

## **Transaksi Jasa pada Aplikasi Penghasil Cashback dalam Perspektif KHES dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik**

**Naila Salsabila Bahiyati,**  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
[naisabila98@gmail.com](mailto:naisabila98@gmail.com)

**Faishal Agil Al Munawar**  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
[faishalagilalmunawar@uin-malang.ac.id](mailto:faishalagilalmunawar@uin-malang.ac.id)

### **Abstrak:**

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui transaksi jasa dalam Aplikasi Shopback, menganalisis fenomena hilangnya Cashback menurut UU ITE dan KHES. Jenis penelitian empiris, sumber data yang digunakan adalah primer, sekunder, tersier yang sesuai, metode pengumpulan data dengan kuesioner, wawancara dan dokumentasi, kemudian data diolah untuk pengambilan kesimpulan. Hasil dari artikel ini menunjukkan bahwa transaksi jasa pada aplikasi Shopback sesuai dengan UU ITE dan KHES terpenuhinya syarat sah dalam transaksinya, hukum dari transaksi ini sah, tetapi bisa menjadi fasad bila pihak pengguna aplikasi belum cakap hukum. 56,5% responden telah melakukan S&K tetapi tetap mengalami Cashback hilang, Penerimaan Cashback memerlukan validasi yang lama dan tidak diberitahukan alasan pasti hanya kemungkinan pelanggaran yang dilakukan pengguna, sehingga menyulitkan pengguna untuk membuktikan dan melaporkan hilangnya Cashback. Disebabkan tidak dapat terpenuhinya asas itikad baik yaitu kejujuran dalam membuat kontrak, adanya faktor yang kurang sesuai yaitu pihak Shopback tidak menjelaskan bagaimana dan apa yang menjadikan sebuah transaksi ditolak.

**Kata Kunci:** Shopback; Transaksi Jasa; Cashback.

### **Pendahuluan**

Seiring dengan perkembangan zaman dan modernitas, Indonesia telah mengalami banyak perubahan dan kemajuan, seperti perkembangan teknologi digital, pendidikan, budaya, politik, dan ekonomi. Terlebih dalam aspek ekonomi dan teknologi yang telah mengalami kemajuan pesat dan mayoritas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat lepas dari kegiatan ekonomi tersebut. Dalam hal ini misalnya pemasaran suatu perusahaan berupa produk maupun jasa.<sup>1</sup> Perkembangan digital dan ekonomi yang berkesinambungan adalah dengan adanya berbagai aplikasi-aplikasi baru yang dapat menghasilkan uang atau menghasilkan sebuah keuntungan bagi penggunanya hanya dengan menggunakan *smartphone* dan internet saja, yaitu dengan aplikasi penghasil

---

<sup>1</sup> Nova Yulinda BR Barus, "Kajian Hukum Pemberian Cashback Dalam Bentuk Poin Kepada Konsumen Atas Transaksi Daring Yang Mengandung Unsur Gharar"(Undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara ,2020). <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/11247>.

uang. Satu yang paling banyak diminati orang adalah aplikasi penghasil uang dengan berbelanja biasa disebut *e-commerce* yang dapat menghasilkan keuntungan mulai dari diskon sampai *cashback*, yang dimaksud *e-commerce* merupakan bentuk kemajuan teknologi dalam bisnis yang menggabungkan mekanisme tradisional dan digital. *E-commerce* untuk transaksi bisnis berbasis individu atau perusahaan didorong sebagai media pertukaran barang, jasa, dan informasi antara dua institusi (*business-to-business*) dan konsumen langsung (*business-to-consumer*). Singkatnya, *e-commerce* saat ini dapat dilihat sebagai alternatif untuk melakukan transaksi komersial yang memuat solusi dalam bentuk yang nyaman, yang merupakan masalah utama.<sup>2</sup> Sedangkan yang dimaksud dengan Cashback sendiri merupakan salah satu bentuk *cash reward* atau bisa juga berupa poin yang didapat seseorang setelah membeli barang atau jasa di suatu perusahaan. Atau dapat disebut bentuk potongan harga jual untuk pelanggan yang perlakuannya dibelakang, dan dalam bentuk sejumlah rupiah. Perlakuan potongan dibelakang maksudnya setelah pembelian melakukan pembayaran tunai ataupun *down payment* (untuk pembelian kredit) dan kadang disertai syarat tertentu.<sup>3</sup>

Berbeda dengan aplikasi pembelian lainnya, aplikasi shopback sendiri tidak memiliki barang yang di jual, melainkan memasarkan berbagai *e-commers* di dalamnya (aplikasi yang menawarkan jasa). Dalam Undang-Undang ITE mengatur mengenai berbagai macam bentuk transaksi yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik, tidak terkecuali segala aplikasi yang memuat di dalamnya sebuah transaksi jasa. Dalam memanfaatkan sebuah teknologi elektronik harus berlandaskan atas beberapa asas agar terhindar dari berbagai kerugian dan kecurangan dari kedua belah pihak. Salah satunya asas itikad baik. Asas itikad baik ini juga terdapat di dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Pasal 3 yang menyebutkan bahwa “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, itikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.” Itikad baik sudah ada sejak fase prakontrak dimana para pihak memulai melakukan negosiasi hingga mencapai kesepakatan dan fase pelaksanaan kontrak. Namun dalam kenyataannya itikad baik seseorang sulit diterka, karena itikad baik merupakan keadaan batiniah seseorang yang tidak bisa dilihat secara kasat mata.

Dalam jual beli konvensional proses jual beli dilakukan secara langsung, lebih mudah untuk mengetahui apakah masing-masing pihak sama sekali memiliki itikad baik. Sedangkan dalam jual beli online pihak penjual atau yang melakukan usaha akan memperlihatkan barang yang akan dijualnya melalui jejaring sosial maupun media lainnya yang dapat digunakan secara online. Asas itikad baik dalam perundang-undangan, diartikan dengan asas yang diakui oleh pihak-pihak dalam melaksanakan transaksi berbentuk elektronik, tidak ada hak atau melawan hukum yang akan menimbulkan kerugian bagi pihak lainnya.<sup>4</sup> Asas itikad baik juga diatur dalam pasal 21 KHES yaitu prinsip ini berarti bahwa para pihak dalam perjanjian harus melaksanakan

---

<sup>2</sup> Ilham Abdi Perwira, “E-Commerce Dalam Hukum Bisnis Syariah,” *Az Zarfqa*, vol. 12 no. 2 (2020): 4. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/azzarfqa/article/view/2150>.

<sup>3</sup> Hafilah Nindya Pangesti, “Praktik Jual Beli Rekeyasa Untuk Mendapat Cashback Di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah” (IAIN Purwokerto, 2019).

<sup>4</sup> Rafni Suryaningsih Harun, Weny A. Dunga, dan Abdul Hamid Tome, “The Implementation Of Good Faith Principle In Online Transactions,” *jurnal legalitas*, vol 12 no. 2 (2019): 92. <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/JL/article/view/5796>.

isi substantif dari kontrak atau pencapaian untuk mencapai tujuan perjanjian atas dasar kepercayaan atau keyakinan yang kuat dan niat baik dari kedua belah pihak. Tidak diperbolehkannya dalam sebuah perjanjian terdapat usur kecurangan maupun jebakan.

Dalam praktiknya, penerapan asas dan pasal-pasal di atas yang termuat dalam UU ITE dan KHES dirasa masih kurang sesuai dengan yang terjadi dalam aplikasi shopback, disini dalam penerimaan Cashback yang di dapatkan saat melakukan transaksi di aplikasi shopback dapat di lihat di halaman awal atau beranda Shopback, banyak di keluhkan oleh pengguna aplikasi, bahwasannya cashback yang mereka dapatkan berkurang seiring berjalannya waktu, masa validasi yang berlangsung lama yaitu kurang sampai lebih dari 120 hari, membuat pengguna tidak memperhatikan cashback mana yang ditolak dan diterima oleh aplikasi ini, tetapi merasa saldo cashback mereka kian berkurang. Dalam memutuskan menerima atau menolak cashback pengguna, memang pihak Shopback membutuhkan waktu yang lama guna memverifikasi transaksi tersebut benar sudah selesai ataupun belum. Dirasa cara ini sudah tepat agar orang yang berhak mendapatkan dan yang tidak berhak bisa tersaring, tetapi banyak pengguna yang merasa sudah melakukan syarat dan ketentuan yang tertera tapi cashback tetap saja ditolak oleh pihak shopback, dan keterangan bahwa cashback tersebut ditolak sangat minim informasi, sehingga pengguna tidak mengetahui alasan mengapa cashback tersebut ditolak. Hal ini menyulitkan pengguna untuk *complain* kepada pihak shopback.

Ketidakjelasan informasi terkait ditolaknya cashback pengguna menimbulkan ketidak relaan dari para pengguna aplikasi ini, hal yang harus di perhatikan dalam sebuah perjanjian atau akad adalah terpenuhinya hak dan kewajiban masing-masing pihak tanpa ada pihak yang melanggar haknya, cacat pada kontrak dalam fikih mu'amalah di akibatkan karena tidak terpenuhinya unsur suka rela antar pihak pihak yang bersangkutan, hal-hal yang dapat merusak akad antara lain tidak terpenuhinya syarat, rukun, serta jika terjadinya paksaan, kekeliruan, penipuan, pemalsuan, dan tipu muslihat. Para pengguna aplikasi shoback kerap merasa telah memenuhi syarat dan tatacara guna mendapatkan cashback akan tetapi cashback kerap ditolak tanpa adanya penjelasan akan letak kesalahan pengguna.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ainatur Ropi'ah yang melakukan penelitian dengan objek yang sama yaitu Aplikasi Shopback, yang melakukan analisis transaksi perolehan cashback yang ada di shopback menurut fiqih mu'amalah. Hasil dari penelitian ini adalah transaksi tersebut dapat dikategorikan sebagai akad Ju'alah dan akad samsarah, hukumnya sah.<sup>5</sup> Sedangkan yang membedakan dengan artikel ini, lebih berfokus dalam analisis transaksi jasa yang terjadi dalam aplikasi Shopback terlebih dalam fitur-fitur di dalamnya dengan perspektif UU ITE dan KHES, serta meneliti fenomena kehilangan cashback yang banyak dikeluhkan oleh banyak pengguna aplikasi.

### **Metodologi Penelitian**

Artikel ini menggunakan jenis penelitian empiris yaitu penelitian lapangan,<sup>6</sup> yang dilakukan pada Komunitas Shopback Indonesia yang ada di Facebook. Pendekatan

---

<sup>5</sup> Ainatur Ropi'ah, Mohammad Ali Hisyam, "Perolehan Cashback Menggunakan Layanan Shopback Menurut Fiqih Mu'amalah," *Jurnal Sarjana Hukum Bisnis Syariah*, vol 1 no. 1 (2020): 2. <https://repository.unugiri.ac.id/eprint/890/3/BAB%201>.

<sup>6</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media, 2013), 128.

penelitian pada artikel ini yaitu yuridis sosiologis yakni penelitian yang dilaksanakan dengan melihat keadaan nyata di lingkungan masyarakat dengan tujuan untuk mendapatkan keterangan yang benar dan kemudian menuju ke tahap identifikasi dan menuju penyelesaian masalah.<sup>7</sup> Sumber data dari artikel ini berupa data primer yang berasal dari wawancara dan dokumentasi yang dilakukan dengan membagikan kuesioner dalam bentuk *googleform* kedalam komunitas Shopback Indonesia. Data sekunder diperoleh dari buku, makalah, jurnal, hukum terkait yaitu Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Kitab Hukum Ekonomi Syariah, artikel, internet, dan teori hukum Islam dan buku Fiqih Mu'amalah. Data tersier diperoleh dari kamus besar bahasa Indonesia, kamus bahasa Inggris dan kamus bahasa Arab, Qur'an Terjemahan, Kamus Tokopedia.

Subjek wawancara atau informan yang dipilih yaitu pengguna Shopback yang terhimpun dalam komunitas shopback indonesia di facebook yang pernah mengalami fenomena kehilangan cashback. Lokasi penelitian dilakukan disebuah komunitas pengguna cashback yang bernama "SHOPBACK INDONESIA" yang mana komunitas ini berada dalam sosial media Facebook. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang akan di bagikan dalam Komunitas Shopback Indonesia yang mana semua orang dan anggota dapat mengisinya yang mana dari data tersebut akan disortir dan kemudian akan dipilih beberapa responden yang bersedia untuk diwawancarai lebih lanjut wawancara ini dilakukan secara online dengan menggunakan aplikasi google form menggunakan teknik purposive random sampling, terkait fenomena kehilangan cashback. Wawancara disini dilakukan sesuai dengan keinginan responden sehingga terpilihlah 3 responden yang dijadikan narasumber dan proses wawancaranya menggunakan angket google form dan juga ada dengan Video Call. Kemudian data diolah dengan cara pemeriksaan, klasifikasi, verifikasi, analisis data dan penarikan kesimpulan.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Analisis Transaksi Jasa dalam Aplikasi Shopback Perspektif Undang-Undang ITE dan KHES**

Dalam transaksi jual beli secara online, objeknya tidak bersifat nyata, hanya berupa gambar yang dijelaskan dengan spesifikasi tertentu, penjual dan pembeli pun tidak melakukan proses akad atau ijab qabul secara langsung.<sup>8</sup> E-commerce saat ini dapat dilihat sebagai alternatif untuk melakukan transaksi komersial yang memuat solusi dalam bentuk yang nyaman.<sup>9</sup> Dan sekarang telah terdapat Aplikasi yang memiliki kegunaan untuk memudahkan orang dalam berbelanja, terlebih Aplikasi tersebut menawarkan Cashback dan Promo lainnya.

Dalam peraktiknya segala kegiatan transaksi elektronik telah diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan dalam KHES pun telah mengatur mengenai akad. Begitu pula dengan transaksi yang dilakukan dalam aplikasi Shopback ini terkait dengan berbagai fiturnya. Dalam sebuah transaksi ataupun akad selain harus sesuai dengan undang-undang yang berlaku, juga harus sesuai dengan syari'at islam,

---

<sup>7</sup> Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Hukum*, (Bandung: CV Mandar Maju, 2008), 123.

<sup>8</sup> Retno Dyah Pekerti, Eliada Herwiyanti, "Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i," *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)*, vol 20 no. 02 (2018): 3.

<sup>9</sup> Ilham Abdi Perwira, *E-Commerce Dalam Hukum Bisnis Syariah*, 7.

hal-hal terkait rukun maupun syarat dari sebuah transaksi juga telah diatur dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yaitu:

Dalam pasal 22 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah adapun rukun akad yaitu: “pihak yang berakad; obyek; tujuan pokok; dan kesepakatan.” Menurut jumbuh rukun akad adalah: Adanya ‘Aqid atau pihak yang berakad, adanya Ma’qud ‘alaih atau objek yang diakadkan, Maudhu’ al-aqad atau tujuan dari pelaksanaan aqad, Shighat aqad merupakan ijab dan qabul.<sup>10</sup> Sedangkan dalam pasal 23 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah memuat terkait ketentuan pihak yang berakad: “Pihak-pihak yang berakad adalah orang perseorangan, kelompok orang, persekutuan, atau badan usaha; Orang yang berakad harus cakap hukum, berakal, dan tamyiz.” Sedangkan pasal 24 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah memuat mengenai ketentuan objek yang diperbolehkan untuk di akadkan, yaitu meliputi: “Obyek akad adalah amwal atau jasa yang diharamkan yang dibutuhkan oleh masing-masing pihak; Objek akad harus suci, bermanfaat, milik sempurna dan dapat diserahkan.” Dan yang diatur dalam pasal 25 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah ialah mengenai tujuan dari diadakannya sebuah akad yaitu: “Akad bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan pengembangan usaha masing-masing pihak yang mengadakan akad; Sighat akad dapat dilakukan dengan jelas, baik secara lisan, tulisan, dan/atau perbuatan.”

Dalam pelaksanaan atau melaksanakan sebuah akad atau transaksi haruslah memenuhi syarat maupun rukun yang telah diatur sesuai dengan syariat islam, maka dilakukanlah analisa terkait syarat serta rukun dari fitur-fitur dalam aplikasi Shopback. Analisis ini terfokus pada transaksi jasa yang terjadi diaplikasi Shopback perspektif UU ITE dan KHES. DiShopback terdapat banyak fitur di dalamnya antara lain:

#### *Merchant Pilihan*

Fitur ini juga disebut Merchant Populer, di dalamnya berisikan beragam *e-commerce* dan dikategorikan oleh Shopback, ada Fashion, Groceries, makanan, Umum dan masih banyak lagi. Fitur ini dibuat untuk memudahkan pengguna mencari *e-commerce* sesuai dengan kebutuhannya dan telah tertera pula besaran cashback yang akan diterima oleh pengguna. Shopback sebagai pihak penyedia jasa yang mengumpulkan banyak aplikasi berbelanja online disatu platform sehingga para pengguna dapat melihat dalam aplikasi apa yang paling banyak menguntungkan, perihal jasa ini menyerupai jasa periklanan atau promosi, yang berbeda adalah dengan adanya jasa ini memudahkan pengguna untuk memilih tempat perbelanjaan yang paling tepat.

Agar sebuah transaksi dapat dikategorikan sah, maka dibutuhkan penelaahan yang pertama mengenai pihak yang berakad, dalam fitur ini, pihak yang berakad adalah pengguna aplikasi perseorangan dengan pemberi jasa yaitu aplikasi Shopback. Disini yang menjadi objek dari akad pada fitur ini adalah sebuah jasa informasi yang hampir serupa dengan jasa promosi yang memberikan informasi mengenai aplikasi apa yang paling banyak menguntungkan karna pihak shopback telah mengumpulkan *merchant* mitranya dalam satu platform. Hal ini bukanlah sesuatu yang haram bahkan termasuk sesuatu yang bermanfaat.

---

<sup>10</sup> Syaikh, Ariyadi, dan Norwili, *Fikih Muamalah: Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer* (Yogyakarta: K-Media, 2020), 41-42.

### *Promo unggulan*

Fitur ini merupakan kumpulan dari berbagai program menarik yang teredia di Shopback dan telah dipisahkan sesuai dengan programnya seperti promo digital week, kupon special, traveling aman dan sebagainya. Dalam pelaksanaan fitur ini pengguna disuguhkan program-program unggulan yang ada dalam aplikasi ini, seperti promo mingguan, brand terbaik, games dan sebagainya, fitur ini berguna untuk mengajak serta menarik lebih banyak pengguna, dengan mengumpulkan beberapa *merchant* yang memiliki besaran cashback yang sama, atau mengumpulkan berbagai *merchant* yang berhubungan dengan transportasi atau travel. Hal ini jelas memudahkan pengguna untuk menggunakan atau memilih *merchant* yang paling sesuai dan menguntungkan tanpa perlu mencari sendiri satu-persatu.

### *Bandinkan Harga*

Fitur ini sangat menarik dikarenakan fitur ini membantu pengguna untuk mencari produk dengan harga terbaik dengan sangat mudah, yang mana disini pihak Shopback berperan sebagai pemberi jasa yang membantu pengguna untuk mengumpulkan produk serupa dari seluruh toko yang ada di dalam seluruh *merchant* sesuai kata kunci yang dicari oleh pengguna, cara penggunaannya pun mudah, yaitu pelanggan cukup klik “*search*” pada fitur bandingkan harga, kemudian cari barang yang diinginkan, setelah itu akan tersedia produk yang dicari dari berbagai macam *merchant* favorit yang tersedia, kemudian dapat diurutkan berdasarkan harga ataupun relevansi, setelah menemukan barang dengan harga terbaik selanjutnya klik barang, belanja dan bayar seperti biasa, dan cashback yang terekam akan masuk ke akun shopback.

**Gambar 1:** Fitur Bandingkan Harga



**Sumber:** Beranda Aplikasi Shopback

Dengan adanya fitur ini, maka telah terpenuhinya beberapa tujuan dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu penggunaan teknologi elektronik agar dalam pelaksanaan suatu kegiatan akan menjadi lebih mudah serta efisien.

### *Promo special Hari ini*

Dalam fitur ini umumnya menyediakan *brand* ataupun *merchant* yang menyediakan promo yang besar dan hanya tersedia dalam satu hari saja. Fitur ini juga tidak memiliki perbedaan signifikan dengan fitur-fitur sebelumnya, yang membedakan adalah promo yang ada dalam fitur ini tidaklah tersedia setiap hari akan tetapi hanya terjadi dalam satu hari saja. Disini pihak Shopback berperan sebagai penyedia jasa promosi bagi *merchant* yang memiliki promo special yang diselenggarakan hanya satu hari saja, dengan tujuan banyak pengguna yang mengetahui terkait promo yang

ditawarkan para *merchant* yang mengadakan promo special. Pihak yang berakad disini yaitu pihak Shopback yang mempromosikan serta memberi informasi kepada pengguna terkait promo special yang ada pada satu hari saja. Dan satu pihak lainnya adalah pengguna aplikasi Shopback.

### *Cashback*

Cashback merupakan penawaran yang diberikan oleh penjual kepada pembeli atas suatu pembelian barang atau jasa dimana pembeli memberikan presentase kembalian uang yang akan diterima oleh pembeli setelah membeli barang dengan memenuhi syarat tertentu.<sup>11</sup> Fitur utama yang ditawarkan shopback untuk para penggunanya adalah fitur Cashback. Cashback adalah hadiah atau bonus untuk pelanggan. Rasulullah ketika berdagang, beliau ketika berdagang pasti akan memberikan tambahan kepada pembeli setelah membeli barang jadi cashback juga merupakan bonus tambahan atau hadiah bagi pelanggan.<sup>12</sup> Fitur Cashback ini akan didapatkan oleh pengguna Shopack apabila telah melakukan pembelian di salah satu merchant yang telah tersedia melalui aplikasi Shopback, dan telah melalui masa validasi yang umumnya selama 75-120 hari, selain itu selama validasi pengguna dipastikan tidak melakukan kecurangan atau membatalkan pesanan. Dan jumlah yang akan didapatkan tergantung kepada ketentuan Shopback dengan *merchant*. Untuk setiap merchant yang ada besaran Cashbacknya berbeda. Cashback yang telah dikumpulkan dapat dicairkan dengan minimal 25.000 transfer bank atau pulsa.

Shopback disini adalah sebagai penyedia jasa promosi atau periklanan bagi para *merchant* mitra Shopback, dan pemberi informasi bagi pengguna, terkait promo atau keuntungan jika melakukan pembelian dalam setiap masing-masing *merchant*, yang mana jika pengguna aplikasi melakukan pembelian melalui jasa Shopback ini, maka pihak Shopback akan mendapatkan komisi dari merchant yang menggunakan jasa Shopback sebagai media promosi, dan Shopback akan membagikan beberapa persen dari komisi tersebut, sebagai imbalan dari pengguna Shopback yang telah berbelanja melalui aplikasi Shopback dalam bentuk Cashback.

Setelah paparan diatas terkait fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi Shopback, serta peranan Shopback dalam setiap fiturnya, yaitu 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. Maka disini dapat dilihat bahwasannya aplikasi ini sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu pasal 4, yang mana dalam pelaksanaan UU ITE memiliki manfaat antara lain:

“Menjamin kepastian hukum atas masyarakat; Menyokong kemajuan serta perkembangan perekonomian di Indonesia; Sebagai sebuah upaya untuk mencegah adanya kejahatan yang dilakukan dalam penggunaan teknologi informasi; Serta melindungi masyarakat pengguna jasa dengan memanfaatkan teknologi informasi.”

---

<sup>11</sup> Shovia Indah Firdiyanti, “Problematika Akad Mu’awadlah: Kajian Hukum Islam Pemberian Cashback Pada Transaksi Jual-Beli Online,” *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, vol 8 no. 2 (2021): 351. <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>.

<sup>12</sup> Febia Nisaul Chamsa, “Analisis Hukum Islam Terhadap Cashback Di Shopee,” *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol. 2 no. 12 (2022): 3891.

Dalam menggunakan Aplikasi Shopback yang digunakan untuk berbelanja, maka dari fitur-fitur diatas pula dapat dilihat telah terpenuhinya tujuan dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu untuk menerapkan teknologi elektronik dengan lebih efektif guna membantu masyarakat 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, hal ini sangat mendorong kemajuan perkembangan perekonomian di Indonesia kedalam level yang lebih tinggi.

Pihak yang berakad disini adalah pengguna jasa Aplikasi Shopback dan penyedia jasa yaitu Shopback. Objek dari akad yang dilakukan disini merupakan akad jasa yang memiliki tujuan untuk membantu pengguna Shopback mendapatkan pengalaman baru serta pilihan cerdas dalam berbelanja.<sup>13</sup> Objek jasa disini tidak termasuk jasa yang diharamkan, serta jasa ini juga membantu pengguna untuk mendapatkan kemudahan dan informasi yang menarik dan pastinya keuntungan dalam berbelanja, begitupun dengan Shopback yang akan mendapatkan banyak pengguna dan akan mendapatkan komisi dari *merchant* mitranya.<sup>14</sup> Sehingga objek akad disini sangat berguna, hal ini sesuai dengan ketentuan pasal 24 KHES. Selain itu, seperti yang tersurat dalam pasal 25 KHES, yaitu sebuah akad mestinya memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan perkembangan masing-masing pihak.

Untuk mengetahui sebuah akad dikatakan sah maka harus memenuhi beberapa syarat seperti yang tertulis dalam pasal 26 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah “Akad tidak sah apabila bertentangan dengan: a. syariat islam; b. peraturan perundang-undangan; c. ketertiban umum; dan/atau d. Kesusilaan.” Ada beberapa kategori dalam sebuah hukum akad seperti dalam pasal 27 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, hukum akad terbagi menjadi tiga kategori yaitu : “Pasal 27 Hukum akad terbagi ke dalam tiga kategori, yaitu: a. akad yang sah; b. akad yang fasad/dapat dibatalkan; c. akad yang batal/batal demi hukum.”

Dalam akad yang dilakukan dalam praktik jasa di Shopback, Jika dilihat dari pasal 26 KHES, sebuah akad akan menjadi sah apabila tidak bertentangan dengan syariat Islam, yang dimaksud dengan syariat Islam ialah, segala yang ditetapkan Allah untuk hamba-Nya berupa agama (dien) dari berbagai aturan.” Juga dapat ditafsirkan sebagai hukum yang ditetapkan oleh Allah baik melalui Al-Qur’an ataupun dengan Sunnah Nabi, baik perbuatan maupun perkataan. Jadi maksud dari Syariat itu sendiri mencakup semua aturan yang ada dalam Islam, termasuk Aqidah, Hukum, dan Akhlak.<sup>15</sup> Beberapa unsur yang dilarang saat bertransaksi yang berprinsip syariah yaitu ketika melakukan akad mengandung unsur riba yaitu kelebihan pokok hutang, yang mana kelebihan tersebut berasal dari selisih dalam jual beli. Selanjutnya Dzulm bisa

---

<sup>13</sup> Tanya Shopback “Begini Cara Menggunakan ShopBack, Supaya Belanja Dapat Cashback” Kata Shopback, 2020, diakses 20 Maret 2021 <https://www.shopback.co.id/katashopback/cara-menggunakan-shopback>.

<sup>14</sup> Tanya Shopback “ Memulai Shopback: Bagaimana Shopback mendapat uang?” diakses 9 April 2022 <https://support.shopback.co.id/hc/id/articles/360039458614-Bagaimana-cara-ShopBack-mendapatkan-uang-#:~:text=Tentang%20ShopBack>.

<sup>15</sup> Daud Rasyid, *Indahnya Syariat Islam* (Jakarta: Usamah Press, 2015), 11-12.

diartikan curang, atau menipu, yang ketiga Maysir atau disebut judi, Gharar segala transaksi dengan unsur yang tidak jelas, menipu atau perbuatan dengan tujuan merugikan orang lain. Yang terakhir haram atau segala hal yang diharamkan oleh Allah yang termaktub dalam Al-Qur'an dan Sunnah.

Hal diatas pun telah diatur dalam ayat 1 pasal 29 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah "akad yang disepakati dalam perjanjian, tidak mengandung unsur ghaiath atau khilaf, dilakukan di bawah ikrah atau paksaan, taghrir atau tipuan, dan ghubn atau penyamaran." Dalam melakukan transaksi pada aplikasi Shopback, tidak mengandung unsur riba, dikarenakan hasil keuntungan yang didapatkan oleh Shopback merupakan komisi yang diberikan atas jasanya mendatangkan pelanggan dengan cara membagikan informasi serta memberikan kemudahan dalam berbelanja, sedangkan Cashback yang didapatkan oleh pengguna aplikasi merupakan hadiah atau upah yang telah diperjanjikan dalam akad jika pengguna dapat melaksanakan misi perbelanjaan melalui Shopback, sebuah transaksi dapat dikatakan Dzulum apabila di dalamnya ada kecurangan, sedangkan transaksi dikatakan Gharar apabila di dalamnya mengandung unsur yang tidak jelas, tipu-menipu merugikan orang lain, jika dilihat dari praktiknya, selama Shopback benar-benar memberikan hak Cashback yang telah diperjanjikan kepada pengguna dan Cashback yang telah terkumpul benar-benar dapat digunakan, maka di dalamnya tidak termasuk mengandung unsur Gharar ataupun Dzulum.

Dalam melakukan transaksi agar mencapai akad yang sah juga harus terlepas dari unsur maysir atau judi, disini dalam penerimaan uang Cashback tidaklah termasuk dengan judi, dikarenakan Cashback yang didapatkan telah diperjanjikan sebelumnya, dan pengguna akan mendapat Cashback tersebut setelah melakukan tugas berbelanja dengan syarat dan ketentuan yang telah ditentukan, maka dari itu transaksi dalam Shopback ini tidak termasuk mengandung unsur Maysir, dan yang terakhir tidak mengandung sesuatu yang haram dalam objeknya, disini jasa yang diberikan oleh Shopback seputar jasa pemberi informasi, promosi, serta memberikan kemudahan dalam berbelanja melalui mesin pencarian, hal-hal tersebut bukanlah termasuk sesuatu yang haram atau dilarang bagi Syariat Islam.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa hukum akad terbagi menjadi tiga kategori, yaitu akad yang sah, fasad dan batal, hal ini dijelaskan lebih lanjut dalam pasal 28 Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah, yang berbunyi "(1) Akad yang sah adalah akad yang terpenuhi rukun dan syarat-syaratnya; (2) Akad yang fasad adalah akad yang terpenuhi rukun dan syarat-syaratnya, tetapi terdapat segi atau hal lain yang merusak akad tersebut karena pertimbangan maslahat (3) Akad yang batal adalah akad yang kurang rukun dan atau syarat-syaratnya."

Jika melihat kategori akad diatas, akad yang sah, merupakan akad yang terpenuhi rukun dan syaratnya, disini subjek akadnya adalah antara pengguna Shopback perseorangan dengan pihak aplikasi Shopback. Sedangkan objek akad dalam transaksi ini merupakan jasa informasi serta jasa pemberi bantuan guna mencapai kemudahan dalam berbelanja, hal ini bukanlah hal yang diharamkan, serta antara kedua pihaknya saling membutuhkan, yaitu pihak shopback yang membutuhkan pengguna aplikasi untuk menggunakan jasanya agar Shopback mendapatkan komisi dari *merchant*, dan pengguna yang membutuhkan informasi terkait promo dan bantuan mencari barang yang setimpal dan menguntungkan untuk dibeli. Mengenai tujuan dari akad juga diharuskan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan pengembangan usaha keduanya, dilihat disini dalam melakukan pembelian di Shopback, pengguna tidak hanya membeli

sesuatu yang diinginkan saja, akan tetapi juga sesuatu yang dibutuhkan, kenapa memilih menggunakan jasa Shopback dikarenakan akan lebih memudahkan dan lebih menguntungkan dibandingkan membeli langsung dari sebuah *e-commerce*.

Dari menawarkan jasanya pula, pihak Shopback akan mendapatkan komisi dari mitranya. Mengenai Shighatnya disini dilakukan secara tertulis dan perbuatan, memang kedua pihak tidak saling bertemu, akan tetapi dengan pengguna melakukan persetujuan (klik centang) saat pembuatan akun, maka hal itulah yang menjadi Shighat bagi keduanya. Jika dilihat dari penjabaran ini, maka kategori akad dari tranaksi ini adalah termasuk akad yang sah.

Jika dilihat dari ketentuan diatas memang akad dari aplikasi ini tergolong 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 seperti yang diatur dalam ayat 2 pasal 23 KHES yang mensyaratkan bagi pihak yang berakad haruslah cakap hukum, berakal dan Tamyiz. Hal ini bisa saja terjadi dalam pelaksanaan akad, dikarenakan mengingat dalam melaksanakan Shighat akad tidaklah dilakukan secara tatap muka melainkan secara online dengan tertulis dan perbuatan, terlebih dalam aplikasi Shopback tidak dibatasi umur penggunanya saat membuat akun, maka dari itu walaupun anak dibawah umur masih bisa menjadi pihak yang berakad dalam transaksi ini, dan apabila itu terjadi maka akad ini menjadi akad dengan kategori Fasad.

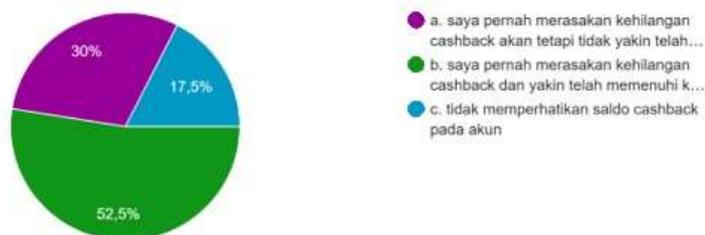
### **Analisis Penerapan Asas-Asas Akad atas Fenomena Kehilangan Cashback dalam Aplikasi Shopack Perspektif UU ITE dan KHES**

Jika dilihat dari transaksinya proses transaksi yang terjadi dalam aplikasi shopback, Shopback menawarkan banyak keuntungan dengan banyaknya Promo, Voucher, Cashback, Diskon serta kode kupon agar dapat menarik lebih banak pengguna baru sembari membantu mempromosikan *merchant-merchant* yang bergabung di dalamnya. Mengenai praktik transaksi yang terjadi dalam aplikasi Shopbak adalah sebagai berikut pertama, buka aplikasi Shopback, pilih merchant yang akan digunakan untuk belanja, bisa merchant favorit ataupun yang memiliki paling banyak penawaran terbaik, setelah memilih lalu berbelanja seperti biasa, contohnya merchant Shopee, setelah memilih Shopee maka langsung terarahkan ke dalam aplikasi Shopee, CheckOut dan lakukan pembayaran, selanjutnya dalam kurun waktu 2x24 jam paling lambat, Cashback dari pembelanjaan akan masuk atau terlacak dalam akun Shopback. Selanjutnya menunggu masa validasi sekitar 90-120 hari, setelah tervalidasi saldo Cashback dapat dicairkan dalam bentuk pulsa minimal 25.000 dan transfer bank 50.000.

Cashback hilang merupakan fenomena yang sering terjadi bagi para pengguna aplikasi Shopback, hal ini dapat dilihat dari banyaknya keluhan dalam penilaian aplikasi Shopback yang berada di Google Play Store.

**Gambar 2:** Diagram fenomena kehilangan Cashback

2. Apakah anda pernah mengalami kehilangan cashback (cashback di tolak dan cashback kian lama kian berkurang) ? apakah anda yakin telah melakukan syarat ketentuan di aplikasi?  
40 jawaban



**Sumber:** Hasil Kuesioner

Dalam hasil dari penilaian kuesioner diatas, setelah mendapatkan jawaban maka hasilnya adalah sebanyak 56,41% pernah mengalami kehilangan cashback dan sebanyak 21 orang. Sedangkan 12 orang (30%) responden mengalami kehilangan cashback tetapi tidak begitu yakin telah melakukan sesuai syarat dan ketentuan dalam aplikasi.

Dalam proses penerimaan Cashback dalam aplikasi Shopback memerlukan waktu yang tidak sebentar yaitu 90-120 hari, dalam waktu validasi ini sangat lama sehingga menyulitkan pengguna untuk mengecek atau mentracking aktivitas cashback. Ketika terjadinya Cashback ditolak Shopback menyediakan fitur “Laporkan Missing Cashback” setelahnya mengisi form Cashback yang ditolak akan diminta data “Toko” dan “Tanggal Pembelian” akan tetapi dalam proses validasi Cashback tidak selalu tepat 90 hari bisa lebih cepat ataupun lebih lambat, sedangkan dalam keterangan cashback ditolak, tanggal pesanan tidak tercantum sehingga menimbulkan kesulitan untuk mengetahui bahwa Cashback yang ditolak itu merupakan pembelian apa dan pada tanggal berapa. Selain itu juga diminta data terkait rincian harga. Serta status ditolak ini tidak menjelaskan alasan mengapa Cashback tersebut ditolak melainkan hanya memberikan kemungkinan-kemungkinan mengapa cashback ini bisa ditolak. Kejadian kehilangan Cashback ini banyak dialami oleh pengguna Shopback yang merasa telah melakukan semua ketentuan akan tetapi Cashback tetap ditolak.

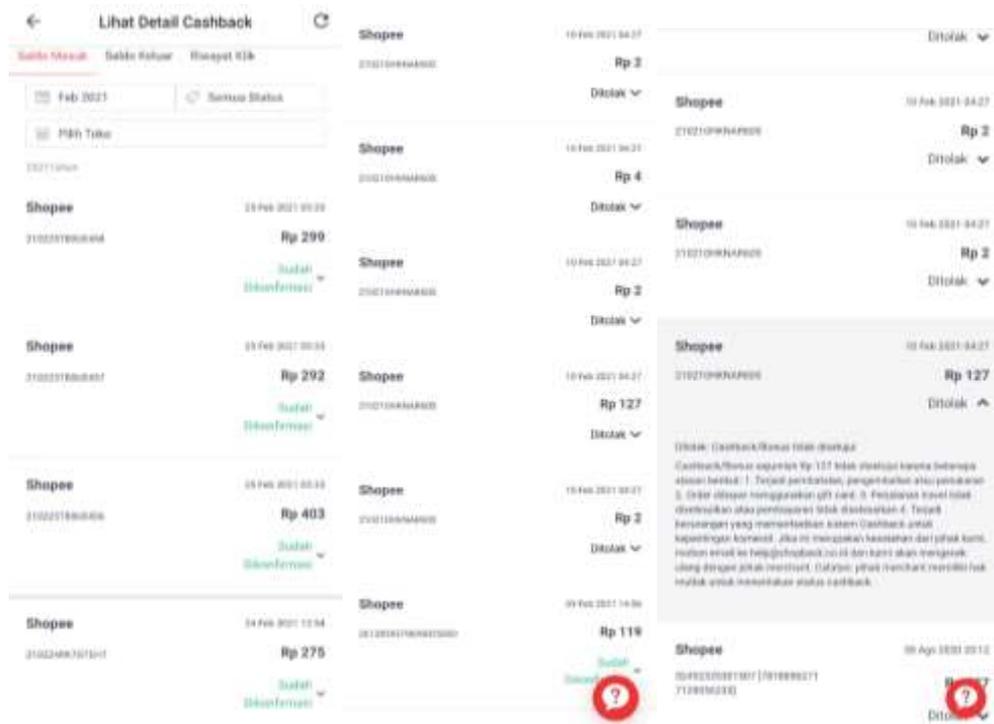
Setelah membagikan Kuesioner di Komunitas Shopback Indonesia dan menghubungi beberapa reponden yang mengalami kejadian kehilangan Cashback kemudian melakukan wawancara. Maka terbagi dua metode wawancara dengan cara Video Call bagi yang bersedia dan membagikan form wawancara dengan google form.

Seorang Narasumber yang diwawancarai melalui Google Form bernama Pinta:

*“Ya saya pernah merasakan kehilangan Cashback, saya sangat yakin tidak melakukan pelanggaran yang dilarang di Shopback, ya saya membaca syarat dan ketentuan aplikasi saat membuat akun dan sebelum menggunakan Shopback. Saya sudah melaporkan terkait hilangnya Cashback saya tapi tidak menyelesaikan masalahnya, saya juga merasa kesulitan dengan lamanya proses validasi kalau cashback saya hilang, saya kehilangan Cashback saya bermula dari saya sudah menumpuk cashback dan setiap saat dipantau progress penambahannya, tiba2 lenyap dan dinyatakan tidak eligible. Sudah complaint tapi disuruh minta provide data macam-*

macam yg seharusnya bisa ditarik manual dari sistem, jadi sebal dan malas akhirnya.”<sup>16</sup>

Gambar 3: transaksi selama sebulan<sup>17</sup>



Sumber: Hasil Wawancara

Dari gambar diatas terdapat transaksi yang dilakukan selama 1 bulan yang terdapat dalam akun narasumber, dalam gambar tersebut terdapat 5 transaksi yang telah terkonfirmasi dan terdapat 5 transaksi lainnya yang ditolak, maka terdapat 50% transaksi diterima dan 50% transaksi lainnya ditolak dan ketentuan bahwa ditolaknya transaksi tidak dijelaskan mendetail dalam aplikasi.

Selain itu adapula pemaparan dari Narasumber yang juga kehilangan Cashback yang bersedia untuk diwawancarai melalui google form dengan pertanyaan yang sama, Bernama S Nurlaila:

“Saya kebetulan lumayan sering kehilangan Cashback waktu menggunakan Shopback, saya yakin tidak melakukan pelanggaran atau sesuatu yang bisa membatalkan Cashback saya, saya tidak membaca Syarat dan ketentuannya tapi saya langsung menyetujui saja, saya sih tidak melaporkan kehilangan Cashback saya, tapi saya tulis keluhan saya di penilaian aplikasi di Google PlayStore si, mengenai kronologi hilangnya cashback saya Sebelum belanja ke shopee saya login ke shopback dulu. Lalu begitu seterusnya sehingga mendapatkan saldo banyak. Suatu ketika tiba-tiba saldo saya berkurang. Itu saya rasakan selama 3x.”<sup>18</sup>

<sup>16</sup> Pinta Kumbarani Nasution, Wawancara, (Daring, 16 November 2021).

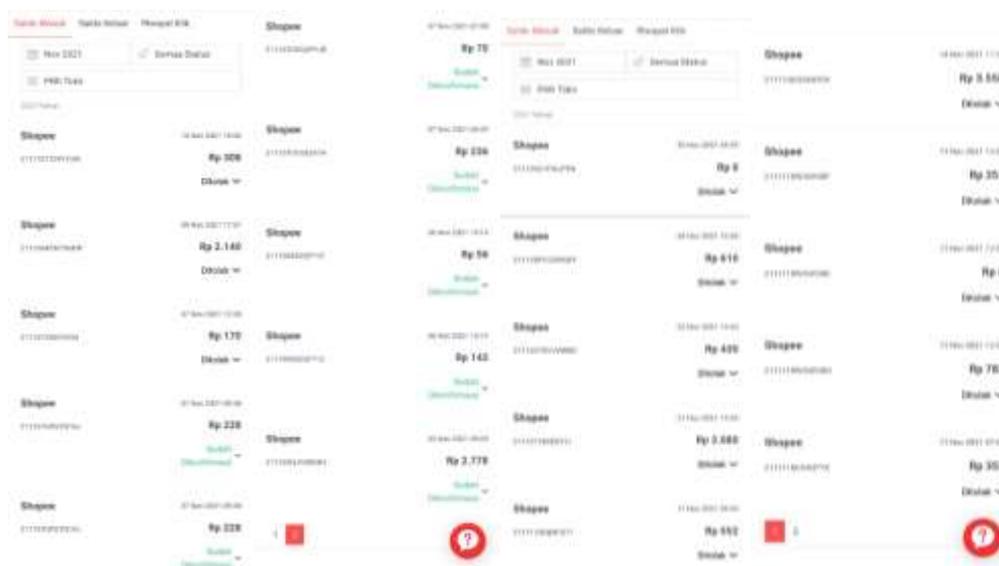
<sup>17</sup> Pinta Kumbarani Nasution, Wawancara.

<sup>18</sup> S Nurlaila, Wawancara, (Daring, 17 November 2021).

Selain melakukan wawancara di Google form juga melakukan wawancara menggunakan metode Video Call:

*“Saya sudah beberapa kali kehilangan Cashback, selama saya belanja saya yakin tidak melakukan membatalkan pesanan apapun atau menjadi reseller, saya juga baca Syarat dan Ketentuan dari Aplikasinya, saya tidak lapor karena merepotkan, dan saya berbelanja banyak jadi cashback yang ditolak yang mana saya tidak tau, saya juga merasa sangat kesulitan karena saya belanja sering dan tidak terpikirkan buat screenshot saldo terakhir buat lapornya, juga untuk mencari belanjanya yang mana juga sulit sih kan di keterangannya gaada tanggal belanjanya cuma ada tanggal ditolaknya, kalau saya kehilangan cashback yang sudah saya kumpulkan selama beberapa bulan mau saya belikan pulsa tapi tiba-tiba berkurang padahal tidak pernah saya belikan pulsa atau transfer bank.”<sup>19</sup>*

**Gambar 4:** transaksi selama sebulan<sup>20</sup>



**Sumber:** Hasil Wawancara

Dari transaksi selama satu bulan yang diberikan, narasumber mengaku bahwasannya transaksi ini merupakan transaksi bulan terakhir yang dilakukan dalam akunnya, terdapat 20 transaksi didalamnya, 7 transaksi diantaranya telah terkonfirmasi bahwa Cashback diterima, dan 13 transaksi diantaranya ditolak, jika dibuatkan satuan persen dari transaksi diatas maka sebanyak 35% transaksi diterima, dan sebanyak 65% transaksi lainnya ditolak.

<sup>19</sup> Indah, Wawancara, (Daring, 18 November 2021).

<sup>20</sup> Indah, Wawancara.

**Gambar 5:** Cashback ditolak



**Sumber:** Aplikasi Shopback

Dengan adanya fenomena diatas maka akan diteliti lebih jauh menurut hukum positif dan hukum ekonomi Syariah:

Dengan adanya pemaparan fenomena di atas, mengingat dalam terjadinya sebuah transaksi adanya Syarat-Syarat dan asas yang harus dipenuhi Sebuah transaksi akan dapat dikatakan sah apabila telah memenuhi Syarat maupun Rukunnya. Asas merupakan dasar dari suatu perjanjian, selain syarat perjanjian asas dalam perjanjian juga tidak kalah penting untuk keabsahan suatu perjanjian, dalam pasal 3 “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.”

#### *Asas Kepastian Hukum*

Asas ini berarti dalam sebuah perjanjian yang telah dibuat dan disetujui para pihak maka akan menjadi aturan yang mutlak atau undang-undang bagi para pihak dan sifatnya akan mengikat mereka yang berkontrak. Asas ini dapat dilihat dalam pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata juga diatur dalam Pasal 3 UU ITE yaitu “berarti landasan hukum bagi pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik serta segala sesuatu yang mendukung penyelenggaraannya yang mendapatkan pengakuan hukum di dalam dan di luar pengadilan.”

Dari asas ini, dalam aplikasi Shopback telah disebutkan hal-hal terkait larangan bagi penggunaannya seperti kecurangan dan sebagainya, hal ini akan menjadi aturan yang mutlak dan harus ditaati, begitupula bagi pihak Shopback harus memberikan Cashback setelah pengguna menyelesaikan misi perbelanjaan seperti yang dianjurkan. Jika melanggar maka Cashback tidak akan turun bahkan dapat diproses hukum. Sanksi dari perbuatan curang yaitu ShopBack dapat menangguk atau menghentikan akun jika dipercaya terlibat dalam aktivitas curang atau tidak jujur. Setiap perselisihan yang timbul dari atau sehubungan dengan kontrak ini, termasuk pertanyaan mengenai keberadaan, keabsahan, atau penghentiannya, harus dirujuk ke dan pada akhirnya diselesaikan oleh arbitrase yang dikelola oleh Singapore International Arbitration Centre (SIAC).<sup>21</sup>

<sup>21</sup> Syarat & Ketentuan Shopback <https://support.shopback.co.id/hc/id/articles/360039736314>.

*Asas manfaat*

Asas ini berarti asas bagi pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik diupayakan untuk mendukung proses berinformasi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebaiknya dalam sebuah transaksi elektronik haruslah diusahakan dan diharapkan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan kehidupan masyarakat, Dimaksudkan agar memberi manfaat dalam Mencerdaskan kehidupan bangsa, Mengembangkan perdagangan dan perekonomian, memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan teknologi, membangun masyarakat informasi untuk kepentingan pergaulan dalam tata kehidupan bangsa Indonesia agar kukuh sebagai satu kesatuan yang dirakit melalui pengembangan sistem informasi elektronik dengan diciptakan melalui kondisi transaksi elektronik, yang pada akhirnya bangsa Indonesia menjadi cerdas dan menjadi bagian dari informasi masyarakat dunia. Dengan adanya jasa dari Shopback ini membuka mata para pengguna untuk lebih dapat memanfaatkan teknologi dalam penggunaannya dibidang pembelanjaan, serta memberikan informasi serta sudah pasti dapat membantu perekonomian yang ada di Indonesia.

*Asas kehati-hatian*

Asas ini diatur dalam UU ITE Pasal 3 yang artinya “berarti landasan bagi pihak yang bersangkutan harus memperhatikan segenap aspek yang berpotensi mendatangkan kerugian, baik bagi dirinya maupun bagi pihak lain dalam pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik” dalam penerapan asas ini dalam aplikasi Shopback, dalam syarat dan ketentuan aplikasi telah dijelaskan bagaimana cara mendapatkan Cashback, begitu pula hal-hal apa saja yang dapat membatalkan terkonfirmasi Cashback. Jadi para pengguna sebelum menggunakan aplikasi ini dapat mempertimbangkan apakah perjanjian tersebut menguntungkan atau tidak menguntungkan, apakah ada terindikasi suatu hal yang dapat merugikan, terlebih syarat dan ketentuan serta kebijakan privasi disediakan pada saat awal pembuatan akun, sehingga pengguna dapat membacanya terlebih dahulu jika merasa tidak keberatan atas segala yang ada dalam perjanjian maka dapat dilanjutkan, apabila merasa keberatan bisa meninggalkannya sehingga dalam perjanjian diaplikasi ini kembali lagi kepada pengguna aplikasi.

*Asas itikad baik*

Asas itikad baik diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang ITE yang dimaksud Asas Itikad baik dalam UU ITE adalah “asas yang digunakan para pihak dalam melakukan Transaksi Elektronik tidak bertujuan untuk secara sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakibatkan kerugian bagi pihak lain tanpa sepengetahuan pihak lain tersebut.” Yang dimaksud dengan itikad baik antara lain yaitu: Kejujuran dalam membuat kontrak, Sebagai kepatutan dalam tahap pelaksanaan yaitu terkait dengan suatu penilaian baik terhadap perilaku para pihak dalam melaksanakan apa yang telah disepakati dalam kontrak, semata-mata untuk mencegah perilaku tidak patut dalam pelaksanaan kontrak tersebut.<sup>22</sup> Asas itikad baik juga memiliki dua arti yaitu arti objektif, bahwa perjanjian yang dibuat itu mesti dilaksanakan dengan mengindahkan norma-norma kepatutan dan kesusilaan. Arti subjektif, yaitu pengertian itikad baik yang

---

<sup>22</sup> Miftakhul Kharima, “Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik Dengan Fitur Serba 10 Ribu Di Aplikasi Shopee Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Ekonomi Syariah” (Undergraduate Thesis, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2020).

terletak dalam sikap batin seseorang.<sup>23</sup> Telah tertuang dalam perjanjian bahwasannya pengguna layanan Shopback tidak diperbolehkan untuk melakukan kecurangan seperti memanfaatkan aplikasi untuk kepentingan komersil, memaipulasi, ataupun membatalkan pesanan, serta untuk pihak Shopbak sendiri diwajibkan memberikan hak pengguna yang telah melakukan pembelian di aplikasi ini.

Sehingga transaksi yang terjadi dalam aplikasi Shopback ini kurang sesuai dengan Asas itikad baik, salah satu yang dimaksud dengan itikad baik antara lain yaitu: Kejujuran dalam membuat kontrak, sebagai kepatutan dalam tahap pelaksanaan yaitu terkait dengan suatu penilaian baik terhadap perilaku para pihak dalam melaksanakan apa yang telah disepakati dalam kontrak, semata-mata untuk mencegah perilaku tidak patut dalam pelaksanaan kontrak tersebut.<sup>24</sup> Telah tertuang dalam perjanjian bahwasannya pengguna layanan Shopback tidak diperbolehkan untuk melakukan kecurangan seperti memanfaatkan aplikasi untuk kepentingan komersil, memaipulasi, ataupun membatalkan pesanan, serta untuk pihak Shopbcak sendiri diwajibkan memberikan hak pengguna yang telah melakukan pembelian di aplikasi ini.

Menurut asas-asas dalam berkontrak ada salah satu asas yang tidak dapat tepenuhi yaitu asas itikad baik pada poin yang pertama yaitu “kejujuran dalam membuat kontrak” adanya faktor yang kurang sesuai yaitu pada Aplikasi Shopback, yaitu pihak Shopback tidak menjelaskan bagaimana dan apa yang menjadikan sebuah transaksi ditolak. Hal tersebut tidak dijelaskan secara transparan. Terlebih lagi validasi yang tergolong sangat lama yang membuat pengguna tidak mengetahui kapan transaksi dilakukan, dan informasi cashback tertolak hanya berisi tanggal keputusan Cashback tertolak, nomor transaksi di Shopback, jumlah saldo yang tertolak, pernyataan “ditolak” dan kemungkinan-kemungkinan mengapa Cashback dapat tertolak. Dikarenakan nomor transaksi dalam Shopback bukanlah nomor yang sama dalam transaksi Merchant, informasi yang tertera tidak memuat tanggal Cashback terekam, dan keterangan Cashback terekam akan hilang setelah dijatuhkan keputusan Cashback “dikonfirmasi”, atau “ditolak” hal ini menyulitkan pengguna untuk melacak apa yang ia beli pada transaksi itu, sehingga banyak yang merasa kecewa akan kehilangan Cashback ini.

Yang membuat para pengguna kecewa yaitu banyak yang merasa tidak melakukan kecurangan yang disebutkan akan tetapi Cashback yang telah ditunggu lama kemudian ditolak dan seringkali penolakan jatuh di hari akhir validasi. Terlebih pelaporan yang cenderung meminta data yang informasinya tidak lengkap sehingga menyulitkan para pengguna. Memang sebetulnya fenomena kehilangan Cashback ini tidak merugikan pengguna mengingat diaplikasi ini tidak mengeluarkan modal, tetap membayar sesuai dengan harga barang yang dibeli, bahkan diberi bonus Cashback. Akan tetapi jika terjadinya Cashback ditolak ini menyebabkan kekecewaan bagi para penggunanya. Dan kekecewaan mereka yang menyebabkan tidak terpenuhinya asas itikad baik.

Sesungguhnya memang sistem transaksi dalam aplikasi Shopback tidak berpatok pada salah satu agama sehingga tidak berpatokan pada ketentuan Islam, karena memang aplikasi ini diciptakan untuk semua kalangan. Tetapi, bagi umat islam haruslah tetap memperhatikan hukum suatu akad yang dilakukan. Semua bentuk dari transaksi hukum asalnya adalah boleh, asal tidak ada dalil yang mengharamkan, termasuk dalam suatu

---

<sup>23</sup> Syamsudin Qirom Meliala, *Pengertian Asas Itikad Baik di Dalam Hukum Indonesia* (Surabaya: Mitra Ilmu, 2007), 38.

<sup>24</sup> Miftakhul, “Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik Dengan Fitur Serba 10 Ribu Di Aplikasi Shopee Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Ekonomi Syariah”, 28.

transaksi pastinya harus terhindar dari Riba, Gharar serta Maisir. Praktik jual-beli dengan platform online juga tetap termasuk jual-beli maka dari itu keabsahan dari transaksinya juga tergantung dengan rukun dan syarat dalam akad maupun jual-beli yang terpenuhi. Perjanjian dalam Islam lebih di kenal dengan Akad, dalam ayat 1 pasal 20 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) yang disebut dengan akad adalah “Definisi dari akad ialah sebuah perikatan, kesepakatan atau perjanjian, antar pihak-pihak yang menciptakan perjanjian atas suatu obyek tertentu dan dishighoh (lafadz) kan dalam ijab-qabul.”<sup>25</sup>

Asas dalam pelaksanaan sebuah akad atau perjanjian Asas merupakan satu hal yang sangat berpengaruh, dikarenakan jika salah satu Asas dalam sebuah perjanjian tidak terpenuhi akan mengakibatkan tidak sah atau batalnya sebuah perjanjian dalam pasal 21 KHES telah di jelaskan mengenai Asas-Asas dalam berkontrak, antara lain:

*Asas Ikhtiyari atau asas sukarela*

Terwujudnya sebuah akad didasari atas kehendak para pihak, dan dipastikan persetujuan para pihak ini terlepas dari paksaan maupun keterpaksaan pihak lain, umumnya dalam hukum islam akad bersifat konsensual, sehingga guna menciptakan suatu akad cukup dengan kata “setuju” dari kedua pihak. Dalam QS. An-Nisa’ (4): 29 Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian silih memakan harta sesamamu dengan jalur yang batil, kecuali dengan jalur perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kalian.”

Dilihat dari ayat di atas, bahwa segala jenis transaksi atau akad diharuskan dalam pelaksanaannya atas dasar persetujuan atau kesukarelaan semua pihak, serta tidak adanya tekanan, paksaan, penipuan dari pihak manapun.<sup>26</sup> Bila perihal ini tidak dapat terpenuhi maka transaksi tersebut dilakukan dengan metode yang batil.

*Asas Ihtiyathi atau kehati-hatian*

Asas ini menjelaskan setiap perjanjian harus dilakukan dengan pertimbangan yang matang serta dalam melaksanakannya harus dengan cermat dan tepat. Dalam syarat dan ketentuan aplikasi telah dijelaskan bagaimana cara mendapatkan Cashback, begitu pula hal-hal apa saja yang dapat membatalkan terkonfirmasi Cashback jadi para pengguna sebelum menggunakan aplikasi ini dapat mempertimbangkan apakah perjanjian tersebut menguntungkan atau tidak menguntungkan, apakah ada terindikasi suatu hal yang dapat merugikan, terlebih syarat dan ketentuan serta kebijakan privasi disediakan pada saat awal pembuatan akun, sehingga pengguna dapat membacanya terlebih dahulu jika merasa tidak keberatan atas segala yang ada dalam perjanjian maka dapat dilanjutkan, apabila merasa keberatan bisa meninggalkannya sehingga dalam perjanjian di aplikasi ini kembali lagi kepada pengguna aplikasi.

*Asas saling menguntungkan*

Dalam Asas ini mengartikan bahwa segala jenis akad dalam pelaksanaannya guna memenuhi kepentingan kedua belah pihak, sehingga tercegah dari praktik kecurangan yang akan mengakibatkan kerugian salah satu pihak. Asas ini juga memiliki arti bahwasannya segala bentuk perjanjian yang dilakukan harus memberikan manfaat serta maslahat antar para pihak. Inti dari Asas ini adalah dalam sebuah perjanjian tidak

---

<sup>25</sup> Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer: Teori dan Praktek* (Malang: UIN-Maliki Malang Press, 2018), 21.

<sup>26</sup> Rahmani Timorita Yulianti, “Asas-Asas Perjanjian (Akad) dalam Hukum Kontrak Syari’ah,” *LaRiba: Jurnal Ekonomi Islam*, vol 2 no. 1(2008): 100. <https://doi.org/10.20885/lariba.vol2.iss1.art7>.

diperkenankan adanya suatu hal yang membuat salah satu pihak merasa dirugikan.<sup>27</sup> Jika ditelaah dari perjanjian yang tercipta di aplikasi Shopback maka terlihat adanya timbal balik yang menguntungkan bagi kedua belah pihak yaitu saat pengguna akan berbelanja melalui layanan aplikasi ini, maka pelanggan akan mendapatkan Cashback dari Shopback, kemudian Shopback akan mendapatkan komisi atas pelanggan yang menggunakan platform mereka, dan pihak merchant akan memberikan komisi kepada Shopback karena telah mengiklankan dan menarik pelanggan.<sup>28</sup>

*Asas Taswiyah atau kesetaraan*

Asas ini menjelaskan bahwasannya para pihak dalam setiap kontrak memiliki status yang sama dan keseimbangan hak dan kewajiban. Tidak ada perilaku tidak pantas yang diperbolehkan dalam kontrak. Hukum kontrak Islam masih menerapkan prinsip keseimbangan dalam bertransaksi .

*Asas Itikad Baik*

Asas ini mengandung pengertian bahwa para pihak dalam suatu perjanjian harus melaksanakan substansi kontrak atau prestasi berdasarkan kepercayaan atau keyakinan yang teguh serta kemauan baik dari para pihak agar tercapai tujuan perjanjian.<sup>29</sup> Tidak diperbolehkannya dalam sebuah perjanjian terdapat usur kecurangan maupun jebakan. Dalam asas itikad baik di dalamnya juga mencakup kejujuran, jika kejujuran ini tidak diterapkan dalam kontrak, maka akan merusak legalitas kontrak dan menimbulkan perselisihan diantara para pihak.<sup>30</sup> Dalam pelaksanaannya dalam Aplikasi Shopback, telah tertuang dalam perjanjian bahwasannya pengguna layanan Shopback tidak diperbolehkan untuk melakukan kecurangan seperti memanfaatkan aplikasi untuk kepentingan komersil, memanipulasi, ataupun membatalkan pesanan, serta untuk pihak Shopback sendiri diwajibkan memberikan hak pengguna yang telah melakukan pembelian di aplikasi ini.

*Asas Transparansi*

Maksud dari Asas ini adalah setiap akad dilakukan dengan pertanggungjawaban para pihak secara terbuka. Dalam melaksanakan sebuah perjanjian hendaknya dilakukan dengan terbuka oleh kedua belah pihak, jika dilihat dari pelaksanaan asas ini dalam proses mendapatkan cashback, apabila cashback tersebut ditolak pihak Shopback tidak memberitahukan secara jelas mengenai mengapa Cashback tersebut ditolak, pihak Shopback hanya memberikan beberapa kemungkinan yang tidak pasti bagian mana yang pengguna langar sehingga cashbacknya ditolak, ditambah waktu validasi yang panjang sehingga menyulitkan pengguna untuk melacak pembelian apa yang cashbacknya ditolak guna mencari bukti untuk melaporkan cashback hilang yang menimbulkan keputusan pelanggan untuk membiarkannya. Disini Shopback tidak menjelaskan secara transparan apa sebab dari gagalnya menerima Cashback.

Apabila diteliti menurut Hukum Ekonomi Islam terlebih dalam Asas-Asasnya, dalam Akad dari aplikasi Shopback ini masih ada yang belum sesuai dengan Asas akad yang berlaku, yaitu asas transparansi dan itikad baik, dikarenakan dalam keadaan

---

<sup>27</sup> Muhammad Ardi, "Asas-Asas Perjanjian (Akad), Hukum Kontrak Syariah dalam Penerapan Salam dan Istisna," *Jurnal Hukum Diktum*, vol 14 no 2 (2017): 269. <https://doi.org/10.35905/diktum.v14i2.237>.

<sup>28</sup> Bagaimana shopback mendapatkan uang, <https://support.shopback.co.id/hc/id/articles/360039458614-Bagaimana-cara-ShopBack-mendapatkan-uang>.

<sup>29</sup> Akhmad Hulaify, "Asas-Asas Kontrak (Akad) Dalam Hukum Syari'ah," *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol 3 no. 1 (2019): 50. [ojs.uniska.ac.id/attadbir](https://ojs.uniska.ac.id/attadbir).

<sup>30</sup> Akhmad Hulaify, "Asas-Asas Kontrak (Akad) Dalam Hukum Syari'ah", 50.

cashback tertolak tidak dijelaskan secara rinci apa yang menyebabkan Cashback ditolak dan hanya memberikan kemungkinan-kemungkinan pelanggaran, disamping itu masa validasi Cashback yang lama menyebabkan kesulitannya mencari bukti bahwa pengguna tidak melakukan pelanggaran, hal ini menyebabkan kekecewaan bagi para pengguna aplikasi yang telah mengharapkan keuntungan lebih dari Shopback. Dalam melaksanakan suatu akad dibutuhkan yang namanya transparansi hal ini berguna untuk menghindari kecurangan yang terjadi dalam suatu akad dan menghindari kerugian dari salah satu pihak. Jika dilihat dari fenomena di atas dirasa penerapan Asas Transparansi dirasa masih kurang.

### **Kesimpulan**

Transaksi jasa yang terjadi dalam aplikasi shopback, menunjukkan pihak Shopback selain sebagai penyedia jasa promosi bagi para Merchant, yaitu juga sebagai penyedia jasa yang memberikan informasi dan juga kemudahan pada para pengguna dalam pengalaman berbelanja mereka. Telah terpenuhinya tujuan dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu untuk menerapkan teknologi elektronik dengan lebih efektif guna membantu masyarakat yang menggunakan teknologi elektronik tersebut, dengan menggunakan teknologi elektronik dalam bidang perekonomian maka akan menjadikan perputaran perekonomian menjadi lebih mudah dan efisien. Akad yang terjadi dalam fitur-fitur di Shopback tergolong kategori akad yang sah karna terpenuhinya rukun serta syaratnya, yaitu adanya pihak pemberi jasa yaitu Shopback, adanya pihak pengguna jasa yaitu pengguna aplikasi, objek akad bukan sesuatu yang haram, sighthat terjadi saat pertama kali membuat akun Shopback yaitu menyetujui Syarat dan ketentuan aplikasi, 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.

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 dimana pihak Shopback tidak menjelaskan bagaimana dan apa yang menjadikan sebuah transaksi ditolak hal tersebut tidak dijelaskan secara transparan. Terdapat 56.5% responden yang mengaku telah mematuhi syarat dan keentuan yang berlaku tetapi tetap mengalami kehilangan Cashback. Jika dilihat dari fenomena di atas penerapan Asas Transparansi dirasa masih kurang. Bagi peneliti Selanjutnya, dapat mengkaji lebih dalam mengenai Batasan umur dalam membuat akun diShopback, dan senantiasa melihat *update* di aplikasi.

### **Daftar Pustaka**

Ardi, Muhammad. "Asas-Asas Perjanjian (Akad), Hukum Kontrak Syariah dalam Penerapan Salam dan Istisna," *Jurnal Hukum Diktum*, vol 14 no. 2, (2017): 269. <https://doi.org/10.35905/diktum.v14i2.237>.

- Barus, Nova Yulinda BR. "Kajian Hukum Pemberian Cashback Dalam Bentuk Poin Kepada Konsumen Atas Transaksi Daring Yang Mengandung Unsur Gharar", Undergraduate Thesis, Universitas Muhammadiyah Sulawesi Utara, 2020. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/11247>.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Chamsa, Febia Nisaul. "Analisis Hukum Islam Terhadap Cashback Di Shopee," *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol 2 no. 12 (2022): 3891.
- Firdiyanti, Shovia Indah. "Problematisasi Akad Mu'awadlah: Kajian Hukum Islam Pemberian Cashback Pada Transaksi Jual-Beli Online," *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, vol. 8 no. 02 (2021): 351. <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>.
- Harun, Rafni Suryaningsih, Weny A. Dunga, dan Abdul Hamid Tome. "The Implementation Of Good Faith Principle In Online Transactions," *jurnal legalitas* vol 12 no 2 (2019): 92. <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/JL/article/view/5796>.
- Hasan, Akhmad Farroh. *Fiqh Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer: Teori dan Praktek*, Malang: UIN-Maliki Malang Press, 2018.
- Hulaify, Akhmad. "Asas-Asas Kontrak (Akad) Dalam Hukum Syari'ah," *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol 3 no. 1 (2019): 50.
- Kharima, Miftakhul. "Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik Dengan Fitur Serba 10 Ribu Di Aplikasi Shopee Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Ekonomi Syariah". Undergraduate Theses, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2020.
- Meliala, Syamsudin Qirom. *Pengertian Asas Itikad Baik di Dalam Hukum Indonesia*. Surabaya: Mitra Ilmu, 2007.
- Nasution, Bahder Johan. *Metode Penelitian Hukum*, Bandung: CV Mandar Maju. 2008.
- Norwili, Syaikh, Ariyadi. *Fikih Muammalah: Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*. Yogyakarta: K-Media, 2020.
- Pangesti, Hafilah Nindya. "Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapat Cashback Di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah". IAIN Purwokerto. 2019.
- Pekerti, Retno Dyah, Eliada Herwiyanti. "Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i," *JEBA*, vol 20 no. 2 (2018): 3.
- Perwira, Ilham Abdi. "E-Commerce Dalam Hukum Bisnis Syariah", *Az Zaqqa'*, vol. 12, no. 2 (2020): 4. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/azzarqa/article/view/2150>.
- Rasyid, Daud. *Indahnya Syariah Islam*. Jakarta: Usamah Press, 2015.
- Rop'ah, Ainatur, Mohamad Ali Hisyam. "Perolehan Cashback Menggunakan layanan Shopback dalam perspektif Fiqih Mu'amlah," *Jurnal sarjana hukum bisnis Syariah*, vol 1 no.1 (2020): 2. <https://repository.unugiri.ac.id/id/eprint/890/3/BAB%201>.
- Tanya Shopback "Begini Cara Menggunakan ShopBack, Supaya Belanja Dapat Cashback" Kata Shopback, diakses 20 Maret 2021. <https://www.shopback.co.id/katashopback/cara-menggunakan-shopback>.
- Tanya Shopback "Memulai Shopback: Bagaimana Shopback mendapat uang?" diakses 9 April 2022 <https://support.shopback.co.id/hc/id/articles/360039458614-Bagaimana-cara-ShopBack-mendapatkan-uang-#:~:text=Tentang%20ShopBack>.
- Yulianti, Rahmani Timorita. "Asas-Asas Perjanjian (Akad) Dalam Hukum Kontrak Syari'ah," *LA\_Ribaj: Jurnal Ekonomi Islam*, vol 2 no. 1 (2008): 100. <https://doi.org/10.20885/lariba.vol2.iss1.art7>.