

Pilihan kebijakan diskon yang tepatakan tergantung pada tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan. perusahaan harus mempertimbangkan target pasar, pesaing dan tujuan pemasaran keseluruhan ketika merancang kebijakan diskon yang efektif. Hal ini termasuk memilih teknik yang tepat dan menentukan waktu, tempat, dan cara penyampaian tawaran promosi yang efektif.

Menurut Julian Cummins (2010) dikutip dari Nur Fatma dkk, menyajikan berbagai strategi *discount* termasuk diskon langsung, kupon, hadiah, kontes dan promosi melalui media sosial. Perusahhan juga membahas tentang bagaimana cara mengukur efektivitas kebikan

¹⁷ Ovi Hamidah Sari dkk, *Manajemen Bisnis Pemasaran*, (Yayasan Kita Menulis, 2021) hlm. 176.

¹⁸ Nur Fatma dkk, *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*, (Yogyakarta: PT. Nas Media Indonesia, 2023) hlm. 53.

discount tersebut. Julian Cummins menekankan pentingnya memahami pelanggan dan menciptakan tawaran promosi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Mereka juga menyoroti pengaturan harga yang efektif dan penempatan produk yang strategis.¹⁹

3. Cashback

Menurut Wenty Marina Minza dan Arum Febriani, cashback adalah pengembalian sejumlah uang yang telah digunakan untuk membayar suatu produk.²⁰

Menurut Heni Puji Lestari dkk, dikutip dari cashback adalah bentuk potongan harga jual untuk pelanggan yang perlakuannya dibelakang, dan dalam bentuk sejumlah rupiah. perlakuan potongan dibelakang maksudnya setelah pembelian melakukan pembayaran tunai ataupun untuk pembelian kredit dan kadang disertai syarat tertentu.²¹

Cashback merupakan keuntungan yang diperoleh konsumen berupa pengembalian uang tunai atau uang virtual dalam bentuk potongan harga, dapat juga disebut sebagai hadiah berupa uang tunai

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 54-55.

²⁰ Wenty Marina Minza dan Arum Febriani, *Dari Milenial Tentang Milenial Perspektif Psikologi*, (Yogyakarta: Kanisius Media) hlm. 132.

²¹ Wafiq Dwi Rosinta, "Analisis Efektivitas Strategi Promosi Cashback dan Gratis Ongkir Dalam Meningkatkan Penjualan pada Merchant Shopee Food (Studi Kasus Merchant Shopee Food di Daerah Purwokerto)" *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. Kh. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2022.

atau bisa berupa poin yang diberikan oleh suatu perusahaan setelah seseorang melakukan pembelian atau jasa di perusahaan tersebut. Biasanya pemberi *cashback* memberikan *cashback* dalam bentuk deposit. Hal ini dilakukan dengan maksud agar suatu saat nanti pembeli kembali melakukan pembelian menggunakan deposit yang sudah mereka terima.²²

4. Jual beli (*al-Ba'i*)

Jual Beli dalam Islam (Fiqh Muamalah) Jual-beli secara terminologi fiqh jual beli disebut *al-ba'i* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.²³ Menurut Hanafiah pengertian jual beli (*al-ba'i*) secara definitif yaitu tukar menukar harta benda atau sesuatu yang diinginkan dengan sesuatu yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Adapun menurut Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah bahwa jual beli (*al-ba'i*) yaitu tukar menukar harta dengan harta pula dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan.²⁴

²² Ummu Akalsum Jamin, "Pemberian Cashback Dalam Aplikasi Dompot Digital Ovo Perspektif Hukum Ekonomi Syariah", *Skripsi*: Fakultas Syariah, IAIN Palopo, Palopo. 2021, hlm. 12.

²³ Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual Beli*, (Jakarta Selatan: Rumah Fiqh Publishing, 2018) hlm.5.

²⁴ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2019) hlm 102-103.

5. Akad Jualah

Ju'alah adalah janji atau komitmen (iltizam) untuk memberikan imbalan (reward/'iwadh) tertentu atas pencapaian hasil (natijah) yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Jualah adalah akad dengan pihak pertama menjanjikan imbalan tertentu kepada pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas atau pelayanan yang dilakukan oleh pihak kedua untuk kepentingan pihak pertama.

Ju'alah secara terminologi adalah suatu iltizam (tanggung jawab) dalam bentuk janji memberikan imbalan berupa upah tertentu secara sukarela terhadap orang yang berhasil melakukan perbuatan atau memberikan jasa yang belum pasti dapat dilaksanakan atau dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan.²⁵

F. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan analisis tinjauan pustaka, terdapat tiga skripsi dan dua artikel ilmiah yang relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan.

1. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Alfi Maulana dengan judul “Analisis pemberian diskon dan cashback Pada dompet Digital Gopay Menurut Fatwa DSN MUI dan Peraturan Bank Indonesia” 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa:²⁶ Mekanisme Diskon dan Cashback

²⁵ Sholihin, Ahmad Ifham, *Ekonomi Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013. hlm. 371.

²⁶ Muhammad Alfi Maulana, “Analisis pemberian diskon dan cashback Pada dompet Digital Gopay Menurut Fatwa DSN MUI dan Peraturan Bank Indonesia” *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2022.

Pada GoPay. Diskon dan cashback dapat diperoleh melalui: 1) situs resmi Gojek atau GoPay atau situs lainnya yang terafiliasi dengan Gojek; 2) Event, dimana event tersebut memberikan kode promo berupa diskon atau cashback. Biasanya ini terjadi pada event yang disponsori oleh Gojek; 3) Merchant (pedagang), diberikan oleh merchant tertentu; 4) Diberikan langsung oleh GoPay, promo berupa diskon atau cashback diberikan langsung oleh penerbit kepada akun Gojek kita. Ada 2 model dalam mekanisme promo yang diberikan yaitu: 1) Promo diberikan langsung oleh perusahaan Gojek. Biasanya didapat melalui situs resmi, event, ataupun tersedia langsung di akun gojek; 2) Promo diberikan oleh merchant (pedagang). Promo merchant ditemui pada GoFood ketika sedang memilih makanan pada sebuah restoran, terlihat ada promo langsung di restoran terkait. Pada promo yang diberikan oleh merchant, biasanya merchant mengadakan promo ini melalui aplikasi tambahan yang terafiliasi dengan Gojek, yaitu menggunakan GoBiz. Dalam penggunaannya, umumnya promo yang besar dapat digunakan dengan syarat pembayaran menggunakan GoPay, sedangkan pembayaran tanpa syarat umumnya hanya mendapatkan promo yang kecil saja. Keseuaian Hukum Diskon dan Cashback GoPay Terhadap Fatwa DSNMUI dan Peraturan Bank Indonesia Berdasarkan analisis- analisis yang telah dipaparkan, maka bisa dikatakan bahwa diskon dan cashback pada GoPay telah sesuai dan tidak bertentangan dengan Fatwa DSN-MUI maupun dengan

Peraturan Bank Indonesia. Akad pada penyimpanan uang atau isi saldo GoPay adalah wadiah yad amanah (titipan murni), hal ini disampaikan dengan jelas pada syarat & ketentuan (term & condition) di situs resmi serta di aplikasi Gojek.²⁷ Hubungan antara konsumen, GoPay dan Bank sebagai tempat penyimpanan dana float berdasarkan PBI No. 23/6/PBI/2021 Tentang Penyedia Jasa Pembayaran disimpulkan sebagai hubungan yang tidak memiliki kaitan, karena hubungan penyimpanan uang oleh GoPay merupakan bentuk sebuah ketaatan kepada peraturan yang mengatur, sedangkan akad konsumen dengan GoPay dan GoPay dengan bank merupakan akad yang sudah berbeda dan tidak memiliki kaitan sama sekali. Kesesuaian diskon dan cashback tidak dikenai ketentuan sebagai hadiah seperti dalam Fatwa DSNMUI No. 86/DSN-MUI/XII/2012 Tentang Hadiah Dalam Penghimpunan Dana Lembaga Keuangan Syariah karena penitipan GoPay adalah wadiah yad amanah (titipan murni) dan uang elektronik tidak digunakan oleh GoPay. Selanjutnya cashback pada GoPay merupakan akad jua'lah dan hal itu diperbolehkan. Sehingga dari kesimpulan tersebut diperbolehkan bagi GoPay sebagai penerbit uang elektronik memberikan promo diskon maupun cashback kepada konsumen, dan konsumen pun diperbolehkan untuk menggunakan diskon dan cashback yang telah diberikan oleh GoPay ataupun diskon

²⁷ *Ibid.*

yang diberikan oleh merchant (pedagang)..²⁸ Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu terkait discount dan cashback serta dianalisis menurut Fatwa DSN-MUI. Sedangkan perbedaannya penelitian meneliti dompet digital.

2. Skripsi yang ditulis oleh Wafiq Dwi Rosinta dengan judul Analisis Efektivitas Strategi Promosi Cashback dan Gratis Ongkir Dalam Meningkatkan Penjualan pada Merchant Shopee Food (Studi Kasus Merchant Shopee Food di Daerah Purwokerto) 2022²⁹. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Melalui penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa program promosi gratis ongkir memberi angin segar untuk membantu mendongkrak area keuangan pada bisnis para merchant. Terdapat perubahan omzet yang signifikan antara sebelum dan sesudah mendaftar program promosi gratis ongkir karena program ini sudah include dengan program promo potongan harga sehingga lebih bisa menarik minat konsumen. Peningkatan penjualan sangat dirasakan oleh para merchant setelah mereka mengikuti program ini. Sisi lain yang dapat dilihat adalah melalui program ini pihak Shopee sudah membantu para UMKM untuk meningkatkan penjualan dan memanfaatkan teknologi digital.³⁰ Persamaan penelitian tersebut

²⁸*Ibid.*

²⁹ Wafiq Dwi Rosinta, "Analisis Efektivitas Strategi Promosi Cashback dan Gratis Ongkir Dalam Meningkatkan Penjualan pada Merchant Shopee Food (Studi Kasus Merchant Shopee Food di Daerah Purwokerto)" *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. Kh. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2022.

³⁰ *Ibid.*

dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu terkait *cashback*. Sedangkan perbedaannya penelitian ini diskout yang diberikan dalam bentuk gratis ongkir dan tidak dianalisa menurut hukum islam maupun hukum positif tetapi mengenai efektivitas.

3. Skripsi yang ditulis oleh Naila Salsabila Bahyati dengan judul “Transaksi Jasa Pada Aplikasi Penghasil Cashback Dalam Perspektif KHES dan Undang-Undang NO. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Studi Pada Komunitas Facebook Shopback Indonesia)” 2021.³¹ Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa: Dalam analisis yang telah dilakukan berdasarkan UU ITE, maka dapat dilihat bahwasannya peranan shopback selain sebagai penyedia jasa media promosi bagi para Merchant, yaitu juga sebagai penyedia jasa yang memberikan informasi dan juga kemudahan pada para pengguna dalam pengalaman berbelanja mereka. Dan transaksi didalamnya telah sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu pasal 4, Dalam menggunakan Aplikasi Shopback yang digunakan untuk berbelanja, Maka dari fitur-fitur didalamnya pula dapat dilihat telah terpenuhinya tujuan dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu untuk menerapkan teknologi elektronik dengan lebih efektif guna membantu masyarakat

³¹ Naila Salsabila Bahyati, “Transaksi Jasa Pada Aplikasi Penghasil Cashback Dalam Perspektif KHES dan Undang-Undang NO. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Studi Pada Komunitas Facebook Shopback Indonesia)”, *Skripsi*, Fakultas Syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2021.

yang menggunakan teknologi elektronik tersebut, dengan menggunakan teknologi elektronik dalam bidang perekonomian maka akan menjadikan perputaran perekonomian menjadi lebih mudah dan efisien, dan secara langsung maupun tidak langsung maka fitur-fitur ini juga membantu perkembangan perekonomian yang ada serta dengan menggunakan teknologi dalam bidang perekonomian yang menjadikan perputaran perekonomian menjadi lebih mudah dan efisien.³² Akad yang terjadi dalam fitur-fitur di Shopback tergolong kategori akad yang sah karna terpenuhinya rukun serta syaratnya, akan tetapi transaksi ini bisa berubah menjadi fasad apabila terdapat segi atau hal lain yang menjadikannya tidak sah, yaitu apabila pihak yang berakad bukanlah orang yang cakap atau belum mencapai umur untuk melakukan perbuatan hukum dikarenakan anak dibawah umur masih bisa menjadi pihak yang berakad dalam transaksi ini, dan apabila itu terjadi maka akad ini menjadi akad dengan kategori Fasad. Apabila diteliti menurut Hukum Ekonomi Islam dan UU ITE Dalam melaksanakan suatu akad juga dibutuhkan yang namanya transparansi hal ini berguna untuk menghindari kecurangan yang terjadi dalam suatu akad dan menghindari kerugian dari salah satu pihak. tidak dapat tepenuhinya asas itikad baik pada poin yang pertama yaitu «kejujuran dalam membuat kotrak» hal ini adalah faktor yang kurang sesuai yaitu pada Aplikasi Shopback. Yaitu pihak Shopback tidak

³² *Ibid.*

menjelaskan bagaimana dan apa yang menjadikan sebuah transaksi ditolak. hal tersebut tidak dijelaskan secara transparan. Jika dilihat dari fenomena di atas dirasa penerapan Asas Transparansi dirasa masih kurang.³³ Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu terkait *cashback* dan dianalisa menurut KHES. Sedangkan perbedaannya penelitian ini tidak menganalisa mengenai diskon dan dianalisa menurut hukum positif.

4. Artikel ilmiah yang dilakukan oleh Afibatus Afida dan, M. Taufiq Zamzami dengan judul “Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga” 2020. Hasil penelitian menjelaskan bahwa: Dalam perspektif hukum Islam yang mana didalam Al-qur’an, hadis, dan fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia No. 110/DSNMUI/IX/2017 menjelaskan bahwa pemberian diskon itu diperbolehkan, akan tetapi harus terhindar dari riba, penipuan, madharat, sehingga tidak merugikan salah satu pihak. Transaksi jual beli dalam pemberian diskon juga harus didasarkan pada prinsip “An Taradhin Minkum” yaitu kerelaan antara kedua belah pihak. Dalam praktik jual beli menggunakan diskon dengan berjangka waktu di Ramayana kota Salatiga, masih ada beberapa yang mengandung unsur Tadlis dan Gharar yaitu transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak

³³ *Ibid.*

berupa harga (memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar), serta adanya keragu-raguan dan kebimbangan dalam keberadaan objek jual beli, ketidaktahuan sifat, ukuran, jenis, dan lain sebagainya. Sehingga Islam tidak membolehkannya, karena didalamnya mengandung unsur penipuan dan merugikan beberapa konsumen sebagai pembeli.³⁴ Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu terkait *discount* dan dianalisa menurut hukum Islam. Sedangkan perbedaanya penelitian ini tidak meneliti mengenai *cashback*.

5. Artikel ilmiah yang dilakukan oleh Nurfyana Narmia Sari dkk, dengan judul “Analisis Hukum Islam terhadap Cashback di Tokopedia” 2021. Hasil penelitian menunjukkan: Tokopedia merupakan marketplace di Indonesia yang menyediakan fitur cashback. Cashback termasuk khiyar ghabn karena cashback merupakan bentuk tipuan untuk membujuk pelanggan, Khiyaar ghabn diperbolehkan oleh ulama hanafiyah jika tipuannya (ghabn) mengandung bujukan (taghrir). Oleh karena itu cashback dibolehkan karena sebuah tipuan untuk membujuk pelanggan di tokopedia cashback di tokopedia menggunakan akad salam karena cashback yang diperoleh dari hasil belanja online, akad yang digunakan belanja online ialah akad salam. Hukum menggunakan cashback bukan termasuk riba karena tidak ada

³⁴ Afibatus Afida dan, M. Taufiq Zamzami, “Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga”, *J-HES Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 4 No. 2 2020. hlm. 96-111

pengurangan atau penambahan. Untuk mendapatkan cashback di tokopedia, pelanggan wajib menggunakan e-wallet ovo karena tokopedia hanya layanan untuk belanja sedangkan untuk transaksi bisa melalui ovo.³⁵ Dinyatakan dalam al-Ikhtiyarat, Boleh membuat kesepakatan potongan pembayaran cicilan yang dan ini merupakan pendapat Imam Ahmad dalam satu riwayat dan satu keterangan dari Imam as-Syafi'i. Alasan Ibnul Qoyim yang membolehkan hal tersebut, karena kesepakatan ini kebalikan dari riba. Dalam transaksi riba, waktu pelunasannya ditambah dan nilai utang dinaikkan. Ulama yang mengharamkan kesepakatan ini, meng-qiyas-kan kesepakatan ini dengan riba. Padahal sangat jelas perbedaan antara orang mengatakan, "Lunasi sekarang atau ditunda dan ada ribanya." dengan orang mengatakan, "Lunasi segera, nanti saya kasih potongan 100rb." Bagaimana ini bisa disamakan. Sehingga tidak ada dalil yang menunjukkan haramnya, tidak pula ijma', maupun qiyas yang shahih. Dinyatakan dalam al-Ikhtiyarat, Boleh membuat kesepakatan potongan pembayaran cicilan yang dan ini merupakan pendapat Imam Ahmad dalam satu riwayat dan satu keterangan dari Imam as-Syafi'i. Alasan Ibnul Qoyim yang membolehkan hal tersebut, karena kesepakatan ini kebalikan dari riba. Dalam transaksi riba, waktu pelunasannya ditambah dan nilai utang dinaikkan. Ulama yang

³⁵ Nurfyana Narmia Sari dkk, dengan judul "Analisis Hukum Islam terhadap Cashback di Tokopedia" *J-HES Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol 5, No 2, 2021, hlm 126-138.

mengharamkan kesepakatan ini, meng-qiyas-kan kesepakatan ini dengan riba. Padahal sangat jelas perbedaan antara orang mengatakan, “Lunasi sekarang atau ditunda dan ada ribanya.” dengan orang mengatakan, “Lunasi segera, nanti saya kasih potongan 100rb.” Bagaimana ini bisa disamakan. Sehingga tidak ada dalil yang menunjukkan haramnya, tidak pula ijma’, maupun qiyas yang shahih. (I’lamul Muwaqqi’in, 3/359). Cashback yang diperoleh akan masuk kedalam dompet digital ovo. Untuk mengetahui sebab halalnya maka hal tersebut telah diatur dalam pasal 1337 KUHPerdara bahwa suatu sebab dilarang jika hal tersebut dilarang oleh Undang-Undang atau sebab itu bertentangan dengan kesusilaan.³⁶ Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu terkait *cashback* dan dianalisa menurut hukum Islam. Sedangkan perbedaannya penelitian ini tidak meneliti tentang *discount*.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln dikutip oleh Umar Sidiq dkk, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode wawancara, pengamatan dan

³⁶ *Ibid.*

pemanfaatan dokumen.³⁷ Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan.³⁸

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan Indomaret Simo yang beralamat di Jalan Madu, RT 12 / RW 01 Simo Baru, Kelurahan Simo, Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli dan Agustus tahun 2023.

3. Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Menurut Asep Hermawan (2005) data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian eksploratif, deskriptif, maupun kausal dengan metode pengumpulan data berupa survey atau observasi.³⁹ Data primer dalam penelitian ini adalah data-data catatan hasil observasi, wawancara yang bersumber dari informan Supervisor Indomaret Area Simo, Kepala Toko Indomaret Simo, beberapa konsumen, dan hasil analisis dokumen Indomaret Simo Boyolali.

³⁷ Umar Sidiq, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV Nata Karya 2019) hlm. 4.

³⁸ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu,2010) hlm. 15.

³⁹ Asep Hermawan, *Peneletian Bisnis* (Jakarta: PT Grasindo 2005) hlm. 168

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data tambahan atau pendukung yang berhubungan dengan data penelitian.⁴⁰ Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini sebagai data pendukung yaitu sumber-sumber bacaan atau dokumen, internet/website dan sebagainya.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Menurut Conny R. Semiawan, observasi (*observation*) atau pengamatan merupakan bagian dari pengumpulan data yang dilakukan secara langsung di lapangan.⁴¹ Dalam penelitian ini menggunakan observasi non partisipan yaitu pengamat tidak terlibat dalam kegiatan yang menjadi obyek dalam penelitian.⁴² Observasi ini dilakukan untuk melihat langsung praktik jual beli melalui promo *discount* dan *cashback* di Indomaret Simo.

b. Metode Wawancara

Menurut Maryam B. Gainau, wawancara merupakan proses interaksi komunikasi antara peneliti dengan subyek penelitian, informan maupun key informan dengan cara melakukan tanya

⁴⁰ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu 2020) hlm. 403.

⁴¹ Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Grasindo) hlm. 112

⁴² Wawan Suwendra, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial Pendidikan kebudayaan dan Keagamaan*, (Bali: Nilacakra 2018) hlm. 62

jawab secara langsung untuk memperoleh data atau informasi.⁴³ Teknik sampling yang digunakan purposive sampling yaitu pengambilan subyek penelitian yang akan menjadi responden dalam penelitian yang berdasarkan kriteria tertentu.⁴⁴ Wawancara dilakukan dengan Supervisor Indomaret Area Simo, Kepala Toko Indomaret Simo dan beberapa konsumen.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata *dokumen* yang artinya barang-barang tertulis. Metode dokumentasi merupakan cara pengumpulan data dengan mencatat data-data yang sudah ada berupa tulisan maupun foto dan observasi langsung.⁴⁵ Dokumentasi yang digunakan yaitu seperti foto aplikasi *Indomaret Poinku*, katalog ataupun brosur promo pada internet, foto-foto promo produk di Indomaret Simo Boyolali.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data Miles dan Huberman yaitu penelitian

⁴³ Maryam B. Gainau, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: PT. Kanisius, 2016) hlm. 110.

⁴⁴ Syamsuni HR dan Andi Meinar Dwi Rantisari, *Statistik dan Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: KBM Indonesia 2021)

⁴⁵ Rasimin, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis Kualitatif*, (Yogyakarta: Mitra Cendikia, 2018) hlm. 96.

deskriptif kualitatif. Analisis menurut Miles dan Huberman dibagi dalam tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Ketiga alur tersebut adalah:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan bagian dari analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga simpulan-simpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.⁴⁶

b. Penyajian Data

Penyajian data yaitu sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan simpulan dan pengambilan tindakan.⁴⁷

c. Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Penarikan simpulan adalah intisari dari temuan penelitian yang menggambarkan pendapat-pendapat terakhir yang berdasarkan uraian-uraian sebelumnya atau keputusan yang diperoleh.⁴⁸

Pada metode ini peneliti menggolongkan atau menajamkan data yang telah diperoleh mengenai praktik jual beli melalui promo *discount* dan *cashback* di Indomaret Jalan Madu, Simo, Boyolali, kemudian dianalisis menurut akad *ju'alah*. Dalam penulisan laporan penelitian

⁴⁶ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu 2020) hlm. 163.

⁴⁷ Ibid., hlm 163.

⁴⁸ Ibid., hlm 171.

kualitatif ini berisi kutipan-kutipan data (fakta) yang diungkap di lapangan untuk memberikan dukungan terhadap apa yang disajikan dalam laporannya setelah mengamati jual beli melalui promo *discount* dan *cashback* di Indomaret tersebut. Peneliti menggunakan metode deduktif yaitu metode yang berangkat pada pengetahuan yang bersifat umum mengenai suatu fenomena (teori) dan bertitik tolak pada pengetahuan umum itu hendak menilai hal-hal khusus dari praktik jual beli melalui promo *discount* dan *cashback* di Indomaret ditinjau dari akad *ju'alah*.⁴⁹

H. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami penelitian ini maka peneliti memberikan gambaran secara umum dengan memaparkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I berupa pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, kerangka teori, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II berisikan landasan teori penelitian untuk menguraikan mengenai teori promosi, *discount*, *cashback*, jual beli (*al-Ba'i*) dan akad *ju'alah*.

BAB III berisi tentang deskripsi data penelitian. Deskripsi umum mengenai Indomaret, *cashback* (poin, stamp dan i-kupon), Jenis promo

⁴⁹ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV k, 2018) hlm. 11.

discount Indomaret Simo yang diperoleh dari sumber data informan sebagai responden, dan dokumentasi dengan menggunakan metode pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

BAB IV berisikan analisis berdasarkan hasil dan pembahasan, Hasil penelitian berisi pemaparan deskriptif semua data dan informasi yang diperoleh di lapangan.

Bab V yaitu penutup, yang berisikan mengenai kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan berisi jawaban-jawaban yang sesuai dengan tujuan penelitian. Saran berisi mengenai rekomendasi peneliti berkaitan dengan hasil penelitian yang diintisarikan dalam kesimpulan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Umum Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi adalah proses memberikan informasi, membujuk, sampai mempengaruhi proses pembelian/penggunaan terhadap suatu produk atau jasa kepada konsumen. Tujuan promosi secara umum untuk meningkatkan volume penjualan suatu produk/jasa. Promosi merupakan bauran pemasaran yang berusaha mengkomunikasikan produk atau jasa kepada konsumen sehingga menciptakan permintaan yang terus menerus hingga akhirnya menjadi pelanggan.¹

Menurut Assauri dikutip oleh Tengku Firli Musfar, bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari unsur-unsur promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan, yang ditentukan terlebih dahulu peralatan atau unsur promosi apa yang sebaiknya digunakan dan bagaimana pengkoordinasian unsur-unsur tersebut agar hasilnya dapat optimal.²

¹ Suwartini dan Sumiyati, *Produk Kreatif Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2021) hlm 174.

² Tengku Firly Musfar, *Buku Ajar manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*,.....hlm 146.

2. Tujuan dan Sasaran Promosi

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya, menurut Tjiptono dikutip dari Ria Estiana dkk, ketiga tujuan promosi dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Menginformasikan

Menginformasikan mengenai produk baru, memperkenalkan cara pembelian yang baru dari suatu produk, menyampaikan perubahan harga pasar, menjelaskan cara kerja produk, menginformasikan jasa-jasa yang disediakan, meluruskan kesan yang salah, mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli, membangun citra perusahaan.

b. Membujuk Pelanggan Sasaran

Tujuan promosi yang dilakukan oleh perusahaan yaitu mempengaruhi dan membujuk pembelian pelanggan atau konsumen sasaran agar mempunyai keinginan untuk membeli atau mengalihkan pembelian terhadap produk-produk yang dihasilkan perusahaan. tujuan utamanya adalah membujuk pilihan merk, mengalihkan pilihan ke merk lain, mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk, mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga.

c. Mengingat

Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat, mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan, membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan, menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan tersebut.³

Selain tujuan utama di atas promosi adapula beberapa tujuan lainnya yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan, di antara sebagai berikut:

- a) Memberikan informasi mengenai suatu produk secara luas pada calon konsumen potensial.
- b) Memperoleh dan menjangkau konsumen baru serta menjaga tingkat loyalitas konsumen tersebut.
- c) Membantu meningkatkan penjualan dan juga keuntungan perusahaan.
- d) Meningkatkan keunggulan dan juga membedakan suatu produk dengan produk lain dari kompetitor.
- e) Membangun *branding* dan citra produk pada suatu *brand* di mata konsumen.

³ Ria Estiana dkk, *Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*, (Yogyakarta: Deepublis CV Budi Utama, 2022) hlm. 23-24.

- f) Mempengaruhi asumsi dan perilaku konsumen atas suatu produk.⁴

3. Faktor-Faktor Dalam Pelaksanaan Promosi

Faktor-faktor penting dalam pelaksanaan pelaksanaan promosi yaitu diantaranya:

- a. Produk yang dijual: sifat produk yang dijual sangat mempengaruhi promosi karena merupakan satu kesatuan dalam pemasaran.
- b. Target pasar: kesesuaian promosi yang dipilih dengan target pasar akan menentukan tingkat efektifitas dan efisiensi promosi yang dilakukan.
- c. Anggaran promosi: ketersediaan anggaran promosi yang disediakan perusahaan mempengaruhi variasi pilihan alat promosi yang digunakan oleh perusahaan.⁵

4. Promosi Penjualan (Sales Promotion)

Promosi penjualan merupakan salah satu strategi bauran pemasaran yang dilakukan untuk mencapai tujuan dalam penjualan. Promosi penjualan adalah rangsangan langsung yang ditujuksn kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Banyaknya jenis promosi penjualan, termasuk didalamnya penurunan harga, pemberian diskon

⁴ *Ibid.*, hlm. 23.

⁵ Samsudin, *Pengantar Bisnis*, (Malang: Literasi Nusantara, 2021) hlm. 88.

melalui kupon, kontes dan undian, prangko dagang, pemeran dagang dan eksebisi, contoh gratis, serta hadiah membuat promosi penjualan mempengaruhi konsumen.⁶

Suatu promosi penjualan mendorong seseorang untuk mengambil produk di toko eceran dan mencobanya dengan cara menawarkan sesuatu yang nyata seperti hadiah, penurunan harga, ataupun bentuknya. Sebagian promosi penjualan diorientasikan pada perubahan perilaku pembelian konsumen yang segera.

Alat-alat promosi penjualan (*sales promotion*) menurut Kotler (2005) menyebutkan alat-alat promosi penjualan terdiri dari:

- a. Sampel, yaitu sejumlah kecil produk yang ditawarkan kepada konsumen untuk dicoba.
- b. Kupon, sertifikat yang memberi potongan harga untuk pembelian produk tertentu.
- c. Tawaran pengembalian uang (rabat), yaitu tawaran untuk mengembalikan sebagian uang pembelian suatu produk kepada konsumen yang mengirimkan “bukti pembelian” ke perusahaan.

⁶ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merk (Planning & Strategi)*, (CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hlm 265-266.

- d. Paket harga (transaksi potongan harga atau diskon), yaitu menawarkan kepada konsumen penghematan dari harga biasa suatu produk.
- e. Hadiah pemberian (premium), yaitu barang yang ditawarkan secara cuma-cuma atau dengan harga yang sangat miring sebagai insentif untuk membeli suatu produk.
- f. Program frekuensi, yaitu program yang memberikan imbalan yang terkait dengan frekuensi dan intensif konsumen membeli produk atau jasa perusahaan tersebut.
- g. Kontes, undian dan permainan, yaitu kegiatan promosi yang memberikan konsumen peluang untuk memenangkan sesuatu seperti uang tunai, perjalanan, atau barang dengan keberuntungan atau dengan usaha ekstra.
- h. Imbalan berlangganan, yaitu uang tunai atau hadiah lain yang ditawarkan bagi penggunaan suatu produk atau jasa perusahaan.
- i. Pengujian gratis, yaitu mengundang calon pembeli menguji-coba produk tanpa biaya dengan harapan mereka akan membeli.
- j. Garansi produk, janji eksplisit atau implisit penjualan bahwa produk tersebut akan bekerja sebagaimana telah ditentukan.
- k. Dua atau lebih merk perusahaan bekerja sama dengan kupon, pengembalian uang untuk meningkatkan daya tarik.

1. Promosi silang, menggunakan suatu merk untuk mengiklankan merk lain yang tidak bersaing.⁷

B. Pengertian *Discount* dan *Cashback*

1. Discount

a. Pengertian Discount

Discount adalah pengurangan harga dari harga normal produk atau layanan, biasanya diberikan untuk jangka waktu tertentu atau dalam jumlah tertentu. *Discount* dapat diberikan langsung pada harga produk atau dapat diberikan dalam bentuk voucher atau kupon yang dapat digunakan untuk pembelian selanjutnya.

Discount dan promosi penjualan adalah salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan dengan mendorong pelanggan untuk membeli produk atau layanan dengan harga yang lebih murah atau dengan memanfaatkan promosi tertentu.⁸

b. Macam-macam discount

⁷ *Ibid*, hlm 267-268.

⁸ Nur Fatma, *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*, (Yogyakarta: PT. Nas Media Indonesia, 2023) hlm 53.

Dalam strategi pemasaran dikenal 4 bentuk discount, yaitu diskon kuantitas, diskon musiman, diskon cas (cash discount), dan trade discount.

1) Diskon Kuantitas

Diskon kuantitas merupakan potongan harga yang diberikan guna mendorong konsumen agar membeli dalam jumlah lebih banyak, sehingga meningkatkan volume penjualan secara keseluruhan. Selain itu, diskon kuantitas juga memberikan manfaat berupa penurunan unit cost sebagai akibat pesanan dan produk dalam jumlah besar.⁹

Diskon kuantitas bisa diterapkan dalam berbagai ukuran, misalnya nilai (dalam rupiah) barang yang dibeli, jumlah unit barang yang dibeli, dan sebagainya. Diskon kuantitas terdiri atas 2 jenis, yaitu:

a) Diskon Kuantitas Kumulatif

Diskon ini diberikan kepada konsumen yang membeli barang selama periode waktu tertentu, misalnya terus-menerus selama setahun. Adanya diskon ini menyebabkan konsumen akan terikat pada penjual

⁹ Ita Rahmawati dkk, *Faktor Diskon Bonus pack dan in store Display serta pengaruhnya terhadap Pembelian Implusif*, (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020) hlm. 7.

selama periode tersebut apabila ia mengharapkan potongan.

b) Diskon Kuantitas Non Akumulatif

Diskon ini didasarkan pada pesanan pembelian secara individual. Potongan ini hanya diberikan pada satu pembelian dan tidak dikaitkan dengan pembelian-pembelian sebelum dan sesudahnya. Potongan ini lebih menekankan usaha merangsang pembelian dalam jumlah besar satu kali pembelian daripada serangkaian pembelian.

2) Diskon Musiman

Diskon musiman adalah potongan harga yang diberikan hanya masa tertentu saja. Diskon musiman digunakan untuk mendorong konsumen agar membeli barang-barang yang sebenarnya baru akan dibutuhkan beberapa waktu mendatang. Dengan demikian, diskon musiman berpengaruh pada pola pembelian konsumen, sehingga fungsi persediaan atau penyimpanan bergeser ke tangan konsumen.¹⁰

Bagi konsumen ada beberapa manfaat yang diberikan pada diskon musiman ini, yaitu: harga produknya lebih murah,

¹⁰ *Ibid.*, hlm 8

mereka bisa berbelanja lebih leluasa dan terhindar dari antri panjang yang bisa terjadi bila mereka berbelanja pada musim “ramai”, biasanya pada hari-hari menjelang “hari H” ada kemungkinan terjadi lonjakan harga sebagai akibat besarnya permintaan bila konsumen telah berbelanja jauh-jauh hari sebelumnya maka ia terhindar dari situasi tersebut.

3) Diskon *Cash (Cash Discount)*

Dalam berbagai transaksi jula beli seringkali diterapkan cara pembayaran kredit. Melalui cara ini pembeli memperoleh manfaat berupa lebih singkatnya jangka waktu perputaran dana. Akan tetapi cara ini dapat memberatkan penjual karena dananya terikat pada piutang dalam jangka waktu cukup lama. Oleh karena itu penjual akan berusaha mengurangi jumlah produk. Salah satu cara yang ditempuh adalah dengan jalan menawarkan *cash discount* yang merupakan potongan yang diberikan apabila pembeli membayar tunai brang-barang yang dibelinya atau membayar dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian transaksi.¹¹

4) *Trade Discount*

Trade discount diberikan oleh produsen kepada para penyalur (*wholesaler* dan *retailer*) yang terlibat dalam

¹¹ *Ibid.*, hlm. 9.

pendistribusian barang dan pelaksanaan fungsi-fungsi tertentu, seperti penjualan, penyimpanan dan *record keeping*.

Selain 4 macam diskon diatas, terdapat juga istilah harga obral (*sale price*), yakni diskon sementara dan harga menurut daftar (*list price*). Tipe diskon ini bertujuan mendorong pembelian segera. Dengan kata lain, untuk menikmati harga obral. Harga obral adalah diskon temporer dari harga dalam daftar. Diskon harga obral mendorong pembelian yang segera untuk mendapatkan harga obral, pelanggan tidak memperhatikan kemudahan pembelian ketika mereka ingin membeli dan malah menjual ketika penjual menjual.¹²

2. Cashback

a. Pengertian Cashback

Kata *Cashback* berasal dari kata *cash* yang berarti tunai dan *back* yang artinya pengembalian. Secara sederhana *cashback* dapat dipahami sebagai pengembalian tunai. Dalam pengertian yang lebih luas, *cashback* merupakan penawaran yang diberikan kepada konsumen dalam bentuk persentase pengembalian uang tunai atau uang virtual atau berupa suatu produk dengan persyaratan memenuhi minimal pembelian ditentukan.

¹² *Ibid.*, hlm 10

Umumnya, *cashback* tidak benar-benar diberikan dalam bentuk pengembalian uang tunai kepada konsumen. *Cashback* kebanyakan diberikan dalam bentuk uang virtual atau deposit yang digunakan konsumen untuk melakukan pembelian berikutnya di merchant yang sama atau merchant lain yang bersangkutan.¹³

b. Jenis-Jenis Program *Cashback*

1) *Cashback* Kartu Kredit

Cashback kartu kredit adalah program yang dikeluarkan oleh bank tertentu yang menawarkan keuntungan bagi nasabah. Pihak bank sebagai penerbit kartu kredit akan memberikan sejumlah uang setelah nasabah melakukan transaksi tertentu atau saat nilai transaksi yang dilakukan mencapai nominal tertentu sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku pada bank tertentu.

Tidak hanya pengembalian uang saja, kartu *cashback* ini juga bisa memberikan potongan harga atas hasil pembelian yang dilakukan namun tergantung pada kebijakan masing-masing bank dan jenis kartu yang dimiliki dengan variasi proporsi *cashback* yang diberikan berdasarkan jumlah transaksi yang dilakukan. Semakin besar nilai transaksi yang

¹³ Moh. Mufid, *Fikih Untuk Milenial (Beberapa masalah Fikih untuk Generasi Muda di Era Digital)*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo 2021). hlm. 31.

dilakukan semakin besar jumlah uang yang bisa dikembalikan. Namun jenis ini tidak diberikan langsung dalam bentuk tunai, umumnya diberikan berupa deposit yang bisa digunakan untuk membayar cicilan dan mengurangi tagihan kartu kredit. Akumulasi dari setiap *cashback* kartu kredit dapat digunakan untuk menagih iuran bahkan tagihan bulanan atau keperluan lainnya.¹⁴

2) *Cashback* Toko Online

Cashback toko online adalah program yang dikeluarkan oleh toko online yang memberikan keuntungan dimana toko online akan memberik sejumlah uang jika pembeli membeli sejumlah barang di toko online dalam jumlah minimal tertentu.

Promosi *cashback* toko online tidak dalam bentuk *cashback* langsung, akan tetapi toko online akan memberikan *cashback* agar digunakan untuk pembelian selanjutnya di toko online yang sama, sehingga pembelian selanjutnya akan mendapatkan beberapa potongan *cashback* tergantung kebijakan dari toko online tersebut. Langkah ini memberi keuntungan baik bagi kedua belah pihak, konsumen hemat beberapa persen untuk pembelian selanjutnya dan toko online

¹⁴ Ummu Akalsum Jamin, "Pemberian Cashback Dalam Aplikasi Dompot Digital Ovo Perspektif Hukum Ekonomi Syariah", *Skripsi*: Fakultas Syariah, IAIN Palopo, Palopo. 2021. hlm. 13.

mendapatkan loyalitas dari konsumen terhadap toko online mereka, karena konsumen pasti akan kembali lagi ke toko online untuk transaksi selanjutnya dengan potongan harga.

3) *Cashback* Properti

Cashback property adalah program yang disediakan oleh pihak developer atau pengembang property yang memberikan manfaat dan pihak developer akan memberikan *cashback* apabila konsumen melakukan pembelian property yang ditawarkan. umumnya pengembang property menawarkan *cashback* berupa barang untuk melengkapi barang yang sudah dibeli.¹⁵

c. Kelebihan dan Kekurangan *Cashback*

Promo *cashback* yang dipromosikan atau ditawarkan oleh setiap perusahaan atau penyelenggara *cashback* tentu memiliki sisi nilai positif dan negatif. Hal tersebut, dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi konsumen sebelum melakukan pembelian.

1) Kelebihan *Cashback*

- a) Menghemat pengeluaran dengan adanya *cashback* baik dalam bentuk pengembalian uang tunai atau uang virtual akan menghemat pengeluaran untuk melakukan pembelian

¹⁵ *Ibid.*,..hlm. 14.

selanjutnya. *Cashback* dalam bentuk barang juga menguntungkan bagi konsumen karena menghemat anggaran yang mungkin sebelumnya merencanakan akan membeli suatu barang, tetapi karena mendapatkan *cashback* dalam bentuk barang sesuai keinginannya sehingga konsumen bisa berhemat

- b) Penggunaan kartu kredit yang terkontrol, biasanya dalam kartu kredit ada *annual fee*, *annual fee* adalah biaya yang dikeluarkan nasabah dalam jumlah besar setiap tahunnya. Tawaran *cashback* yang diberikan nasabah dapat membantu nasabah melakukan cover *annual fee* sehingga nasabah lebih hemat dalam penggunaan kartu kreditnya.¹⁶

2) Kekurangan *Cashback*

Kekurangan *cashback* dapat dinilai dari syarat yang ditentukan oleh pihak yang menwarkan *cashback*. Apabila syarat dan ketentuan untuk mendapatkan *cashback* tidak sesuai dengan promosi sebelumnya. Kekurangan *cashback* biasanya terjadi saat melakukan klaim atau pencairan yang memakan waktu yang lama. Meskipun pencairan *cashback* lebih menyita

¹⁶ Ibid.,...hlm. 16

waktu dibandingkan program *discount* langsung dengan potongan harga.¹⁷

3. Perbedaan *Discount* dan *Cashback*

Segi	<i>Discount</i>	<i>Cashback</i>
Keuntungan	Memberikan keuntungan berupa bentuk pembayaran yang langsung pada saat itu sehingga pembayaran dilakukan dengan harga <i>discount</i> .	Keuntungan diberikan melalui kredit yang biasa digunakan untuk melakukan pembelian selanjutnya.
Waktu	Diberikan dalam jangka waktu yang tertentu yang tidak dapat digunakan pada saat itu.	Langsung diberikan potongan harga pada saat pembelian telah dilakukan.
Masa berlaku	Umumnya hanya berlaku pada saat hari pembelian yang dilakukan konsumen.	Berlaku hingga beberapa minggu atau bahkan berbulan-bulan kemudian. ¹⁸

C. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli secara bahasa merupakan masdar dari kata bermakna memiliki dan membeli. Pengertian Jual beli secara syara' adalah tukar menukar harta dengan harta untuk memiliki dan memberi kepemilikan

¹⁷ *Ibid.*,...hlm 17.

¹⁸ *Ibid.*,.....hlm. 12-13.

atau dengan kata lain secara syara' jual beli adalah pemindahan kepemilikan dengan kompensasi menurut konteks yang disyariatkan.¹⁹

2. Rukun dan Syarat Jual Beli

a. Rukun Jual Beli

- 1) Ada orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli).
- 2) Ada *shigat* (lafal dan ijab qabul dari penjual dan pembeli yang menunjukkan keinginan mereka untuk melakukan akad secara ridha).
- 3) *Ma'qud 'alaih* (Ada barang yang dibeli)
- 4) Ada nilai tukar pengganti barang.

b. Syarat Jual Beli

- 1) Syarat-syarat orang yang berakad
 - a) Berakal sehat.
 - b) Atas dasar suka sama suka.
 - c) Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda.
- 2) Syarat yang sighthat

¹⁹ Muhammad sauqi, *Fiqh Muamalah*, (Banyumas: CV.Pena Persada, 2020) hlm. 34-35.

- a) Orang yang mengucapkannya telah balish dan berakal.
 - b) Qabul sesuai dengan ijab. Apabila antara ijab dan qabul tidak sesuai maka jual beli tidak sah.
 - c) Ijab dan qabul dilakukan dalam satu majelis. Maksudnya kedua belah pihak yang mealakukan jual beli hadir dan pembicaraan topik yang sama.
- 3) Syarat-syarat barang yang diperjual belikan
- a) Suci, dalam Islam tidak sah melakukan transaksi jual beli barang najis, seperti bangkai, babi, anjing dll.
 - b) Barang yang diperjual belikan merupakan milik sendiri atau diberi kuasa orang lain yang memilikinya.
 - c) Barang yang diperjualbelikan ada manfaatnya
 - d) Barang yang diperjualbelikan jelas dan dapat dikuasai.
 - e) Barang yang diperjualbelikan dapat diketahui kadarnya, jenisnya, sifatnya, dan harganya.
 - f) Boleh diserahkan saat akad berlangsung.²⁰
- 4) Syarat-syarat nilai tukar (harga barang)

²⁰ Lim Fahima, *Fiqh Ekonomi*, (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2018) hlm 64-65.

- a) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
- b) Boleh diserahkan pada waktu akad, sekaligus secara hukum seperti pembayaran dengan cek dan kartu kredit. Apabila harga barang itu dibayar kemudian (berutang) maka pembayaran harus jelas.
- c) Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan oleh syara'.²¹

D. Akad Ju'alah

a. Pengertian Akad *Ju'alah*

Dari segi bahasa *Ju'alah* berasal dari bahasa Arab yang artinya *al-ajr* (upah atau fee). Dalam kamus Arab *Ju'alah* memiliki beberapa arti antara lain: upah, hadiah, persen, komisi, bahkan diartikan juga dengan suap.²²

Menurut Muhammad Andwar Ibrahim dikutip dari Mardani, *ju'alah* ialah menetapkan sesuatu atau upah tertentu untuk orang yang

²¹ *Ibid.*,....hlm. 66

²² Pudjarahajo dan Nur Faizin Muhith, *Fiqh Muamalah Ekonomi Syariah*, (Universitas Brawijaya Press, 2019). hlm. 116-117.

melakukan perbuatan tertentu tanpa membatasi masanya, al'jualah adalah akad yang tidak mengikat, artinya dapat dibatalkan.²³

Menurut fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah. Jualah adalah janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan (*reward/'iwadh/ju'I*) tertentu atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan.²⁴

Ju'alah dalam mazhab maliki adalah memberikan sejumlah upah yang sudah maklum kepada seseorang dengan ketentuan melakukan suatu yang bermanfaat untuk pemberi upah dalam jangka waktu yang maklum maupun tidak, ketentuannya jika berhasil menyelesaikan maka upah menjadikannya, namun jika tidak berhasil maka tidak ada hak upah sama sekali sedangkan mazhab syafi'i menyebut ju'alah adalah akad menerima upah atas sebuah pekerjaan yang maklum atau tidak yang sulit untuk dijelaskan batasannya.²⁵

b. Rukun *Ju'alah* dalam Islam

1. *Ja'il*, yaitu orang yang menyediakan kompensasi
2. *Amil*, yaitu orang yang melakukan pekerjaan

²³ Mardani, *Hukum Kontrak Keuangan Syariah Dari Teori ke Aplikasi*, (Jakarta: Kencana, 2021) hlm. 187.

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

²⁵ Pudjirahajo dan Nur Faizin Muhith, *Fiqh Muamalah Ekonomi Syariah*.....hlm.

3. Pekerjaan, yaitu sesuatu yang disyaratkan oleh orang yang memiliki harta dalam akad ju'alah.
4. Lafal (*Shigat*) merupakan lafadz izin dari kedua belah pihak yang melakukan akad ju'alah.
5. Upah, merupakan imbalan/reward yang diberikan kepada *amil* atas pekerjaan yang dilakukan.²⁶

c. Syarat-Syarat *al-Ju'alah* Dalam Islam

Akad *Ju'alah* boleh dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan jasa atau transaksi seperti halnya transaksi jual beli dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Pihak *Ja'il* harus memiliki kecakapan hukum dan kewenangan (*muthlaq al-tasharruf*) untuk melakukan akad;
2. Objek *Ju'alah* (*mahal al-'aqd/maj'ul 'alaih*) harus berupa pekerjaan yang tidak dilarang oleh syari'ah;
3. Hasil pekerjaan (*natijah*) sebagaimana dimaksud harus jelas dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran;

²⁶ Asyura dkk, *Multi Level Marketing Syariah di Indonesia dalam Perspektif Maqashid Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021) hlm. 39.

4. Imbalan *Ju'alah* (*reward/iwadh/ju'l*) harus ditentukan besarnya oleh *Ja'il* dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran.; dan
5. Tidak boleh ada syarat imbalan diberikan di muka (sebelum pelaksanaan objek *Ju'alah*).²⁷

Dalam masalah syarat ini Wahbah al-Zuhaili dikutip dari Haryono menyebutkan ada 3 syarat, yaitu:

1. *Ahliyatul ta'aqud* (berkompeten). Maksud dari berkompeten dalam masalah ini mencakup 3 sisi yaitu:
 - a) Baligh.
 - b) 'Aqil/berakal
 - c) *Rosyid*/rasional. Oleh karena itu, tidak sah *Ju'alah* dari orang yang belum baligh (kecil) atau orang gila ataupun orang yang tidak bisa berfikir secara rasional.
2. Imbalan yang jelas
3. Hendaknya manfaat yang didapatkan benar-benar riil serta dibolehkan manfaatnya secara syar'i yaitu bukan dalam perkara yang diharamkan syariat.²⁸

²⁷ Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*.

Jenis pemberian hadiah dan *al-hawafiz al-tasyjiilyah*, secara hukum dapat diperbolehkan dengan persyaratan sebagai berikut:

- a) Hadiah/reward tersebut bersumber dari hak/dana penjual (perusahaan) bukan bersumber dari dana pembeli atau konsumen. Sebaliknya, jika bersumber dari dana konsumen/pembeli, maka tidak diperbolehkan.
- b) Tidak ada iuran berkala untuk mendapatkan reward/ hadiah, tetapi hanya dengan registrasi atau transaksi dalam jumlah tertentu, maka secara otomatis akan berhak mendapatkan reward/hadiah tersebut dengan ketentuan yang berlaku. Syarat ini untuk memastikan bahwa tidak ada unsur gharar atau ketidakpastian dalam hadiah ini.
- c) Reward/hadiah tersebut ditukarkan dengan barang atau jasa yang halal (mubah). Pemberian reward ini juga bukan rekayasa atau modus untuk melakukan penipuan atau transaksi yang terlarang lainnya terhadap konsumen. Oleh karena itu peserta (member) harus memastikan informasi ini kepada produsen agar terhindar dari judi (transaksi terlarang).²⁹

²⁸ Haryono, "Konsep Al-Ju'alah dan Model Aplikasinya dalam Kehidupan Sehari-Hari", *Al-Maslahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam* Vol. 6 No. 09, 2017. hlm. 643-657.

²⁹ Mufid, Moh, *Fikih Untuk Milenial (Beberapa masalah Fikih untuk Generasi Muda di Era Digital*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo 2021) hlm. 35-36.

d. Pembatalan dan berakhirnya Ju'alah

Pembatalan ju'alah dapat dilakukan oleh kedua pihak (orang yang memberi pekerjaan dan pihak yang dijanjikan ju'alah) sebelum bekerja. Apabila pekerjaan sedang berlangsung dan pembatalan datang dari pihak yang dijanjikan ju'alah maka ia tidak berhak mendapat upah. Namun, apabila pembatalan dari pihak yang menjanjikan ju'alah maka pekerja berhak menuntut upah sebanyak pekerjaan yang telah ia laksanakan.

Ju'alah menjadi batal dan berakhir karena beberapa hal, yaitu salah satu pihak meninggal dunia atau gila yang parah, pekerja membatalkan ju'alah, dan penyuruh membatalkan ju'alah sebelum pekerja memulai pekerjaannya.³⁰

³⁰ Andri, Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, Jakarta: Prenadamedia Group 2019. Hlm 162.

BAB III

GAMBARAN UMUM JUAL BELI MELALUI PROMO *DISCOUNT* DAN *CASHBACK* DI INDOMARET

A. Gambaran Umum Sejarah dan Filosofi Indomaret

Indomaret didirikan pada tahun 1988, berawal dari pemikiran untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari. Sejalan dengan dengan pengembangan operasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja, untuk mengakomodasi tujuan tersebut, beberapa orang karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa masyarakat cenderung memilih belanja di gerai modern berdasarkan alasan kelengkapan pilihan produk yang berkualitas, harga yang pasti dan bersaing, serta suasana yang nyaman.¹

Berbekal pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen, keterampilan pengoperasian toko dan pergeseran perilaku belanja masyarakat ke gerai modern, maka muncul keinginan luhur untuk mengabdikan lebih jauh bagi nusa dan bangsa. Hal ini diwujudkan dengan mendirikan Indomaret, dengan badan hukum PT. Indomarco Prismatama. Pada mulanya Indomaret

¹ “Sejarah dan Filosofi Perusahaan”, di kutip dari <https://indomaret.co.id/home/index/sejarah-visi> diakses 14 Juni 2023.

membentuk konsep penyelenggaraan gerai yang berlokasi didekat hunian konsumen, menyediakan berbagai kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari, melayani masyarakat umum bersifat majemuk, serta memiliki luas toko sekitar 200 m². Seiring dengan perjalanan waktu dan kebutuhan pasar, Indomaret terus menambah gerai diberbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata, dan apartemen. Dalam hal ini terjadilah proses pembelajaran untuk pengoperasian suatu jaringan retail yang berskala besar, lengkap dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan bervariasi.²

Setelah menguasai pengetahuan dan keterampilan mengoperasikan jaringan retail dalam skala besar, manajemen berkomitmen untuk menjadikan Indomaret sebagai sebuah aset nasional. Hal ini tidak terlepas dari kenyataan bahwa seluruh pemikiran dan pengoperasian perusahaan ditangani oleh seluruh putra putri Indonesia. sebagai aset nasional, Indomaret ingin berbagi kepada masyarakat Indonesia melalui bisnis waralaba dan juga mampu bersaing dalam persaingan global. Oleh karena itu, visi perusahaan kemudian berkembang “menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan retail waralaba yang unggul dalam persaingan global”.

Konsep bisnis waralaba Indomaret adalah yang pertama dan merupakan pelopor di bidang minimarket di Indonesia. Sambutan masyarakat ternyata sangat positif, terbukti dengan peningkatan jumlah terwaralaba Indomaret dari waktu ke waktu. Konsep bisnis waralaba

² *Ibid.*

perusahaan juga diakui pemerintah melalui penghargaan yang diberikan kepada Indomaret selaku “*Perusahaan Waralaba Unggul 2003*”. Penghargaan semacam ini adalah yang pertama kali diberikan kepada perusahaan minimarket di Indonesia dan sampai saat ini hanya Indomaret yang menerimanya,

Indomaret berkembang pesat dengan jumlah toko per April 2023 ada 21.801. Sebagian besar pasokan barang dagangan untuk seluruh gerai berasal dari 42 pusat distribusi Indomaret yang menyediakan lebih dari 5.000 jenis produk. Saat ini, keberadaan Indomaret makin diperkuat dengan kehadiran Indogrosir, anak perusahaan dengan konsep bisnis Pusat Perkulakan. Visi dan budaya perusahaan yaitu dalam proses pendirian dan pengembangannya, Indomaret menetapkan hal-hal sebagai berikut: Visi “Menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan retail waralaba yang unggul dalam persaingan global”. Moto “Mudah dan hemat”. Budaya “Menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, kebenaran dan keadilan, kerjasama kelompok, kemajuan melalui inovasi yang ekonomis serta mengutamakan kepuasan konsumen”. Esensi “Pendekatan dengan senyuman yang tulus, untuk membangun hidup lebih baik”.³

B. Promo *Discount* dan *Cashback* di Indomaret Simo Boyolali

Indomaret yang berada di kecamatan Simo yang beralamat di Jl. Madu RT 12/RW 1, Kelurahan Simo Baru, Kecamatan Simo. yang biasa di sebut

³ “Sejarah dan Filosofi Perusahaan”, di kutip dari <https://indomaret.co.id/home/index/sejarah-visi> diakses 14 Juni 2023.

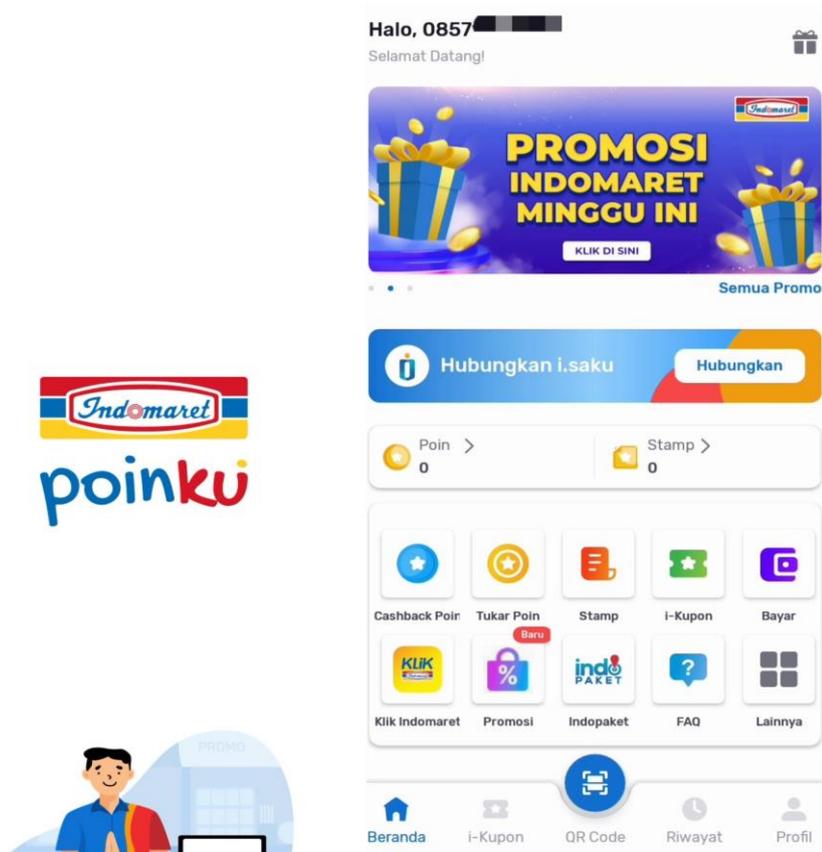
Indomaret Simo oleh masyarakat Indomaret keduanya merupakan retail yang didirikan oleh badan hukum PT. Indomarco Prismatama guna menyediakan segala kebutuhan konsumen yaitu kebutuhan pokok atau kebutuhan sehari-hari. Indomaret Simo melakukan promo discount/potongan harga dan cashback berupa poin, stamp dan i-kupon yang berlaku sesuai atau sama dengan Indomaret yang ada di seluruh Indonesia. Mekanisme transaksi jual beli melalui promo discount dan cashback di Indomaret Simo yaitu sebagai berikut:

1. Cashback Poin, Stamp, dan I-kupon pada Aplikasi Indomaret Poinku

a. Aplikasi *Indomaret Poinku*

Aplikasi “Indomaret Poinku” adalah sistem elektronik (platform) yang dibuat oleh PT. Indomarco Prismatama yang merupakan aplikasi perangkat lunak dimana seluruh intruksi yang dilakukan pelanggan akan berasal dari mobile aplikasi atau online. Aplikasi yang diunduh (*download*) sehingga konsumen atau pelanggan masuk pada laman ini atau syarat dan ketentuan ini, yang saat ini dikenal dengan merek, nama, logo dan/atau tanda yang dikenal dengan “Indomaret Poinku”.⁴

⁴ Aplikasi Indomaret Poinku, “Syarat dan Ketentuan” diakses pada 15 Juni 2023.



1) Fasilitas dan ketentuan dari aplikasi:

- a) “Home” berarti halaman utama yang berisi banner promosi yang sedang berlangsung
- b) “Data” berarti adalah setiap data, informasi dan/atau keterangan dalam bentuk apapun yang dari waktu ke waktu (termasuk pada saat konsumen mengunduh (*download*) Aplikasi). Konsumen menyampaikan kepada penyedia layanan atau yang konsumen cantumkan atau sampaikan dalam, pada atau melalui aplikasi dan dengan ini konsumen menyetujui

penggunaan data tersebut untuk diikutsertakan ke dalam layanan.

- c) “Layanan” berarti setiap layanan termasuk namun tidak terbatas pada program, jasa, produk, fitur, sistem, undian, promosi, fasilitas dan/atau jasa yang disediakan atau ditawarkan dalam atau melalui aplikasi baik yang diadakan Indomaret sendiri maupun kerjasama antara Indomaret dengan mitra Indomaret.
- d) “Layanan Pelanggan (*Call Center*)” adalah fungsi customer service center untuk pelanggan yang dapat dihubungi lewat panggilan telepon atau email.
- e) “Syarat dan ketentuan” berarti syarat berikut setiap perubahan, penambahan, penggantian, penyesuaian, dan/atau modifikasi dari waktu ke waktu.
- f) “Transaksi” berarti segala transaksi, kegiatan, aktivitas atau aksi yang dilakukan dalam atau melalui aplikasi, akun atau *Security Code* termasuk penggunaan layanan atau fitur-fitur tertentu dalam layanan atau aplikasi.
- g) Indomaret Poinku berhak melakukan penambahan, pengurangan, dan penghapusan terhadap poin, stamp, kupon atau manfaat member lainnya secara sepihak, termasuk pemblokiran member beserta manfaatnya apabila terdapat

indikasi kecurangan seperti namun tidak terbatas pada: penggantian device ID, penggantian nomor telepon, transaksi yang dinilai tidak wajar.⁵

b. Poin

Poin adalah program loyalitas pelanggan yang ditujukan bagi konsumen atau pelanggan member Indomaret Poinku dan juga pelanggan merchant rekanan atau mitra Indomaret Poinku. Poin yang diberikan konsumen setiap kali berbelanja atau membeli produk di seluruh merchant rekanan atau mitra poinku. Konsumen juga dapat menukarkan poin yang telah dikumpulkan dan dimiliki (*redeem poin*) dengan beberapa penawaran barang, produk, dan diskon yang menarik di setiap merchant rekanan dan mitra Indomaret Poinku. Setiap poin yang telah didapatkan tidak dapat ditransfer atau dipindahkan ke Pengguna atau member Indomaret Poinku lain. Jumlah poin yang diberikan akan berbeda-beda dari Merchant rekanan atau mitra Indomaret Poinku. Poin juga dapat digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran sebagai potongan harga saat berbelanja.

Poin yang diberikan selama pemberlakuan promosi yang diperoleh pada setiap pembelian produk tertentu yang hanya diberikan pada konsumen atau pelanggan Indomaret yang berlangganan menggunakan member *Indomaret Poinku*, pemberian poin dinamakan

⁵ Aplikasi Indomaret Poinku, "Syarat dan Ketentuan" diakses pada 15 Juni 2023.

Promo Cashback Poin pada setiap pembelian produk yang ditentukan.⁶ Poin yang didapat jumlahnya bervariasi pada setiap Merchant rekanan atau mitra *Indomaret Poinku*. Poin yang diberikan oleh konsumen atau pengguna *Indomaret Poinku* berjumlah variasi mulai dari puluhan, ratusan, hingga ribuan. Poin tersebut dapat digunakan oleh konsumen untuk melakukan pembelian produk pada waktu mendatang, dan juga dapat ditukarkan dengan i-kupon diskon pada produk tertentu. I-kupon yang didapatkan setelah penukaran poin yaitu berupa discount atau potongan harga suatu produk yang dapat digunakan untuk membeli produk yang sudah ditentukan dalam promo penukaran poin tersebut.⁷ Contoh pemberlakuan cashback poin pada pembelian produk susu S-26 promise gold 4 1,6 kg/1,4 kg dan S-26 procal gold vanilla 900 gram masing-masing mendapatkan 10.000 poin, pembelian produk my baby minyak telon plus dan lavender 57 ml masing-masing mendapatkan 500 poin.

c. Stamp

Stamp adalah stempel elektronik yang bisa didapatkan oleh konsumen setiap berbelanja produk dengan merek yang bekerja sama dengan *Indomaret Poinku* dengan nominal yang ditentukan

⁶ Silvi Nirmala Putri, Konsumen Pengguna *Indomaret Poinku*, *Wawancara Pribadi*, pada 18 Juni 2023

⁷ Windarto, Supervisor *Indomaret Area Simo*, *Wawancara Pribadi*, 15 Juni 2023 Jam 10.30-11.45.

sebelumnya. Stamp ini juga tidak jauh beda dengan poin di aplikasi *Indomaret Poinku*, namun jumlah pemberian stamp berbeda dengan poin, kebanyakan stamp yang diberikan pada setiap transaksi belanja sebuah produk hanya diberikan sejumlah 1 stamp. Stamp dapat dikumpulkan hingga berjumlah banyak oleh pengguna atau member *Indomaret Poinku*, hingga dapat digunakan untuk ditukarkan dengan produk yang bisa didapat sesuai ketentuan jumlah stamp yang diharuskan untuk sebuah produk.⁸ Pada pemberian stamp ini dalam syarat dan ketentuannya berlaku untuk pembelian kelipatan produk yang ditentukan pada promo pemberian stamp, namun ada ketentuan lain seperti tidak berlaku untuk pemberian stamp pada jenis varian lain produk tersebut.⁹ Contoh pemberlakuan promo mendapatkan 1 stamp pada produk susu SGM seharga Rp.85.000 berlaku kelipatan kecuali susu anak umur dibawah 1 tahun, stamp tersebut nantinya jika terkumpul dapat ditukarkan dengan mitu baby wet tissue (4 stamp); SGM family 330 gram (8 stamp); dan voucher token PLN senilai Rp.50.000 (12 stamp).

d. I-kupon

⁸ Silvi Nirmala Putri, Konsumen Pengguna Indomaret Poinku, *Wawancara Pribadi*, pada 18 Juni 2023

⁹ Windarto, Supervisor Indomaret Area Simo, *Wawancara Pribadi*, 15 Juni 2023 Jam 10.30-11.45.

I-kupon merupakan kupon atau voucher yang diberikan indomaret. I-kupon ini biasanya berbentuk voucher *discount* atau potongan harga yang dapat digunakan untuk pembelian suatu produk tertentu yang terdapat pada brosur promosi. I-kupon voucher *discount* bisa didapatkan melalui penukaran poin bagi pengguna atau member *Indomaret Poin* pada saat pemberlakuan penukaran poin tersebut.¹⁰ Jumlah *discount* atau potongan harga pada i-kupon yang diberikan pada setiap penukaran poin berbeda-beda untuk setiap pembelian produk.¹¹ Contoh pemberlakuan promo ini pada penukaran 80 poin mendapatkan i-kupon discount Rp.4.000 pada produk kao attack detergen powder plus softener, penukaran 240 poin mendapatkan i-kupon discount Rp.12.000 kewpie roasten sesame wijen sangrai botol 200ml, penukaran 220 poin mendapatkan i-kupon discount zen anti bacterial body wash shiso/sandalwood 480ml.

Dalam penggunaan aplikasi Indomaret Poinku ini, cara menggunakannya dalam setiap transaksi belanja bagi para pengguna yang telah menjadi member Indomaret Poinku cukup dengan membuka aplikasi Indomaret Poinku, selanjutnya menunjukkan QR Code kepada kasir,

¹⁰ Silvi Nirmala Putri, Konsumen Pengguna Indomaret Poinku, *Wawancara Pribadi*, pada 18 Juni 2023

¹¹ Windarto, Supervisor Indomaret Area Simo, *Wawancara Pribadi*, 15 Juni 2023 Jam 10.30-11.45.

selanjutnya konsumen akan mendapatkan promo khusus pada produk yang tertanda terdapat promo cashback berupa poin, stamp, maupun i-kupon.¹²

2. Discount / Pengurangan Harga

Dalam penjualannya strategi promosi yang dilakukan oleh Indomaret yaitu salah satunya dengan memberikan discount atau potongan harga untuk para konsumen atau pelanggan, banyak jenis diskon atau pengurangan harga yang diberikan oleh Indomaret dengan berbagai nama promosi diantaranya: *Super Hemat*, *PTW (Product of The Week)*, *Harga Heboh*, *Promosi Bulan Ini*, *Tebus Murah*. Dalam jenis promosi diskon tentunya memiliki ketentuan yang diberikan oleh retail, ketentuan dari masing-masing jenis promosi tersebut diantaranya yaitu sebagai berikut:

- a. *Super Hemat*, merupakan jenis promosi yang dilakukan beberapa hari sekitar 3-7 hari dengan pemberian diskon atau potongan harga disetiap pembelian produk tertentu, diskon atau potongan diberikan langsung namun hanya berlaku pada waktu yang telah dicantumkan pada brosur promosi.¹³ Contoh pemberlakuan promo ini pada produk Hot in Go/Wahid minyak herba 100ml dengan *discount* langsung sebanyak

¹² Marjoko, Kepala Toko Indomaret Simo, *Wawancara Pribadi*, 15 Juni 2023, jam 13.30-14.30.

¹³ Windarto, Supervisor Indomaret Area Simo, *Wawancara Pribadi*, 15 Juni 2023 Jam 10.30-11.45.

Rp.6.500, dan contoh promo lainnya terdapat pada produk welmove suplemen makanan seharga Rp.15.500 harga normal Rp.22.500.¹⁴

- b. *Hanya 3 Hari*, merupakan jenis promo discount atau potongan harga yang diberlakukan selama tiga hari, jenis promo ini sama dengan jenis promosi “*Super Hemat*”. Pada promosi ini Indomaret memberikan potongan harga atau discount dan ekstra potongan untuk konsumen yang melakukan pembayaran dengan menggunakan kartu debit bank tertentu dan pembayaran online atau dompet digital. Dalam promosi ini juga terdapat *cashback points* untuk konsumen yang melakukan pembayaran dengan dompet digital yang diberikan dalam pembelian produk tertentu yang tercantum pada brosur promosi. Contoh pemberlakuan promo ini pada produk minyak goreng filma 2 liter dengan harga Rp.35.900 ada juga harga Rp. 30.900 dengan pembayaran melalui kartu debit Bank BNI, contoh promo lainnya yaitu pada setiap pembelian 5 indomie goreng seharga Rp.13.900 harga normalnya Rp.15.500. selain itu juga bisa mendapatkan cashback sebanyak Rp.1.000 - Rp.2.000 poin dengan melalui pembayaran OVO.
- c. *PTW (Product of The Week)*, merupakan jenis promosi yang dilakukan selama 7 hari atau yang lebih dikenal dengan “Promosi

¹⁴ Ulfa Indriyana,, Konsumen Pengguna OVO dan Kartu debit, *Wawancara Pribadi*, pada 18 Juni 2023

Minggu Ini” promo diskon atau potongan harga dan bonus diberikan pada setiap pembelian produk berkelipatan sejumlah 2, 3, hingga 5 untuk bisa mendapatkan potongan harga atau bonus. Bagi konsumen yang melakukan pembayaran dengan menggunakan kartu debit bank tertentu mendapatkan tambahan discount atau potongan harga dengan syarat minimal jumlah belanja. Contoh pemberlakuan promo ini pada pembelian 2 produk pucuk harum minuman teh 350ml seharga Rp.6.600, harga normal Rp.7.600. ada juga *cashback* poin dengan pembayaran melalui ovo dan *cashback* Rp.1.000 pembayaran melalui GoPay dengan minimal belanja Rp.10.000.

- d. *Harga Heboh*, merupakan jenis promosi yang diberlakukan selama 7 hari dengan pemberian potongan harga disetiap pembelian produk dengan 2 varian produk tersebut, dan juga masih ada pemberian potongan harga khusus atau diskon lebih untuk konsumen yang melakukan pembayaran dengan menggunakan kartu debit bank tertentu dengan syarat minimal jumlah belanja.¹⁵ Contoh pemberlakuan pada promo ini pada pembelian pruduk khusus shinzu’i body cleanser skin lightening kirel/matsu seharga Rp.19.900/pch dan

¹⁵ Windarto, Supervisor Indomaret Area Simo, *Wawancara Pribadi*, 15 Juni 2023 Jam 10.30-11.45.

ada juga harga khusus Rp.15.900/pch dengan syarat minimal belanja Rp.100.000 menggunakan kartu debit Bank BRI.¹⁶

- e. *(PBI) Promosi Bulan Ini*, merupakan jenis promosi yang diberlakukan selama 15 hari dengan pemberian potongan harga dengan ketentuan menambah jumlah pembayaran dibawah harga normal pada setiap pembelian 1 produk untuk bisa mendapatkan 2 jumlah produk. Selain itu, masih ada potongan harga khusus dan *cashback* untuk konsumen yang melakukan pembayaran dengan dompet digital. contoh pemberlakuan promo ini pada pembelian produk Pikopi kopi instan mix / gula aren / moccachino harga normal Rp.7.900/pck jika menambah nominal pembayaran Rp.3000 bisa mendapat 2 pck. Ada juga ekstra potongan dengan syarat pembayaran menggunakan GoPay sebanyak Rp.1000 dan *cashback* jika pembayaran melalui Shopeepay sebanyak Rp.3000.
- f. *Tebus Murah*, merupakan jenis promosi pemberian potongan harga yang diberlakukan selama beberapa hari sampai 1 bulan, dengan syarat melakukan transaksi pembelian produk lain dan melakukan minimal jumlah belanja dengan menggunakan kartu debit bank tertentu. Promo untuk pengguna atm tertentu dengan minimal jumlah belanja 1 kali untuk satu kartu per-hari. Contoh pemberlakuan dari promo ini pada pembelian minyak goreng kemasan 1 liter semua

¹⁶ Ulfa Indriyana., Konsumen Pengguna OVO dan Kartu debit, *Wawancara Pribadi*, pada 18 Juni 2023

brand seharga Rp.6.500 dengan syarat minimal belanja Rp.150.000 menggunakan kartu debit BSG Promo ini tidak berlaku kelipatan, pemisahan dan penggabungan struk belanja. Promo dengan jumlah minimal belanja pada penggunaan kartu debit bank tertentu ini tidak berlaku pada pembelian item rokok, gas elpiji, susu infant, non-groceries, dan alat-alat elektronik dalam satu struk transaksi.¹⁷

Dari berbagai macam jenis promo potongan harga yang diberikan oleh Indomaret dalam mekanisme transaksinya mempunyai syarat dan ketentuan yang hampir sama disetiap jenis promo (*Super Hemat, PTW (Product of The Week), Harga Heboh, Promosi Bulan Ini, Tebus Murah*) promo yang diperoleh merupakan potongan harga / *discount*, namun ada syarat dan ketentuan yang berbeda didalam masing-masing promo yaitu, ada yang langsung mendapatkan potongan tanpa syarat dimasa berlakunya promo, dan ada juga yang memiliki syarat dan ketentuan untuk memperoleh potongan harga/*discount* di setiap transaksi atau pembelian produk.¹⁸ Kesimpulan dari penjelasan masing-masing jenis promo *discount* indomaret diatas yaitu syarat dan ketentuan ada yang berupa minimal jumlah belanja dengan pembayaran transaksi menggunakan kartu debit bank tertentu, syarat dengan melakukan pembayaran dengan menggunakan

¹⁷ Windarto, Supervisor Indomaret Area Simo, *Wawancara Pribadi*, 15 Juni 2023 Jam 10.30-11.45.

¹⁸ Silvi Nirmala Putri, Konsumen Pengguna Indomaret Poinku, *Wawancara Pribadi*, pada 18 Juni 2023

dompet digital, syarat berupa jumlah kuantitas atau kelipatan pada produk yang dibeli, syarat berupa pembelian produk lain terlebih dahulu.

Promo potongan harga melalui syarat pembayaran transaksi yang menggunakan kartu debit bank tertentu pada setiap merchant rekanan atau bank memberikan syarat minimal jumlah belanja yang berbeda-beda mulai dari Rp.100.000 hingga Rp.300.000., apabila jumlah transaksi atau pembelian telah mencapai syarat yang telah ditentukan tersebut pada konsumen langsung mendapatkan potongan harga yang sesuai dengan promo yang berlaku.¹⁹

Promo potongan harga melalui pembayara transaksi dengan menggunakan dompet digital berbeda dengan pembayaran menggunakan kartu debit bank. Pada promo ini memberikan syarat minimal jumlah pembelian atau transaksi yang jumlah nominalnya sedikit, bahkan ada juga yang langsung diberikan pada saat setelah transaksi pembelian, yaitu berupa *cashback*. Potongan harga yang berupa pengembalian atau *cashback* ini diberikan kepada konsumen setelah melakukan pembayaran . jumlah pengembalian berbeda-beda pada setiap dompet digital, mulai dari Rp.1000 hingga Rp.3000.²⁰

¹⁹ Ulfa Indriyana,, Konsumen Pengguna OVO dan Kartu debit, *Wawancara Pribadi*, pada 18 Juni 2023

²⁰ Windarto, Supervisor Indomaret Area Simo, *Wawancara Pribadi*, 15 Juni 2023 Jam 10.30-11.45.

BAB IV

ANALISIS JUAL BELI MELALUI PROMO *DISCOUNT* DAN *CASHBACK* DI INDOMARET DI TINJAU DARI AKAD *JU'ALAH*

A. Analisis Jual Beli Melalui Promo Discount dan Cashback di Indomaret

Pemberian potongan harga atau *discount* maupun pemberian *cashback* berupa poin, stamp, i-kupon yang dilakukan di Indomaret diperlukan dasar hukum yang jelas, mengenai adanya syarat dalam jual beli tersebut. Dalam jual beli di Indomaret dengan salah satu promo yang diberikan untuk potongan harga (*discount*) dan pengembalian (*cashback*). Promo discount atau potongan harga yang diberikan pada jenis-jenis promosi Super Hemat, PTW (Product of The Week), Harga Heboh, Promosi Bulan Ini, Tebus Murah¹ Promo beserta persyaratannya berlaku sesuai ketentuan yang dijelaskan dalam katalog atau brosur Indomaret, Indomaret mensyaratkan pembelian seperti jumlah kelipatan pembelian pada suatu produk dan syarat pembayaran menggunakan kartu debit bank dan dompet digital tertentu dengan jumlah minimal belanja yang telah ditentukan dan dijelaskan ketentuannya dalam brosur ataupun katalog Indomaret.²

¹ Windarto, Supervisor Indomaret Area Simo, Wawancara Pribadi, 15 Juni 2023 Jam 10.30-11.45.

² Windarto, Supervisor Indomaret Area Simo, *Wawancara Pribadi*, 15 Juni 2023 Jam 10.30-11.45.

Pada pemberian *cashback* yang berupa poin, stamp dan i-kupon di Indomaret bukan merupakan sesuatu yang sukar. Poin didapatkan setelah transaksi pembelian selesai dan langsung masuk ada member Indomaret Poinku, masa berlaku poin berbulan-bulan. Poin dapat ditukarkan dengan i-kupon yang merupakan voucher *discount* atau potongan harga untuk pembelian sebuah produk merchant rekanan Indomaret. Sedangkan perolehan stamp diperoleh pengguna/member Indomaret Poinku setelah melakukan pembelian produk yang tertanda mendapatkan stamp, stamp dapat dikumpulkan dan ditukarkan untuk penukaran dengan sebuah produk yang tertanda dapat ditukarkan dengan jumlah stamp.³

Jual beli melalui promo *discount* dan *cashback* dapat dilakukan jika pembeli memenuhi persyaratan jual beli yang telah ditentukan oleh pihak Indomaret supaya mendapatkan *discount* dan *cashback* pada transaksi ini akad yang terjadi ialah akad jual beli yang disertai syarat dan ketentuan sebagai (pekerjaan), setelah pembeli melakukan persyaratan tersebut maka *discount* dan *cashback* akan diperoleh konsumen.⁴ *Discount* dan *cashback* diperoleh karena ketentuan pembelian dan pembayaran. *Discount* dan *cashback* tersebut sebagai bentuk pemberian (imbalan) karena telah melakukan suatu transaksi jual beli, *discount* dan *cashback* termasuk

³ Ulfa Indriyana,, Konsumen Pengguna OVO dan Kartu debit, *Wawancara Pribadi*, pada 18 Juni 2023

⁴ Silvi Nirmala Putri, Konsumen Pengguna Indomaret Poinku, *Wawancara Pribadi*, pada 18 Juni 2023

pemberian sebab discount dan cashback merelakan hak atau memberikan kembalian kepada pembeli/konsumen karena adanya strategi pemasaran.

Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad *ju'alah* dalam jual beli melalui Promo Discount dan Cashback di Indomaret. Kegiatan transaksi yang dilakukan antara pihak Indomaret dan konsumen yang bukan dan yang merupakan pengguna atau member Indomaret Poinku. Berdasarkan analisa yang berlandaskan pada praktek jual beli maka sekilas akad yang terjadi pada kegiatan transaksi ini yang terjadi adalah akad *ju'alah* karena pihak Indomaret memberikan imbalan apabila pengguna melakukan jual beli dengan melakukan ketentuan yang berlaku pada syarat pembelian dan pembayaran sebagai imbalannya pihak pengelola bisa memberikan manfaat atas transaksi jual beli yang dilakukan dan memberikan berupa *discount* atau *cashback* kepada konsumen.

1. Analisis rukun akad *ju'alah*

Dalam konsep akad *ju'alah* transaksi yang dilakukan oleh pengguna kartu debit bank dan pengguna indomaret poinku yang mendapatkan potongan harga dan cashback berupa poin, stamp, maupun i-kupon masuk dalam kategori akad *ju'alah* karena merupakan akad yang memberikan pekerjaan berupa kegiatan jual-beli, yang diketahui dengan adanya imbalan berupa bonus *discount* dan *cashback*. Menurut fatwa DSNMUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah* transaksi tersebut terdapat rukun *ju'alah* yang telah terpenuhi oleh para pihak dapat

ditelaah dan dianalisis berdasarkan ketentuan rukun ju'alah diantaranya yaitu:⁵

- a. *Ja'il* (orang yang menyediakan kompensasi) dalam hal ini ja'il yaitu pihak Indomaret sebagai penyedia imbalan untuk pembeli yang melakukan transaksi dan imbalan akan diberikan apabila pengguna telah menyelesaikan pembayaran. Pihak indomaret menyediakan jenis-jenis promosi *discount* dan *cashback* dalam bentuk promo *Super Hemat*, *PTW (Product of The Week)*, *Harga Heboh*, *Promosi Bulan Ini*, *Tebus Murah*. Dan *cashback* yang berupa poin, stamp dan i-kupon.
- b. Orang yang melakukan pekerjaan atau disebut *amil* dalam hal ini yaitu pihak pembeli telah menyelesaikan pekerjaan berupa jual beli untuk mendapatkan *cashback*
- c. Upah, ketentuan upah dalam ju'alah terdapat syarat yang harus dipenuhi yaitu berupa hak khusus untuk harta yang akan dimiliki serta besaran upah harus diketahui dan mempunyai nilai jual menurut ketentuan syariah. konteks upah dalam Indomaret Ini yaitu berupa potongan harga dan *cashback* yang akan didapatkan oleh pembeli dari Indomaret apabila pembeli melakukan transaksi jual

⁵ DSN-MUI (Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia) Nomor 62/DSNMUI/XII/2007 Fatwa tentang Akad Ju'alah.

beli. Upah berupa cashback poin, stamp, maupun i-kupon yang akan masuk kedalam aplikasi Indomaret poinku.

- d. Pekerjaan, dalam ju'alah pekerjaan yang ditawarkan tidak memiliki tingkat kesusahan dan bukan pekerjaan yang wajib bagi si pekerja secara syar'i. pekerjaan dalam konteks ini yaitu transaksi jual beli antara Indomaret dan pembeli pengguna kartu debit dan pengguna Indomaret Poinku.
- e. Shigat merupakan lafadz izin dari kedua belah pihak yang melakukan akad ju'alah, lafadz dalam konteks Indomaret ini yaitu pihak Indomaret telah memberikan penjelasan mengenai adanya syarat dan ketentuan dan pembel telah mengetahui, apabila penjual dan pembeli menyetujui maka dianggap sepakat oleh pihak Indomaret.

2. Analisis Syarat-Syarat Akad *Ju'alah*

- a. Pihak *Ja'il* harus memiliki kecakapan hukum dan kewenangan (*muthlaq al-tasharruf*) untuk melakukan akad; pihak yang memberikan pekerjaan disini yaitu indomaret, pihak indomaret memiliki kecakapan dan kewenangan dalam kegiatan jual-beli atau pendistribusian barang kepada konsumen dengan memberikan kegiatan/pekerjaan berupa jenis-jenis promosi *discount* dan *cashback* dalam bentuk promo *Super Hemat*, *PTW (Product of The Week)*,

- Harga Heboh, Promosi Bulan Ini, Tebus Murah.* dan cashback yang berupa poin, stamp dan i-kupon
- b. Objek Ju'alah (*mahal al-'aqd/maj'ul 'alaih*) harus berupa pekerjaan yang tidak dilarang oleh syari'ah; pekerjaan yang diberikan atau kegiatan jual beli yang ditawarkan pada konsumen berupa jenis-jenis promosi *discount* dan *cashback* dalam bentuk promo *Super Hemat, PTW (Product of The Week), Harga Heboh, Promosi Bulan Ini, Tebus Murah.* dan cashback yang berupa poin, stamp dan i-kupon. Jenis kegiatan dalam promo-promo tidak bertentangan oleh syari'ah karena dalam pemberlakuan promo ini kegiatan jual-beli masih sesuai dengan kegiatan jual beli (*al-ba'i*) yang persyaratannya tidak merugikan salah satu pihak.
- c. Hasil pekerjaan (*natijah*) sebagaimana dimaksud harus jelas dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran; hasil pekerjaan di sini yang dihasilkan oleh beberapa jenis promo yaitu jenis-jenis promosi *discount* dan *cashback* dalam bentuk promo *Super Hemat, PTW (Product of The Week), Harga Heboh, Promosi Bulan Ini, Tebus Murah.* dari kelima jenis promo tersebut hasil pekerjaannya akan mendapatkan berupa *discount* potongan harga bagi para pengguna maupun bukan pengguna aplikasi indomaret poinku dan hasil pekerjaan yang berupa *.cashback* yang berupa poin, stamp dan i-kupon didapatkan bagi pengguna/member indomaret poinku.

- d. Imbalan Ju'alah (reward/'iwadh/ju'l) harus ditentukan besarnya oleh Ja'il dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran.; Imbalan/reward pada setiap promo-promo *Super Hemat*, *PTW (Product of The Week)*, *Harga Heboh*, *Promosi Bulan Ini*, *Tebus Murah*. Terdapat jenis-jenis reward seperti potongan harga langsung dan *cashback* berupa poin untuk pembayara transaksi dengan menggunakan dompet digital berbeda dengan pembayaran menggunakan kartu debit bank. Imbalan berupa stamp dan i-kupon yang akan diberikan setelah melakukan pembayaran transaksi jual beli dengan masing-masing nominal yang berbeda berdasarkan ketentuan dari Indomaret.
- e. Tidak boleh ada syarat imbalan diberikan di muka (sebelum pelaksanaan objek Ju'alah). Pada promo-promo *Super Hemat*, *PTW (Product of The Week)*, *Harga Heboh*, *Promosi Bulan Ini*, *Tebus Murah* dengan imbalan berupa potogan harga maupun *cashback* poin, stamp, dan i-kupon diberikan kepada konsumen setelah/pada pelaksanaan jual beli.

Promo *cashback* poin, stamp dan i-kupon dalam fiqih, pemberian poin, stamp, maupun i-kupon yang diberikan oleh Indomaret merupakan jenis pemberian hadiah dan *al-hawafiz al-tasyjiilyah*, secara hukum dapat diperbolehkan dengan persyaratan sebagai berikut:

- a. Hadiah/reward tersebut bersumber dari hak/dana penjual (perusahaan) bukan bersumber dari dana pembeli atau konsumen. Sebaliknya, jika bersumber dari dana konsumen/pembeli, maka tidak diperbolehkan. Indomaret dalam pemberian hadiah yang berupa poin, stamp, dan kupon merupakan reward/hadiah yang bersumber dari hak/dana penjual (Indomaret).
- b. Tidak ada iuran berkala untuk mendapatkan reward/ hadiah, tetapi hanya dengan registrasi atau transaksi dalam jumlah tertentu, maka secara otomatis akan berhak mendapatkan reward/hadiah tersebut dengan ketentuan yang berlaku. Syarat ini untuk memastikan bahwa tidak ada unsur gharar atau ketidakpastian dalam poin ini. Dalam pemberian poin, stamp, dan i-kupon Indomaret ini tidak ketentuan untuk iuran secara berkala untuk mendapatkan reward berupa poin, stamp, maupun i-kupon tersebut, hanya dengan melakukan transaksi pembelian sebuah produk merchant rekanan tertentu.
- c. Reward/hadiah tersebut ditukarkan dengan barang atau jasa yang halal (mubah). Pemberian reward ini juga bukan rekayasa atau modus untuk melakukan penipuan atau transaksi yang terlarang lainnya terhadap konsumen. Oleh karena itu peserta (member) harus memastikan informasi ini kepada produsen agar terhindar dari judi (transaksi terlarang). Reward/hadiah yang berupa poin, stamp maupun i-kupon yang diberikan oleh Indomaret memberikan keuntungan untuk konsumen/member indomaret poinku untuk dapat ditukarkan dengan

produk yang telah ditentukan, dan juga bisa ditukarkan dengan voucher potongan harga dalam bentuk i-kupon tersebut untuk digunakan dalam pembelian/transaksi selanjutnya.⁶

⁶ Moh. Mufid, Fiqih Untuk Milenial (Beberapa Masalah Fiqih Untuk Generasi Muda di Era Digital).....hlm. 35-36.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme jual beli melalui promo discount dan cashback dengan syarat pembelian dan pembayaran di Indomaret, terlebih dahulu Indomaret bekerja sama dengan merchant rekanan agar bisa memberikan promo *discount* dan *cashback*, persyaratan agar pembeli bisa mendapatkan *discount* dan *cashback* yaitu ada beberapa, seperti syarat jumlah produk yang dibeli secara kelipatan, syarat jumlah minimal belanja dengan pembayaran menggunakan kartu debit bank tertentu dan dompet digital tertentu. Mekanisme pemberian discount dan cashback di Indomaret dengan syarat khusus pengguna/member “Indomaret Poinku” dengan syarat pembelian dan pembayaran yang terdapat pada brosur terhadap produk tertentu. Indomaret memberikan discount potongan harga secara langsung saat pembelian dan cashback apabila transaksi sudah diselesaikan selanjutnya cashback yang diberikan pada poin, stamp, dan i-kupon. Poin dikumpulkan dan digunakan untuk penukaran pembelian produk atau ditukarkan dengan i-kupon yang berisi discount. Sedangkan stamp bisa didapatkan melalui

pembelian Persyaratan dalam transaksi jual beli melalui promo *discount* dan *cashback* ini merupakan syarat yang saling menguntungkan untuk kedua pihak yaitu pihak penjual (Indomaret) yang dapat menambah volume penjualan dan pihak pembeli yang mendapatkan potongan harga ataupun *cashback* poin, stamp maupun i-kupon yang dapat dikumpulkan dan digunakan untuk pembelian selanjutnya.

2. Tinjauan akad ju'alah dalam transaksi jual beli melalui promo *discount* dan *cashback* dengan syarat pembelian dan pembayaran di Indomaret syarat dan ketentuan pada jual beli tersebut telah diketahui dan disepakati oleh para pihak, syarat dan ketentuan pada jual beli tersebut menekankan pada pembelian dan pembayaran supaya mendapatkan *discount* dan *cashback*, syarat tersebut sesuai dengan rukun dan syarat jual beli (*al-Ba'i*) sehingga tidak membatalkan jual beli dan untuk penentuan pemberian *discount* dan *cashback* dengan cara menggunakan pembayaran melalui kartu debit bank tertentu dan dompet digital tertentu sama dengan prinsip dari akad Ju'alah sesuai dalam fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007, yang seluruh rukunnya telah dipenuhi dan ketentuan *cashback* tersebut diperbolehkan karena bersifat tidak mengikat dan perolehan *cashback* lebih mengarah pada bagian dari hibah sebab diberikan atas dasar pemberian secara sukarela sebagai strategi pemasaran. Dalam hal ini *discount* dan *cashback* yang didapatkan melalui transaksi jual beli

melalui promo ini telah memenuhi ketentuan dalam syari'at yang mana akad terpenuhi dan tidak mengantar kepada hal yang diharamkan, seperti riba, kesamaran harga, gharar dan penipuan.

B. SARAN

1. Bagi pihak Indomaret terutama bagi karyawan/karyawati yang bertemu langsung dengan konsumen, menjelaskan secara langsung kepada pengguna/member Indomaret poinku maupun konsumen yang belum menjadi member mengenai keuntungan berupa promo khusus yang didapat setelah menjadi member Indomaret Poinku.
2. Bagi konsumen Indomaret yang menggunakan Indomaret poinku, maupun konsumen yang melakukan pembayaran dengan dengan kartu debit bank, ataupun dompet digital khususnya umat Islam sebaiknya selalu memperhatikan setiap ketentuan yang diberikan dan memahami mengenai rukun dan syarat dalam melakukan transaksi agar sesuai dengan syariat Islam.
3. Bagi masyarakat diharapkan bisa menjadi konsumen yang teliti dalam melakukan transaksi pembelian di swalayan ataupun tempat perbelanjaan dimanapun terutama pada penjualan yang menerapkan promo dengan syarat dan ketentuan pembelian agar konsumen bisa mendapatkan keuntungan yang sesuai pada promo.
4. Bagi pemerintah diharapkan selalu mengawasi strategi pemasaran pada setiap swalayan maupun tempat perbelanjaan dimanapun

terhadap mekanisme jual beli yang diterapkan untuk menarik minat masyarakat guna meningkatkan volume penjualan agar kegiatan jual beli selalu berjalan dengan baik dan menguntungkan bagi kedua pihak penjual dan pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, dkk, *Fiqh Ekonomi Keuangan Islam*, Jakarta: Darul Haq, 2004.
- Afida, Afibatus dan, M. Taufiq Zamzami, “Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga”, *J-HES Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 4 No. 2 2020. hlm. 96-111.
- Aripin, Zaenal, *Marketing Management*, Yogyakarta: Deepublish 2021.
- Aryanti, Yosi, “Multi Akad (Al-Uqud Al-Murakkabah) di Perbankan Syariah Perspektif Fiqh Muamalah”, *Jurnal Ilmiah syari’ah*, Vol. 15 No. 2 2016. hlm. 177-189.
- Asyura dkk, *Multi Level Marketing Syariah di Indonesia dalam Perspektif Maqashid Syariah*, Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Bahyati, Naila Salsabila, “Transaksi Jasa Pada Aplikasi Penghasil Cashback Dalam Perspektif KHES dan Undang-Undang NO. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Studi Pada Komunitas Facebook Shopback Indonesia)”, *Skripsi*, Fakultas Syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2021.
- DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju’alah.
- Estian, Ria dkk, *Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*, Yogyakarta: Deepublis CV Budi Utama, 2022.
- Fahima, Lim, *Fiqh Ekonomi*, Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2018
- Fajarwati, Selly Intan, dkk, “Analisis Jual Beli dengan Diskon Menurut Fikih Muamalah pada Distro Bloods Cabang Suka Bumi” *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* Vol 5 No. 2, 2019, hlm. 562-560.
- Fatma, Nur dkk, *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*, Yogyakarta: PT. Nas Media Indonesia, 2023.
- Firmansyah, Anang, *Pemasaran Produk dan Merk (Planning & Strategi)*, CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Gainau, Maryam B, *Pengantar Metode Penelitian*, Yogyakarta: PT. Kanisius, 2016.
- Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta: Pustaka Ilmu 2020.

- Haryono, "Konsep Al-Ju'alah dan Model Aplikasinya dalam Kehidupan Sehari-Hari", *Al-Maslahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam* Vol. 6 No. 09, 2017. hlm. 643-657.
- Hermawan, Asep, *Peneletian Bisnis*, Jakarta: PT Grasindo 2005.
- HR, Syamsuni dan Andi Meinar Dwi Rantisari, *Statistik dan Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: KBM Indonesia 2021.
- Indomaret Official. "Sejarah dan Visi" dikutip dari, <https://indomaret.co.id/korporat/seputar-indomaret/peduli-dan-berbagi/2014/01/16/sejarah-dan-visi/> pada 7 November 2021.
- Indomaret Official, "Sejarah dan Filosofi Perusahaan", dikutip dari <https://indomaret.co.id/home/index/sejarah-visi> diakses 14 Juni 2023.
- Jamin, Ummu Akalsum, "Pemberian Cashback Dalam Aplikasi Dompot Digital Ovo Perspektif Hukum Ekonomi Syariah", *Skripsi*: Fakultas Syariah, IAIN Palopo, Palopo. 2021.
- Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah, Jakarta: Kencana, 2019.
- Maulana, Muhammad Alfi, "Analisis pemberian diskon dan cashback Pada dompet Digital Gopay Menurut Fatwa DSN MUI dan Peraturan Bank Indonesia" *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2022.
- Maulina, Dian, "Perspektif Hukum Islam Terhadap Sistem Discount Pakaian pada Matahari Mall Banda Aceh (Studi Terhadap Penetapan Harga dan Tahgrirnya)", *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2017.
- Minza, Wenty Marina dan Arum Febriani, *Dari Milenial Tentang Milenial Perspektif Psikologi*, Yogyakarta: Kanisius Media.
- Mufid, Moh, *Fikih Untuk Milenial (Beberapa masalah Fikih untuk Generasi Muda di Era Digital)*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo 2021
- Mursalin, Adi, *Manajemen Pemasaran Islam*, (Yogyakarta: Jejak Pustaka),
- Nashr, Tajun, "Konsep Promosi Produk Menurut Perspektif Hukum Islam" dikutip dari <http://www.rumahfiqih.com/y.php?id=473> diakses 17 Januari 2022.
- Noor, Zulki Zulkifli, *Manajemen Pemasaran Stratejik Dilengkapi Dengan Kasus-Kasus Dalam Bidang Bisnis dan Sektor Publik Tahun 2016*, Yogyakarta: Deepublish.
- Pudjirahajo dan Nur Faizin Muhith, *Fiqh Muamalah Ekonomi Syariah*, Universitas Brawijaya Press, 2019.

- Qur'an Kemenag, Surah 3: Ali 'Imran dikutip dari <http://quran.kemenag.go.id/sura/3> pada 17 Januari 2021.
- Rahmawati, Ita, dkk, *Faktor Diskon Bonus pack dan in store Display serta pengaruhnya terhadap Pembelian Implusif*, Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020.
- Rinnanik dkk, *Ilmu Manajemen di Era 4.0*, Indramayu: CV. Adanu Abimata 2021.
- Rosinta, Wafiq Dwi, "Analisis Efektivitas Strategi Promosi Cashback dan Gratis Ongkir Dalam Meningkatkan Penjualan pada Merchant Shopee Food (Studi Kasus Merchant Shopee Food di Daerah Purwokerto)" *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. Kh. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2022.
- Sari, Nurfyana Narmia, dkk, dengan judul "Analisis Hukum Islam terhadap Cashback di Tokopedia" *J-HES Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol 5, No 2, 2021, hlm 126-138.
- Sari, Ovi Hamidah, dkk, *Manajemen Bisnis Pemasaran*, Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sarwat, Ahmad, *Fiqh Jual Beli*. Jakarta Selatan: Rumah Fiqh Publishing, 2018.
- Sauqi, Muhammad, *Fiqh Muamalah*, Banyumas: CV.Pena Persada, 2020.
- Semiawan, Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Grasindo.
- Sholihin, Ahmad Ifham, *Ekonomi Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Sidiq, Umar, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, Ponorogo: CV Nata Karya 2019.
- Soemitra, Andri, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, Jakarta: Prenadamedia Group 2019.
- Suka, Enda Aulia Akbar Ginting, dkk, "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan" *Jurnal Network Media*, Vol. 2 No. 2, hlm, 2019.
- Suwartini dan Sumiyati, *Produk Kreatif Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga* Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2021.
- Tuasikal, Muhammad Abduh, Melariskan Dagangan dengan Pencitraan, dikutip dari <https://muslim.or.id/21448-melariskan-dagangan-dengan-pencitraan.html> pada 20 Januari 2022.

Utomo, Kurniawan Prambudi, dkk, *Dasar Manajemen dan Kewirausahaan*, Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.

Wawan Suwendra, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial Pendidikan kebudayaan dan Keagamaan*, Bali: Nilacakra 2018.

Wikipedia. *Indomaret Jaringan Minimarket Indonesia*. dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Indomaret>. Diakses 18 November, 2021.

LAMPIRAN PENELITIAN

Lampiran 1: Dokumentasi

Gambar 1: Foto Dokumentasi Promo *Discount* dan *Cashback* Indomaret Simo di Jl. Madu, RT 12 / RW 01 Simo Baru, Kelurahan Simo Baru, Kecamatan Simo.







Gambar 2 : Wawancara bersama Supervisor Indomaret Area Simo (Bapak Windarto)



Gambar 3 : Wawancara bersama Kepala Toko Indomaret Simo di Jl. Madu, Kelurahan Simo Baru, Kecamatan Simo. (Bapak Marjoko)



Gambar 4 : Wawancara bersama Silvi Nirmala Putri, konsumen pengguna/member Indomaret Poinku



Gambar 5 : Wawancara bersama Ulfa Indriyana, konsumen yang pernah melakukan pembayaran transaksi di Indomaret dengan kartu debit bank.



Lampiran 3: Hasil Wawancara

Pewawancara : Rhima Andaretha

Narasumber :

1. Bapak Windarto Supervisor Indomaret Area Simo.
2. Pak Marjoko, Kepala Toko Indomaret Simo Jl. Madu, Kelurahan Simo Baru, Kecamatan Simo.
3. Beberapa Konsumen Indomaret :
 - a. Pengguna/member Indomaret Poinku.
 - b. Konsumen pengguna kartu debit Bank.

Waktu : (Menyesuaikan Narasumber)

Tempat : Minimarket Indomaret Simo, beralamat di Jl. Madu RT 12/RW 1, Kelurahan Simo Baru, Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali

(Wawancara dengan Bapak Windarto Supervisor Indomaret Area Simo)

Rhima : Perkenalkan saya Rhima Mahasiswi UIN Raden Mas Said Surakarta yang mau meminta izin untuk penelitian di Indomaret ini. Sebelumnya nama bapak siapa pak?

Windarto : Ya mbak silahkan, Saya Windarto.

Rhima : Bapak menjabat sebagai Supervisor Indomaret Area Simo?

Windarto : Iya mba. Saya Supervisor Indomaret Area Simo.

Rhima : Disini saya ingin bertanya mengenai promo-promo discount dan cashback dalam transaksi yang dilakukan di Indomaret pak, jenis promo discount apa saja pak yang diberikan kepada konsumen?

Windarto : Kalau jenis promo discount Indomaret memberikan jenis yang bermacam-macam dan diberi nama seperti Super Hemat, hanya 3 hari, PTW (Product of The Week), Harga Heboh, Promosi Bulan Ini, Tebus Murah. Tapi masing-masing punya ketentuan potongan harga yang berbeda-beda.

- Rhima : Perbedaan yang seperti apa saja untuk masing-masing jenis promo discount tersebut?
- Windarto : Kalau promo Super Hemat, hanya 3 hari masa berlakunya sama hanya 3 hari, kalau PTW (Product of The Week) dan harga heboh berlaku 7 hari, Promosi Bulan Ini berlaku 15 hari, dan untuk promo tebus murah berlaku sampai ketersediaan barang istilahnya menghabiskan produk tersebut.
- Rhima : Untuk syarat jumlah minimal belanja biasanya kisaran berapa jumlahnya pak?
- Windarto : Setiap bank berbeda-beda mba, ada yang minimala belanja Rp.100.000, ada yang minimal belanja Rp.150.000 dan ada jugayang minimal belanja Rp. 300.000.
- Rhima : Kalau untuk syarat pembayaran dengan menggunakan dompet digital ketentuannya seperti apa pak?
- Windarto : Kalau syarat yang dengan menggunakan dompet digital tidak ada syarat minimal jumlah belanja, tapi diberikan melalui cashback atau pengembalian yang langsung diberikan setelah transaksi selesai. Pengembalian akan masuk ke saldo dompet digital tersebut mba.
- Rhima : Kalau cashback yang diberikan itu berupa apa saja pak?
- Windarto : Kalau cashback berupa poin, stamp, dan i-kupon, khusus untuk pengguna/member Indomaret Poinku.
- Rhima : Kalau untuk syarat dan ketentuan dalam transaksi apa saja pak untuk bisa mendapatkan discount dan cashback tersebut?
- Windarto : Dalam setiap jenis promo diskon diberikan semua diberikan syarat yang hampir sama seperti syarat jumlah pembelian produk, misal produk ini jika membeli 2 atau 3 akan mendapat discount dan cashback berupa poin, stamp, maupun i-kupon. ada juga syarat jumlah minimal belanja dengan menggunakan kartu debit bank dan domper digital tertentu, syarat tersebut nanti bisa digunakan untuk mendapatkan discount pada pembelian produk tertentu.
- Rhima : Bagaimana mengenai ketentuan pada cashback poin pak?
- Windarto : Poin yang didapat jumlahnya bervariasi pada setiap Merchant rekanan atau mitra Indomaret Poinku. Poin yang diberikan oleh konsumen atau pengguna Indomaret Poinku berjumlah variasi mulai dari ratusan, hingga ribuan. Poin tersebut dapat digunakan oleh

konsumen untuk melakukan pembelian produk pada waktu mendatang, dan juga dapat ditukarkan dengan i-kupon diskon.

- Rhima : Kalau cashback yang berupa stamp ketentuannya seperti apa pak?
- Windarto : Pemberian stamp ini berlaku untuk pembelian produk tertentu yang tertanda terdapat pemberian stamp, pada setiap pembelian produk hanyamendapat 1 stamp, dan selanjutnya bisa dikumpulkan untuk bisa mendapatkan penukaran pembelian produk tertentu.
- Rhima : Kalau i-kupon bagaimana ketentuannya pak?
- Windarto : Kalau i-kupon itu bukan dari pembelian produk tapi penukaran dari poin dengan jumlah tertentu, i-kupon itu berisi diskon pada produk tertentu.
- Rhima : Apakah untuk poin, stamp dan i-kupon tersebut ada masa berlakunya pak?
- Windarto : Ada, kalau poin itu berlaku selama 1 periode yaitu 1 tahun, jadi setiap akhir tahun atau tanggal 31 Desember semua poin akan hangus, dan nominal poin akan berjumlah 0 kembali. Kalau stamp masa berlakunya sesuai dengan periode masa promosi produk yang sedang berlangsung. Kalau i-kupon, selambat-lambatnya 1 bulan sejak periode promo berakhir, dan i-kupon tidak bisa diuangkan.
- Rhima : Bagaimana cara pembuatan member Indomaret Poinku pak?
- Windarto : Kalau untuk pendaftaran member bisa dilihat sendiri didalam aplikasi sudah ada tuntunan cara mendaftarnya beserta syarat dan ketentuannya sudah dijelaskan didalam aplikasi dan tidak dipungut biaya dalam pembuatan member.
- Rhima : Bagaimana cara penggunaannya untuk mendapatkan promo pada transaksi pak?
- Windarto : Dalam penggunaan aplikasi Indomaret Poinku ini, cara menggunakannya dalam setiap transaksi belanja bagi para pengguna yang telah menjadi member Indomaret Poinku cukup dengan membuka aplikasi Indomaret Poinku, selanjutnya menunjukkan QR Code kepada kasir, selanjutnya konsumen akan mendapatkan promo khusus pada produk yang tertanda terdapat promo cashback berupa poin, stamp, maupun i-kupon.

- Rhima : Apa saja perbedaan pemberlakuan promo antara konsumen pengguna/member Indomaret Poinku dan konsumen yang bukan pengguna/member Indomaret Poinku Pak?
- Windarto : Tentunya kalau bukan sebagai member Indomaret Poinku konsumen tersebut tidak bisa mendapatkan promo cashback poin, stamp, ataupun i-kupon, tapi masih bisa mendapatkan promo discount yang tanpa melibatkan akun pengguna Indomaret Poinku.
- Rhima : Bagaimana cara menarik konsumen yang belum menjadi member Indomaret Poinku agar tertarik dan mau menjadi member Pak?
- Windarto : Kami menugaskan untuk seluruh karyawan dalam retail untuk selalu melakukan penawaran kepada konsumen pada saat transaksi terutama saat dalam pembayaran di kasir, dan menjelaskan promo promo menarik bagi konsumen yang masih awan atau belum tau tentang keuntungan member Indomaret poinku.
- Rhima : Apakah semua brosur katalog yang diposting di akun media sosial resmi Indomaret berlaku juga promosinya di di retail Indomaret ini pak?
- Windarto : Iya, berlaku semua, untuk semua yang berlaku di wilayah jawa,.
- Rhima : Untuk semua nama jenis promo dan cashback pak?
- Windarto : iya semua berlaku.

(Wawancara bersama Bapak Marjoko Kepala Toko Indomaret Simo)

- Rhima : Mohon maaf bapak mengganggu waktunya, Saya ingin mewawancarai bapak selaku kepala toko Indomaret Simo, sebelumnya nama bapak siapa pak?
- Marjoko : Ya mbak silahkan, Saya Marjoko
- Rhima : Sebelumnya tadi Saya sudah mewawancarai pak Windarto selaku Supervisor Indomaret Area Simo mengenai, Saya bertanya mengenai *discount* dan *cashback* melalui promo untuk para konsumen baik member Indomaret Poinku ataupun bukan member, bagaimana cara karyawan Indomaret untuk memperkenalkan promo-promo pada konsumen pak?
- Marjoko : Untuk memberitahu promo pada konsumen melalui brosur yang biasanya di pasang pada produk yang sedang ada promo, selain itu

karyawan yang sedang berposisi sebagai kasir langsung menawarkan promo pada konsumen pada saat pembayaran belanja.

Rhima : Bagaimana cara kasir untuk menawarkan penggunaan member bagi konsumen yang belum menjadi member Indomaret Poinku pak?

Marjoko : Biasanya dilakukan saat transaksi pembayaran, setelah semua produk yang dibeli selesai di barcode, kasir menanyakan kepada pelanggan “ada member pak/bu/mas/mba?”, kalau bagi konsumen yang belum menjadi member ditawarkan “mau buat membernya sekalian pak/bu/mas/mba?”, seperti itu mba.

Rhima : Seberapa banyak kinsmen yang langsung tertarik terhadap pembuatan member Indomaret Poinku pak?

Marjoko : Kebanyakan anak-anak muda tapi juga ada yang bapak-bapak ataupun ibu-ibu yang sudah paham sebelumnya dengan keuntungan yang didapat bagi pengguna member, jadi mereka langsung membuat member Indomaret Poinku.

Rhima : Kalau untuk jenis promo, promo yang mana pak yang sering diminati oleh konsumen di retail Indomaret ini?

Marjoko : Hampir semua diminati oleh konsumen karena semua produk diletakkan di tempat yang berdekatan dengan keterangan jenis promosi yang berbeda-beda yang diinformasikan dalam brosur yang dipasang didekat produk, semua jenis promo *Super Hemat, Hanya 3 Hari, PTW, Harga Heboh, PBI, Tebus Murah*, semuanya sama-sama banyak diminati konsumen karena hampir sama bentuk promonya hanya beda penyebutan nama promo. Tetapi untuk promo yang terdapat syarat pembelian minimal jumlah belanja dengan menggunakan kartu atm bank tertentu maupun dompet digital peminatnya tidak tidak begitu banyak.

Rhima : Kalau untuk *cashback* point, stamp, dan i-kupon yang paling banyak diminati *cashback* yang mana pak?

Marjoko : Kalau untuk *cashback* yang paling banyak diminati yaitu *cashback* point karena mungkin persyaratannya yang mudah dan hanya dengan pembelian produk seperti makanan minuman dll, sedangkan stamp hanya terdapat pada produk tertentu yaitu produk susu, galon. Kalau untuk i-kupon tidak seterusnya diberlakukan karena pada waktu tertentu saja tapi juga banyak konsumen yang

berminat karena bisa mendapatkan i-kupon yang berisi voucher diskon.

(Wawancara bersama Silvi Nirmala Putri, konsumen pengguna/member Indomaret Poinku)

Rhima : Perkenalkan saya Rhima Mahasiswi UIN Raden Mas Said Surakarta yang meminta pendapat mbak mengenai promo-promo Indomaret khusus member Indomaret Poinku, sebelumnya nama mbak siapa?

Silvi : Saya Silvi mbak

Rhima : Sudah berapa lama menjadi member Indomaret Poinku mbak?

Silvi : Kurang lebih satu tahun setengah mbak.

Rhima : Apa yang membuat Anda berminat untuk menjadi member Indomaret Poinku mbak?

Silvi : Karena dulu sering setiap belanja ditawarkan sama kasir nya, ada member atau tidak, lalu saya tanya keuntungan member apa, dan saya juga lihat di media sosial resmi Indomaret banyak brosur atau katalog yang di posting dan banyak keuntungan untuk member mbak, jadi saya langsung buat membernya.

Rhima : Dari promo cashback poin, stamp dan i-kupon, apakah semua cashback tersebut pernah didapatkan mbak?

Silvi : Kalau stamp dan i-kupon jarang mbak, Cuma sekali dua kali aja pernah dapat, tapi yang sering saya dapat itu poin. Karena sering belanja yang tertanda promo cashback poinnya.

Rhima : Sudah berapa kali melakukan penukaran poin mbak?

Silvi : Sudah 2 kali penukaran mba, ditukar sama i-kupon yang isinya diskon pembelian produk.

Rhima : Bagaimana menurut Anda mengenai syarat dan ketentuan promo bagi pengguna/member Indomaret Poinku mbak? Apakah ada syarat yang sedikit memberatkan?

Silvi : Buat syarat dan ketentuan saya kira gak memberatkan mbak, soalnya Saya juga merasakan keuntungan menjadi member Indomaret Poinku. Terutama bisa dapet potongan harga dari pencapaian poin yang sudah dikumpulkan.

(Wawancara bersama Ulfa Indriyana, konsumen yang pernah melakukan pembayaran transaksi di Indomaret dengan kartu debit bank)

Rhima : Perkenalkan saya Rhima Mahasiswi UIN Raden Mas Said Surakarta yang meminta pendapat mbak mengenai promo-promo Indomaret khusus pengguna kartu debit bank tertentu, sebelumnya nama mbak siapa?

Indri : Saya Indri mbak

Rhima : Sudah berapa kali mba melakukan transaksi pembelian menggunakan kartu debit bank di Indomaret?

Indri : Tidak ingat mbak, tapi tidak begitu sering.

Rhima : Pernah mendapatkan promo potongan harga saat transaksi dengan kartu debit bank mbak?

Indri : Pernah mbak

Rhima : Pernah melakukan minimal jumlah belanja untuk mendapatkan suatu promo mba?

Indri : Pernah mbak, tapi tidak sering juga, karena hanya ketika saya membutuhkan untuk membeli kebutuhan sehari-hari/kebutuhan bulanan yang bisa mencapai jumlah minimal belanja, dan nantinya bisa mendapatkan promo diskon produk tertentu.

Rhima : Untuk syarat promo tersebut menurut Anda apakah merasa sedikit diberatkan atau tidak mbak?

Indri : Menurut saya tidak mbak, karena saya juga belanja sesuai kebutuhan tidak setiap hari belanja, dan belanja hanya untuk yang dibutuhkan. Kebetulan ada promo seperti syarat minimal belanja menurut saya saya bisa mendapatkan keuntungan dengan promo tersebut.

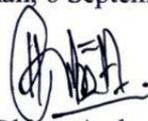
Lampiran 4: Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Rhima Andaretha
2. NIM : 182111160
3. Tempat, Tanggal Lahir : Boyolali, 23 September 2000
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Candi 004/002, Gunung, Simo, Boyolali.
6. Nama Ayah : Joko Mulyono
7. Nama Ibu : El Fadhilah
8. Riwayat Pendidikan :
 - a. SD Negeri Sudimara Timur 05 Ciledug, Tangerang, Banten Lulus Tahun 2012.
 - b. SMP Negeri 1 Simo, Boyolali Lulus Tahun 2015.
 - c. SMA Negeri 1 Simo, Boyolali Lulus Tahun 2018.
 - d. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Masuk Tahun 2018.

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Boyolali, 6 September 2023



Rhima Andaretha