

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam kehidupan masyarakat modern. Transformasi ini tidak hanya mempengaruhi aspek sosial dan budaya, tetapi juga cara masyarakat melakukan transaksi ekonomi. Pergeseran dari aktivitas ekonomi konvensional menuju ekosistem transaksi digital kini terjadi secara luas terutama di kalangan generasi muda dan mahasiswa. Hampir seluruh kebutuhan harian mulai dari makanan, transportasi, pakaian, hingga kebutuhan akademik telah dapat dipenuhi melalui berbagai platform digital yang menawarkan kemudahan dan kecepatan layanan¹.

Dalam lingkungan kampus, khususnya di Universitas Trunodjoyo Madura, mahasiswa menjadi salah satu kelompok pengguna paling aktif dalam memanfaatkan layanan digital. Aplikasi belanja *online*, dompet digital, layanan pesan antar, hingga platform pembayaran elektronik menjadi bagian tidak terpisahkan dari aktivitas mereka. Bersamaan dengan perkembangan tersebut, perusahaan digital berlomba-lomba menciptakan strategi untuk mempertahankan pengguna. Salah satu strategi yang paling dominan adalah program *loyalty digital* berupa poin, koin, *cashback*, *voucher*, atau *reward* lain

¹ Yanti Nasution Eri, "Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. JESAYA : Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah. Vol. 3 No. 2. Hal 123-135," 2020, <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>.

yang diberikan kepada konsumen sebagai insentif dari setiap transaksi.

Universitas Trunodjoyo Madura sebagai salah satu perguruan tinggi negeri di Indonesia memiliki jumlah mahasiswa yang cukup besar, yaitu sekitar 15.000–20.000. Dari jumlah tersebut, sebagian besar mahasiswa merupakan generasi digital native yang aktif menggunakan internet dan aplikasi berbasis digital dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan fenomena penggunaan *e-commerce* di kalangan mahasiswa, dapat diasumsikan bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura telah menggunakan platform belanja online, salah satunya Shopee, dengan persentase penggunaan yang cukup tinggi, yaitu sekitar 70–90%. Tingginya tingkat penggunaan ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menjadi pengguna pasif, tetapi juga bagian dari target utama strategi pemasaran digital, termasuk program *loyalty digital* yang ditawarkan oleh platform tersebut².

Pada awalnya *loyalty digital* dipandang sebagai bentuk penghargaan dan strategi pemasaran yang memberikan keuntungan bagi pengguna. Mahasiswa merasa diuntungkan karena mendapatkan potongan harga, hadiah tertentu, atau kesempatan memperoleh nilai tukar digital yang dapat digunakan kembali. Fenomena *loyalty digital* yang berkembang pesat di berbagai platform *e-commerce* tidak hanya dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran, tetapi juga menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan transaksi digital. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa sistem

² Munifatussaidah, A., Fitria, N., & Hanafi, R. (2024). Digital Wallet Transactions: Insight from Islamic Economic and Legal Perspective. *Journal of Economics and Business Administration*, 15(2), 88–102. <https://e-journal.unair.ac.id/JEBA/article/view/66130>

reward, poin, maupun koin digital mampu meningkatkan minat pembelian, frekuensi transaksi, dan loyalitas pengguna terhadap suatu platform. Di sisi lain, beberapa penelitian juga mengemukakan adanya dugaan unsur gharar dan riba dalam mekanisme loyalty digital akibat ketidakjelasan nilai tukar, perubahan syarat penggunaan, maupun manfaat yang diperoleh pengguna. Oleh karena itu, fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut dari sisi perilaku konsumen sebagai pengguna utama program loyalty digital³.

Meskipun program *loyalty digital* tampak memberikan keuntungan bagi pengguna, pada kenyataannya tidak semua mahasiswa memahami secara jelas bagaimana mekanisme sistem tersebut bekerja. Banyak mahasiswa hanya berfokus pada manfaat instan seperti potongan harga atau cashback tanpa mengetahui bagaimana koin diperoleh, bagaimana nilai tukarnya ditentukan, serta syarat dan ketentuan yang mengikat pengguna dalam proses penukaran. Ketidapahaman ini menyebabkan mahasiswa menggunakan fitur *loyalty digital* secara pasif tanpa kesadaran kritis terhadap potensi risiko yang terkandung di dalamnya. Dalam beberapa kasus, mahasiswa bahkan tidak mengetahui bahwa perubahan nilai koin, masa berlaku, maupun aturan penukaran dapat berubah sewaktu-waktu oleh *platform*. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara penggunaan dan pemahaman, yang berpotensi menimbulkan kerugian baik secara ekonomi maupun dalam perspektif etika ekonomi syariah.

³ Unzilah Khomairohtusshiyamah, "Koin E- Commerce Dalam Shopee : Perspektif Madzahibul Arba ' Ah Mengenai Kehalalan Dan Praktik Ekonomi Digital. Al-Fiqh: Journal of Contemporary Islamic Law. Vol. 1. No. 1. Hal. 49.," 2025, <https://doi.org/10.61987/ijai.v1i1.631>

Dalam perspektif ekonomi islam Allah SWT telah memberikan peringatan tegas mengenai praktik *riba* melalui firman-Nya dalam QS. al-baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

Ayat ini menegaskan bahwa segala bentuk tambahan manfaat yang diperoleh tanpa pertukaran yang jelas, adil, dan setara termasuk dalam kategori *riba*. Dalam *loyalty digital*, beberapa penelitian terdahulu mengemukakan adanya dugaan unsur *riba* apabila reward digital memberikan manfaat tambahan yang tidak dijelaskan secara transparan kepada pengguna. Namun demikian, kajian mengenai bagaimana pengguna memahami mekanisme tersebut dan bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi masih memerlukan penelitian lebih lanjut. Larangannya lainnya selain *riba* praktik *gharar* juga dilarang dalam islam karena mengandung unsur ketidakjelasan atau ketidakpastian. Allah SWT menegaskan pentingnya kejelasan dalam transaksi dalam QS. an-nisa ayat 29⁴:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta sesama kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka.”

Ayat ini menekankan bahwa setiap transaksi harus memiliki kejelasan, kerelaan, serta tidak mengandung unsur batil. Dalam praktik *loyalty digital* beberapa mekanisme poin dinilai mengandung ketidakjelasan karena nilai

⁴ QS. An-Nisa ayat 29

tukar, syarat penggunaan, masa berlaku, hingga perubahan aturan sering kali tidak diterangkan secara transparan kepada pengguna. Ketidakjelasan inilah yang menurut penelitian dapat masuk pada kategori gharar⁵.

Penelitian ini tidak diarahkan untuk menetapkan hukum halal atau haram terhadap fitur loyalty digital tukar koin Shopee. Penelitian ini lebih berfokus pada analisis perilaku konsumen mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dalam menggunakan fitur tersebut. Selain itu, penelitian ini juga berupaya memahami bagaimana mahasiswa memandang mekanisme tukar koin Shopee yang dalam beberapa penelitian sebelumnya diduga memiliki keterkaitan dengan unsur gharar dan riba. Dampaknya tidak hanya pada praktik ekonomi, tetapi juga perilaku konsumsi, kondisi psikologis, hingga cara mahasiswa memandang aktivitas digital yang mereka lakukan sehari-hari.

Mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura merupakan kelompok yang sangat aktif menggunakan aplikasi digital dan secara rutin terlibat dalam sistem *reward*. Beberapa mahasiswa mengaku mengejar poin hingga melakukan transaksi yang tidak dibutuhkan, merasa rugi jika tidak memakai *reward*, atau bahkan mengalami rasa bersalah setelah mengetahui bahwa mekanisme tersebut dapat dikategorikan sebagai *gharar* atau *riba* menurut beberapa penelitian. Tidak jarang pula mahasiswa merasa stres ketika poin hilang, masa berlaku *reward* habis, atau aturan penukaran berubah tanpa pemberitahuan. Fenomena-fenomena inilah yang menunjukkan perlunya

⁵ Fadhly, "Pengaruh Gaya Hidup, Harga , Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (E- Commerce) Di Marketplace Dengan Niat Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa), Skripsi Universitas Islam Makassar. Hal 2.," 2024.

analisis dampak *loyalty digital* yang lebih mendalam⁶.

Penelitian-penelitian terdahulu umumnya berfokus pada kajian normatif mengenai aspek hukum dan kesesuaian syariah dalam transaksi digital, termasuk sistem *loyalty digital*. Namun, penelitian yang secara khusus menganalisis perilaku konsumen pengguna fitur tukar koin Shopee, terutama pada kalangan mahasiswa sebagai kelompok pengguna aktif e-commerce, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji perilaku konsumen mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dalam memanfaatkan fitur *loyalty digital* tukar koin Shopee.

Dalam hal ekonomi digital modern, suatu sistem tidak hanya dinilai dari aspek hukumnya, tetapi juga dari dampak nyata yang ditimbulkannya terhadap perilaku ekonomi dan kondisi psikologis pengguna. Ketiadaan kajian empiris mengenai dampak *loyalty digital* menyebabkan pemahaman terhadap fenomena ini menjadi tidak utuh, karena hanya melihat dari sisi normatif tanpa mempertimbangkan realitas sosial yang terjadi di lapangan⁷.

Meskipun penelitian sebelumnya telah menilai bahwa *loyalty digital* mengandung unsur *riba* dan *gharar*, penelitian sebelumnya juga belum secara spesifik menyoroti mahasiswa sebagai subjek utama, padahal mahasiswa merupakan kelompok *digital native* yang memiliki intensitas tinggi dalam

⁶ Alifia Nurfaiza, "Inilah Beberapa Kelebihan Dan Kekurangan Ecommerce Shopee, Diakses Pada Tanggal 1 Oktober 2025, Pukul 20.17 WIB," 2024, <http://kelas.work/blogs/inilah-beberapa-kelebihan-dan-kekurangan-ecommerce-shopee>.

⁷ Ichsanul Reihan Adel, "Gharar In Digital Economic Transactions : A Qualitative Analysis Of E-Commerce Practicies. JAWI: Journal of Ahkam Wa Iqtishad. Vol. 2, No 3. Hal 448." 2, no. 3 (2025).

penggunaan *e-commerce* serta sangat rentan terhadap pengaruh sistem *reward* digital. Fenomena seperti dorongan konsumsi berlebihan, ketergantungan terhadap poin, hingga tekanan psikologis akibat perubahan sistem *reward* menunjukkan adanya implikasi yang lebih kompleks yang belum banyak dikaji secara mendalam. Meskipun belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji mekanisme fitur tukar koin Shopee sebagai salah satu bentuk *loyalty digital* yang paling dominan digunakan oleh mahasiswa, serta bagaimana mekanisme tersebut berdampak dalam perspektif ekonomi syariah. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis secara empiris dampak mekanisme *loyalty digital* yang mengandung unsur *riba* dan *gharar* terhadap perilaku konsumsi, kondisi psikologis, dan persepsi etika mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura⁸.

Dampak tersebut sangat relevan untuk diteliti karena mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura merupakan pengguna aktif program *loyalty digital* mereka melakukan transaksi berulang untuk mengejar poin, merasa rugi bila tidak memanfaatkan *reward*, atau bahkan mengalami tekanan psikologis ketika sistem *reward* berubah, hilang, atau tidak sesuai harapan. Ada pula mahasiswa yang mengaku tergoda melakukan transaksi yang sebenarnya tidak dibutuhkan demi mendapatkan poin atau *cashback* tertentu⁹. Fenomena inilah

⁸ “Mahasiswa UNIVERSITAS TRUNODJOYO MADURA Terjerat Penipuan Online Dengan Total Kerugian Mencapai Jutaan Rupiah, Diakses Pada Tanggal 3 Oktober 2025, Pukul. 22.40 WIB,” 2024, <https://spiritmahasiswa.Trunodjoyo.ac.id/2024/12/mahasiswa-Universitas-Trunodjoyo-Madura-terjerat-penipuan-online.html>

⁹ Azkiya Salisa Alfafa, “Pemanfaatan Koin Shopee Pada Praktik Pembelian Barang Di Aplikasi Shopee Dalam Kajian Hukum Islam. El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah. Vol. 5 No. 1. Hal. 84,” 2023, <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.37866>

yang harus dianalisis secara akademik agar memberikan gambaran nyata tentang bagaimana *loyalty digital* mempengaruhi perilaku ekonomi mahasiswa¹⁰.

Jika mekanisme *loyalty digital* dalam praktiknya mengandung ketidakjelasan nilai, syarat tersembunyi, atau perubahan sepihak yang tidak diketahui oleh pengguna, maka potensi dampak negatifnya terhadap mahasiswa perlu dikaji lebih jauh¹¹. Dampak tersebut tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga psikologis dan sosial mulai dari dorongan konsumsi berlebihan, kecanduan transaksi, stres ketika mengejar poin, hingga perasaan bersalah setelah mengetahui bahwa mekanisme yang mereka gunakan telah dikategorikan sebagai *gharar* atau *riba* oleh penelitian-penelitian terdahulu¹².

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Perilaku Konsumen Pada Skema Fitur *Loyalty Digital* Tukar Koin Shopee Yang Diduga Terafiliasi *Gharar* Dan *Riba* (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)”**. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai perilaku konsumen mahasiswa dalam memanfaatkan fitur *loyalty digital* serta pemahaman mereka terhadap mekanisme yang digunakan dalam sistem tukar koin Shopee

¹⁰ Khomairohtusshiyamah, “Koin E- Commerce Dalam Shopee : Perspektif Madzahibul Arba ’ Ah Mengenai Kehalalan Dan Praktik Ekonomi Digital. Al-Fiqh: Journal of Contemporary Islamic Law. Vol. 1. No. 1. Hal. 49.”

¹¹ APJII. Profil Internet Indonesia, “Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Diakses Pada Tanggal 2 Oktober 2025, Pukul. 16.00 WIB,” 2025, <https://apjii.or.id/survei2025>

¹² Ana Susi Mulyani Jumhadi, “Perkembangan Industri Transportasi Ojek Online Di Era 5.0 Dari PT. Gojek Indonesia. Jurnal Cakrawala Ilmiah. Vol.2 No.6” 2, no. 6 (2023), <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i6.4907>.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. *Loyalty digital* yang digunakan Mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura mengandung unsur *riba* dan *gharar* karena adanya ketidakjelasan nilai, perubahan mekanisme penukaran, dan tambahan manfaat yang tidak seimbang, sementara mahasiswa sering kali tidak memahami konsekuensi ekonomi dan etika digital dari mekanisme tersebut.
2. Sistem *loyalty digital* diduga mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa, mendorong mereka melakukan transaksi yang sebenarnya tidak dibutuhkan demi mengejar poin atau *reward* tertentu, sehingga memunculkan perilaku konsumtif dan ketergantungan.
3. Mahasiswa kerap mengalami kekecewaan atau tekanan psikologis ketika mekanisme *reward* berubah, poin hangus, atau nilai tukar tidak sesuai harapan, menunjukkan adanya unsur *gharar* sekaligus mempengaruhi kesejahteraan psikologis.
4. Sistem *loyalty digital* berpotensi menimbulkan praktik ekonomi yang tidak adil, misalnya mendorong pembelian terus-menerus dengan iming-iming *reward* yang nilai dan manfaatnya tidak jelas, sehingga dapat menimbulkan kerugian finansial dan menurunkan kepercayaan mahasiswa.

C. Pembatasan Masalah

Dengan merujuk pada latar belakang serta identifikasi masalah yang

telah disampaikan, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Penelitian ini tidak membahas penetapan hukum syariah mengenai halal atau haramnya *loyalty digital*. Fokus penelitian diarahkan pada analisis dampak mekanisme *loyalty digital* yang mengandung unsur *riba* dan *gharar* terhadap Mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura.
2. Penelitian hanya memfokuskan pada mekanisme *loyalty digital* yang meliputi poin, koin, *cashback*, *reward*, dan bentuk apresiasi digital lain yang digunakan mahasiswa. Program *digital* lainnya seperti pembayaran, kredit online, *paylater*, investasi *digital*, atau fitur transaksi lain tidak dibahas, kecuali berkaitan langsung dengan mekanisme *loyalty digital*.
3. Objek kajian terbatas pada Mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura sebagai pengguna aktif *platform digital*, dengan fokus pada dampak terhadap perilaku konsumsi, kondisi psikologis dan kecenderungan ekonomi mahasiswa dalam merespons program *loyalty digital*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, sehingga dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Mekanisme Fitur *Loyalty Digital* Tukar Koin Shopee Terhadap Pemahaman Mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura?
2. Bagaimana Dampak Mekanisme Fitur *Loyalty Digital* Tukar Koin Shopee Terhadap Mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura?

E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme fitur *loyalty digital* tukar koin shopee diterapkan dalam praktik bagi mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura.
- b. Untuk menganalisis dampak mekanisme *loyalty digital* tukar koin shopee terhadap perilaku konsumsi, kondisi psikologis, dan persepsi etika mahasiswa.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Pengguna Shopee

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pengguna Shopee, khususnya mahasiswa dan konsumen muslim, mengenai bagaimana sistem *loyalty digital* tukar koin Shopee bekerja. Dengan pemahaman ini, pengguna diharapkan lebih kritis dan bijak dalam memanfaatkan fitur *loyalty digital* agar tidak terjebak dalam praktik yang berpotensi merugikan secara ekonomi maupun etika.

- b. Mahasiswa

Penelitian ini dapat memberikan wawasan baru bagi mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura yang dapat mengembangkan kemampuan analisis mengenai teori ekonomi Islam dalam fenomena nyata yang berkembang di masyarakat, yaitu pada transaksi digital berbasis *E-commerce*.

c. Pemerintah

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam memahami praktik sistem *loyalty digital* di masyarakat dan potensi masalah yang mungkin muncul dari perspektif ekonomi syariah. Temuan ini dapat menjadi acuan dalam penyusunan regulasi atau kebijakan terkait program *reward* digital agar konsumen terlindungi dan prinsip syariah tetap terjaga.

d. Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan menjadi literasi akademik yang dapat dipertanggungjawabkan, khususnya bagi Fakultas Keislaman Universitas Trunodjoyo Madura, serta menjadi referensi bagi mahasiswa dalam mengkaji fenomena *loyalty digital* dari perspektif ekonomi Islam.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan hasil kajian pustaka yang telah dipaparkan peneliti melakukan perbandingan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini imana perbandingan ini mencakup tentang persamaan dan juga perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian ini, ialah sebagai berikut:

1. Penelitian Nurul Asia & Syahriyah Semaun 2025 yang berjudul "*Strategies for Preventing Prohibited Transactions in Islamic Digital Finance: A Reflection on Riba, Gharar, and Maysir*" Penelitian ini membahas potensi transaksi digital finance modern yang dilarang dalam Islam seperti *riba* dan *gharar*, khususnya pada aplikasi yang menawarkan insentif, poin, *cashback*, atau keuntungan tambahan tanpa

akad jelas¹³. *Loyalty digital* dianggap *riba* karena nilai tambahnya tidak seimbang dan mengandung *gharar* karena mekanisme poin dan syarat penukaran yang tidak transparan. Metode penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan reflektif, menganalisis produk dan layanan digital dari perspektif syariah. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meninjau fenomena *loyalty digital* dari perspektif ekonomi Islam, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian ini menekankan identifikasi potensi *riba* dan *gharar* secara umum, sedangkan penelitian saat ini fokus pada mekanisme penukaran koin Shopee dan dampaknya terhadap mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura.

2. Penelitian Arum Indiharwati ditahun 2025 yang berjudul “*Gharar in Shafi’i Jurisprudence: Reassessing Its Validity in E-commerce Transactions.*” Penelitian ini membahas konsep *gharar* dalam fiqh Syafi’i dan penerapannya pada transaksi digital termasuk *membership* dan sistem *reward*¹⁴. Ketidakjelasan nilai *reward*, masa berlaku, metode penukaran, dan perubahan aturan sepihak oleh platform dianggap sebagai *gharar fahisy* yang dilarang karena berpotensi merugikan pengguna. *Loyalty digital* rentan terhadap *gharar* ketika akad tidak eksplisit, risiko tidak diketahui, dan perolehan poin bersifat tidak pasti. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan

¹³ Asia, N., & Semaun, S. (2025). Strategies for Preventing Prohibited Transactions in Islamic Digital Finance: A Reflection on Riba, Gharar, and Maysir. *El-Kahfi: Journal of Islamic Economics*, 6(2)

¹⁴ Indiharwati, A., Aji, H., & Firmansyah, M. (2025). Gharar in Shafi’i Jurisprudence: Reassessing Its Validity in E-Commerce Transactions. *Al-Iktisab: Journal of Islamic Economic Studies*, 7(1), 44–59. <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/aliktisab/article/view/14583>

literatur dan analisis komparatif. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menyoroti *loyalty digital* dari perspektif ekonomi Islam, sedangkan perbedaannya penelitian Arum Indiharwati dkk menekankan validitas *gharar* dalam fiqh Syafi'i, sementara penelitian ini fokus pada dampak mekanisme koin Shopee terhadap mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura.

3. Penelitian Ichsanul Reihan Adel & Afdhol Rinaldi (2025)¹⁵ yang berjudul "*Gharar in Digital Economic Transactions: A Qualitative Analysis of E-commerce Practices.*" Penelitian ini membahas tentang praktik digital yang rentan *gharar* seperti sistem *cashback*, penukaran *reward*, dan bonus transaksional yang tidak dijelaskan secara rinci. Ketidakjelasan informasi, perubahan nilai *reward*, dan sistem poin yang tidak transparan menjadi faktor dominan munculnya *gharar*. Dalam *loyalty digital* pengguna tidak mengetahui secara pasti nilai ekonomis *reward* yang diterima. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan analisis empiris dan dokumentasi praktik *e-commerce*. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti *loyalty digital* dari perspektif ekonomi Islam, sedangkan perbedaannya penelitian ini menekankan analisis *gharar* dalam praktik *e-commerce* secara umum, sedangkan penelitian ini fokus pada mekanisme koin Shopee dan dampaknya terhadap mahasiswa Universitas Trunodjoyo

¹⁵ Adel, I. R., & Rinaldi, A. (2025). *Gharar in Digital Economic Transactions: A Qualitative Analysis of E-Commerce Practices*. *Java Iqtishod: Journal of Applied Waqf and Islamic Economics*, 3(1), 55–67. <https://naaspublishing.com/index.php/jawi/article/view/185>

Madura.

4. Penelitian Asma Munifatussaidah dkk. tahun 2024 yang berjudul *“Digital Wallet Transactions: Insight from Islamic Economic and Legal Perspective.”* Penelitian ini menelaah transaksi dompet digital, termasuk *cashback*, *voucher*, dan *reward point* yang sering dipromosikan oleh platform startup digital¹⁶. Dalam perspektif hukum ekonomi Islam, peneliti menilai bahwa sistem *cashback* atau *reward* digital dapat mengandung unsur riba apabila terdapat tambahan nilai tanpa akad yang jelas atau menjadikan transaksi pokok bergantung pada tambahan tersebut. *Reward* digital juga berpotensi menjadi gharar karena tidak ada kepastian mengenai nilai tukar *reward*, batas waktu, serta syarat penggunaan yang seringkali berubah. Hasil penelitian ini secara langsung mendukung argumen bahwa *loyalty digital* berpotensi mengandung riba dan gharar, sehingga penting untuk dianalisis dampaknya pada mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura.
5. Penelitian oleh Maryani, Zainal Arifin, Ni'matussidqiyyah, Mawar Ruli, Wanda Atri Kusuma, Aulia Fitri, Khairil Ihsan (2025)¹⁷ yang berjudul *“Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Sistem Membership dan Loyalty Points dalam E-commerce Halal”* (2025). Penelitian ini membahas transaksi dompet digital, termasuk *cashback*, *voucher*, dan

¹⁶ Munifatussaidah, A., Fitria, N., & Hanafi, R. (2024). Digital Wallet Transactions: Insight from Islamic Economic and Legal Perspective. *Journal of Economics and Business Administration*, 15(2), 88–102. <https://e-journal.unair.ac.id/JEBA/article/view/66130>

¹⁷ Maryani, M., Arifin, Z., Ni'matussidqiyyah, N., Ruli, M., Kusuma, W. A., Fitri, A., & Ihsan, K. (2023). Analisis hukum ekonomi syariah terhadap sistem membership dan loyalty points dalam e-commerce halal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 15(2), 100–112.

reward point yang ditawarkan oleh platform startup digital. Fokus penelitian menyoroti potensi riba ketika terdapat tambahan nilai tanpa akad yang jelas atau transaksi pokok bergantung pada tambahan tersebut. *Reward* digital juga mengandung *gharar* karena ketidakpastian nilai tukar *reward*, masa berlaku, dan syarat penggunaan yang sering berubah. Metode penelitian yang digunakan bersifat kualitatif dengan pendekatan literatur dan analisis hukum ekonomi islam untuk menilai praktik transaksi digital. Tujuan penelitian ini adalah menilai potensi unsur *riba* dan *gharar* dalam sistem transaksi dompet digital dan *reward point*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah keduanya meninjau fenomena *loyalty digital* dari perspektif ekonomi Islam serta menilai risiko *riba* dan *gharar*. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian Maryani dkk. menekankan transaksi dompet digital secara umum, sedangkan penelitian ini fokus pada mekanisme penukaran koin dalam fitur *loyalty digital* Shopee dan dampaknya terhadap mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura.

G. Sistematika Kepenulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam pembahasan skripsi ini penulis Menyusun sistematika sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN: Pendahuluan berisi sebagai pengantar dari penulisan skripsi secara keseluruhan. Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian Pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI: Berisi penjelasan mengenai teori-teori yang

bertujuan sebagai landasan pembahasan yang berkaitan dengan Analisis *Gharar* dan *Riba* dalam Skema Fitur *Loyalty Digital*

BAB III METODE PENELITIAN: Bab ini menjelaskan tentang tata cara penulis dalam melakukan penelitian. Dalam bab ini terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN: Bab ini membahas tentang paparan data yang ditemukan penulis melalui proses analisis hasil yang diperoleh dari mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura sebagai pengguna aktif Shopee. Mencakup mekanisme perolehan dan penukaran koin dalam fitur *loyalty digital* Shopee, serta analisis dampak adanya unsur *gharar* dan *riba* terhadap perilaku konsumsi dan kondisi mahasiswa.

BAB V PENUTUP: Bab ini merupakan jawaban yang sah kesimpulan dalam pokok permasalahan yang telah diterapkan dan dianalisis sebelumnya. Dalam bab ini juga disertakan saran yang bermanfaat untuk penelitian berikutnya.