



AICONOMIA:

Jurnal Hukum Ekonomi Syariah

Vol.5, No.1, Juni 2026, pp. 56-75

ISSN: 2985-5780

DOI: <https://doi.org/10.32939/acm.v5i1.6848>

Website: <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/aiconomia/>

Analisis Kesesuaian Mekanisme Perolehan Koin Shopee dan Kupon Bonus TikTok Shop Dalam Perspektif Akad Ju'alah Berdasarkan Fatwa DSN-MUI

Khoirunisa Agustina¹, Istianah², Makhrus³, Encep Saepudin⁴

^{1,2,3,4} Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia

Jl. KH. Ahmad Dahlan, Dukuhwaluh, Kec. Kembaran, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53182.

Article Info

Publish : 30-06-2026

Keyword

E-Commerce;
Marketplace; Reward;
Ju'alah Contract; DSN-
MUI Fatwa.

E-mail:

khoirunisaagustina
@gmail.com

Abstract

The development of e-commerce has encouraged the emergence of digital reward systems given to users based on certain activities. The Shopee and TikTok Shop platforms have developed rewards to increase user participation, but have not been widely studied from the perspective of the ju'alah contract based on the DSN-MUI Fatwa No. 62/2007. This study aims to analyze the mechanism of obtaining Shopee Coins and TikTok Shop Bonus Coupons from the perspective of the DSN-MUI fatwa on the ju'alah contract. The method used is qualitative research with a normative juridical approach through documentation studies and non-participant observation. The results show that although the digital reward mechanism in e-commerce has similarities with the ju'alah contract, especially in providing rewards for an activity, its implementation is not fully in line with the principles set out in the fatwa. In Shopee Coins, the conformity is seen in the product purchase feature and daily missions that have clear provisions, but in the game feature there are still elements of uncertainty in rewards (jahalah) and certain conditions that can reduce the clarity of the contract. Meanwhile, the TikTok Shop Bonus Coupon tends to align more closely with the principles of ju'alah because it offers clearly defined rewards from the outset. This study concludes that digital reward practices in e-commerce face challenges in fully implementing the ju'alah contract, particularly due to the dynamic and gamification-based nature of the system. Therefore, developing a more adaptive understanding of Islamic jurisprudence (fiqh) is necessary to accommodate digital innovation without neglecting sharia principles.

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.



Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat memungkinkan hampir setiap individu mengakses dan memanfaatkan layanan internet dengan mudah (M. L. Hakim et al., 2023). Kehadiran teknologi memberikan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya sosial dan ekonomi. Dalam bidang ekonomi, teknologi mempermudah pelaku usaha dalam memasarkan produk serta memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam

berbelanja (Fathaniyah et al., 2023). Pemanfaatan teknologi informasi ini membuat *e-commerce* sebagai media bisnis yang efektif bagi masyarakat modern dan menjadikannya peluang yang menjanjikan (M. L. Hakim et al., 2023). Perkembangan tersebut turut mendorong beragamnya media penjualan, mulai dari website, media sosial, hingga aplikasi *marketplace* yang semakin efisien dan praktis (Fathaniyah et al., 2023).

E-commerce muncul sebagai kekuatan pasar baru yang kuat sebagai hasil dari kemajuan teknologi digital, akses internet yang semakin luas, perubahan perilaku konsumen, serta inovasi sistem pembayaran dan promosi berbasis digital. Perubahan tersebut menjadikan *e-commerce* tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi jual beli, tetapi juga sebagai ruang kompetisi antarplatform dalam menarik dan mempertahankan pengguna (Tong et al., 2022). Salah satu strategi yang banyak digunakan oleh platform *marketplace* adalah penggunaan sistem imbalan (*reward*) dalam bentuk koin digital yang diberikan kepada pengguna setelah memenuhi syarat atau melakukan aktivitas tertentu di dalam platform *marketplace* (Pereira et al., 2025).

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, Shopee tercatat sebagai platform *e-commerce* yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia dengan tingkat penggunaan sebesar 53,22%. Sementara itu, TikTok Shop menempati posisi kedua dengan persentase pengguna sebesar 27,37%, yang menunjukkan peningkatan signifikan dan menjadikannya pesaing kuat di pasar *e-commerce* nasional (Lestari, 2025). Kedua *marketplace* tersebut mengembangkan fitur *reward* masing-masing, yaitu Koin Shopee dan Kupon Bonus. Kedua sistem *reward* tersebut berfungsi sebagai nilai manfaat yang dapat digunakan pengguna untuk memperoleh potongan harga atau keuntungan tertentu dalam transaksi berikutnya. *Reward* digital ini pada umumnya tidak diberikan secara cuma-cuma, melainkan diperoleh melalui mekanisme dan persyaratan tertentu yang harus dipenuhi oleh pengguna (Pratiwi & Simanjuntak, 2025).

Dalam Islam, pemberian imbalan atas suatu perbuatan atau aktivitas tertentu dapat dianalisis melalui konsep akad ju'alah, yaitu janji pemberian upah atau imbalan dari satu pihak kepada pihak lain atas tercapainya suatu pekerjaan atau hasil yang telah ditentukan (Nurhayati & Wasilah, 2015). Akad ju'alah menekankan adanya kejelasan pihak, objek pekerjaan, serta imbalan, serta menuntut terhindarnya praktik muamalah dari unsur *gharar*, *maisir*, dan ketidakadilan (Cahyadi et al., 2025). Meskipun koin Shopee dan kupon bonus memiliki tujuan yang sama sebagai instrumen promosi dan loyalitas pengguna, kedua fitur tersebut memiliki perbedaan dalam mekanisme perolehan, tingkat kepastian imbalan, serta kompleksitas syarat partisipasi.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji sistem koin dan *reward* digital pada berbagai platform *e-commerce* dalam perspektif ekonomi syariah dan fiqh muamalah. Penelitian oleh Barara & Zen, (2025) menegaskan bahwa akad ju'alah dapat dijadikan dasar hukum dalam sistem *reward* digital pada platform *e-commerce*.

Di sisi lain, Hakim et al., (2023) meninjau kedudukan hukum *reward* digital sebagai instrumen transaksi elektronik dari perspektif fatwa uang elektronik dan menekankan fungsinya sebagai hadiah atau potongan harga. Namun, penelitian terdahulu belum mengkaji secara spesifik mekanisme perolehan *reward* digital dalam perspektif akad ju'alah. Selain itu, analisis komparatif antara koin Shopee dan kupon bonus TikTok Shop masih belum dilakukan, sehingga menyisakan celah kajian yang perlu diteliti.

Penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi mengingat semakin masifnya penggunaan *reward* digital berupa koin pada platform *e-commerce* yang melibatkan jutaan pengguna Muslim di Indonesia, sementara mekanisme perolehannya kerap mensyaratkan partisipasi tertentu yang berpotensi menimbulkan persoalan syariah. Perbedaan mekanisme antara koin Shopee dan kupon bonus TikTok Shop menunjukkan adanya variasi penerapan *reward* digital yang belum tentu sejalan dengan prinsip akad ju'alah, khususnya terkait kejelasan pekerjaan, kepastian imbalan, dan potensi unsur *gharar*. Oleh karena itu, analisis komparatif dalam perspektif hukum ekonomi syariah menjadi penting untuk memberikan kejelasan normatif bagi pengguna, pelaku usaha, dan pengelola platform agar praktik *reward* digital dapat berjalan secara adil, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan mekanisme perolehan koin Shopee dan kupon bonus TikTok Shop dalam perspektif fatwa DSN MUI tentang akad ju'alah. Analisis komparatif ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat kesesuaian masing-masing mekanisme *reward* digital dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, serta menjadi kontribusi akademik dalam pengembangan kajian muamalah kontemporer di era digital.

Metode

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan *yuridis normatif*. Pendekatan *yuridis normatif* digunakan untuk menganalisis mekanisme perolehan koin Shopee dan kupon bonus TikTok Shop melalui perspektif hukum syariah dengan cara menafsirkan, mengkonstruksi, dan membandingkan ketentuan normatif yang terdapat dalam Fatwa DSN-MUI No. 62/2007 tentang akad ju'alah dengan praktik yang diterapkan oleh Shopee dan TikTok Shop sebagai platform *e-commerce* (Marzuki, 2017). Subjek pada penelitian ini yaitu platform *e-commerce* Shopee dan TikTok Shop. Subjek ini dipilih berdasarkan pada tingginya jumlah pengguna, popularitas platform, serta banyaknya aktivitas pengguna yang dapat dianalisis melalui observasi aplikasi. Unit analisis meliputi fitur dan mekanisme perolehan *reward* digital pada Shopee dan TikTok Shop yang mencakup jenis tugas atau aktivitas yang disyaratkan, bentuk dan nilai imbalan (*reward*), tingkat kejelasan dan kepastian imbalan, syarat dan ketentuan yang berlaku, serta potensi unsur ketidakpastian (*gharar*) dalam mekanisme tersebut, yang mana hal-hal tersebut akan menjadi kunci dalam kesesuaian mekanisme dengan fatwa DSN-MUI.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi dan observasi non-partisipan. Dokumentasi dengan melakukan pengumpulan data dari syarat dan ketentuan resmi, halaman bantuan (*help center*), kebijakan promo, serta dokumen terkait fitur koin Shopee dan kupon bonus TikTok Shop. Sedangkan observasi non-partisipan dilakukan secara langsung terhadap aplikasi Shopee dan TikTok Shop dengan cara menelusuri fitur *reward* seperti check-in harian, misi, klaim kupon, dan aktivitas interaktif lainnya (Moleong & Surjaman, 2014). Observasi dilakukan dalam rentang waktu 2 bulan (Desember 2025-Januari 2026) untuk mengidentifikasi pola, konsistensi mekanisme, serta variasi bentuk *reward* yang ditawarkan. Data hasil observasi didokumentasikan dalam bentuk tangkapan layar (*screenshot*) dan catatan sistematis sebagai bahan analisis (Sugiyono, 2016). Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber melalui perbandingan hasil observasi non-partisipan dan dokumentasi resmi platform (Moleong & Surjaman, 2014). Serta peningkatan ketekunan pengamatan guna memastikan konsistensi dan kedalaman temuan.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model analisis kualitatif interaktif Miles et al., (2014) yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Secara lebih spesifik, analisis dilakukan dengan pendekatan komparatif-normatif, yaitu membandingkan setiap unit analisis pada mekanisme *reward* Shopee dan TikTok Shop dengan rukun dan syarat akad ju'alah yang meliputi pihak yang berakad (*ja'il* dan *maj'ul labu*), objek pekerjaan (*ma'qud 'alaih*), imbalan (*ju'l*), dan sighat (pernyataan akad). Melalui proses tersebut, penelitian ini mengidentifikasi tingkat kesesuaian, potensi penyimpangan, serta aspek-aspek yang memerlukan penyesuaian terhadap prinsip syariah sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 62 Tahun 2007 tentang akad ju'alah.

Hasil dan Pembahasan

Mekanisme Perolehan Koin Shopee

Shopee merupakan platform *marketplace* digital yang dikelola oleh Sea Limited dan berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli dalam transaksi barang secara online dengan dukungan sistem pembayaran dan logistik terintegrasi. Sejak diluncurkan pada tahun 2015, keberagaman produk yang ditawarkan menjadikan Shopee sebagai salah satu media transaksi belanja online yang banyak digunakan konsumen (Romadhiana & Saepudin, 2024). Dalam konteks pemasaran, konsumen memegang peran strategis bagi keberlangsungan usaha, sehingga keberhasilan pemasaran tidak hanya ditentukan oleh tingkat penjualan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen melalui pemahaman terhadap kebutuhan dan nilai yang dirasakan pelanggan (Majidah & Istianah, 2023).

Hasil observasi terhadap kebijakan, fitur, dan ketentuan penggunaan platform Shopee menunjukkan bahwa koin Shopee merupakan poin loyalitas yang diberikan kepada pengguna sebagai bentuk *reward* atas pelaksanaan aktivitas tertentu yang

telah ditetapkan oleh pihak Shopee (Situmorang et al., 2023). Koin ini diperoleh baik melalui aktivitas transaksional, seperti pembelian barang atau jasa yang disertai program cashback dan penggunaan *voucher* tertentu, maupun melalui aktivitas non-transaksional, seperti *reward* koin harian dengan mekanisme check-in pada aplikasi. Setiap koin yang diperoleh memiliki nilai nominal setara dengan Rp1 (satu rupiah) ketika digunakan sebagai pengurang nilai transaksi (Khomairohtusshiyamah, 2025).

Dalam aspek penggunaan, koin Shopee hanya dapat dimanfaatkan dalam lingkup ekosistem Shopee dan tidak dapat dicairkan atau ditukarkan dengan uang tunai. Koin ini dapat digunakan sebagai metode pembayaran sebagian pada berbagai jenis transaksi, seperti pembelian produk di Shopee, pembayaran pada *merchant* tertentu melalui ShopeePay, pembelian produk digital dan *e-voucher*, penukaran *voucher* Scan & Bayar ShopeePay, serta penukaran item atau *voucher* dalam fitur Shopee *Games* (Syafi'i et al., 2021).

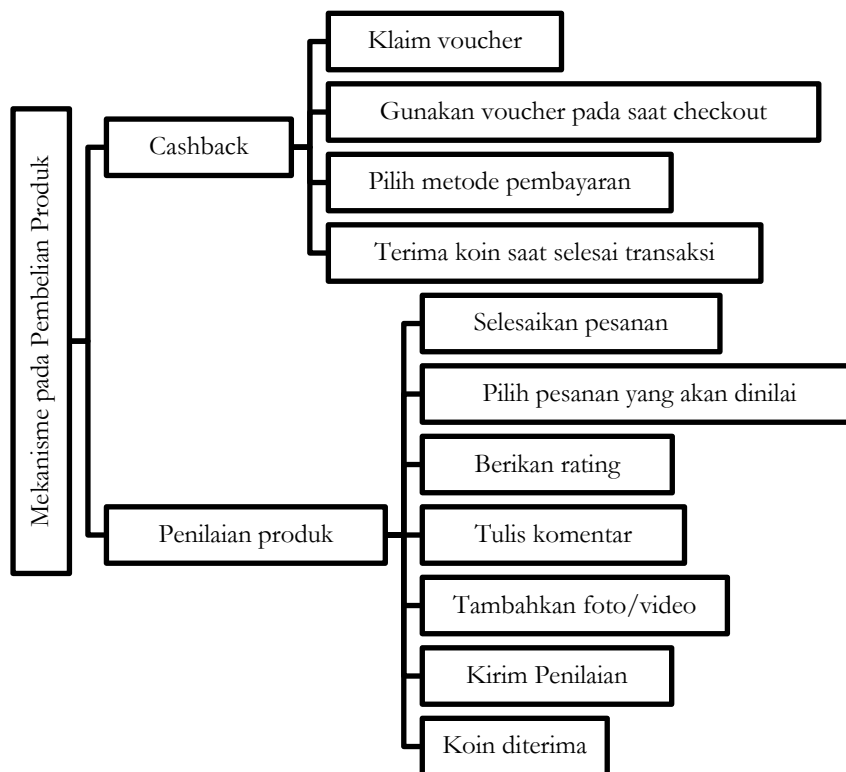
Tabel 1. Batas penggunaan koin Shopee

	Penggunaan koin maks. Per transaksi	Penggunaan koin maks. Per Hari	Penggunaan koin maks. Per minggu
Pembelian di shopee	25% dari jumlah transaksi	1.000.000	3.000.000
Pembelian ke merchant shopeepay	50% dari jumlah transaksi	1.000.000	3.000.000
Pembelian produk digital (seperti e-voucher)	25% dari jumlah transaksi	1.000.000	3.000.000
Pembelian voucher scan & bayar shopeepay	50% dari jumlah transaksi	1.000.000	3.000.000

Sumber: Shopee Indonesia, 2025

Mekanisme perolehan koin Shopee dapat diklasifikasikan ke dalam empat kategori utama, yaitu melalui pembelian produk, pelaksanaan misi harian, partisipasi dalam *event* promosi, dan keterlibatan dalam permainan (*games*) yang disediakan oleh platform (Mardani et al., 2024). Pertama, perolehan koin melalui pembelian produk merupakan mekanisme yang paling dominan dan berkaitan langsung dengan aktivitas transaksi jual beli, di mana pengguna memperoleh koin berdasarkan nilai pesanan serta penggunaan promo *cashback* yang berlaku. *Cashback* merupakan salah satu strategi promosi yang diterapkan oleh Shopee, di mana konsumen memperoleh pengembalian dana dalam bentuk uang tunai, mata uang virtual, atau produk tertentu. Namun, untuk mendapatkan *cashback*, konsumen harus memenuhi persyaratan pembelian yang telah ditetapkan oleh Shopee (Andarini, 2021).

Gambar 1. Mekanisme perolehan koin Shopee pada pembelian produk



Sumber: (Shopee Indonesia, 2025a)

Dalam perspektif etika Islam, kejelasan informasi mengenai imbalan dalam suatu transaksi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari prinsip kejujuran (*Sidq*) dan keterbukaan (*transparency*) dalam muamalah (Altsaury et al., 2024). Pada kategori ini, mekanisme perolehan koin menunjukkan adanya tingkat kepastian yang relatif tinggi, di mana pengguna telah mengetahui secara jelas jumlah imbalan yang akan diterima sebelum melakukan aktivitas tertentu. Hal ini sejalan dengan prinsip syariah yang menekankan pentingnya kejelasan dalam akad serta larangan terhadap praktik yang mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*). Dalam konteks akad ju'alah, kejelasan imbalan (*ju'ul*) menjadi salah satu syarat utama yang harus dipenuhi agar akad tersebut dapat dinilai sah (Chang et al., 2024).

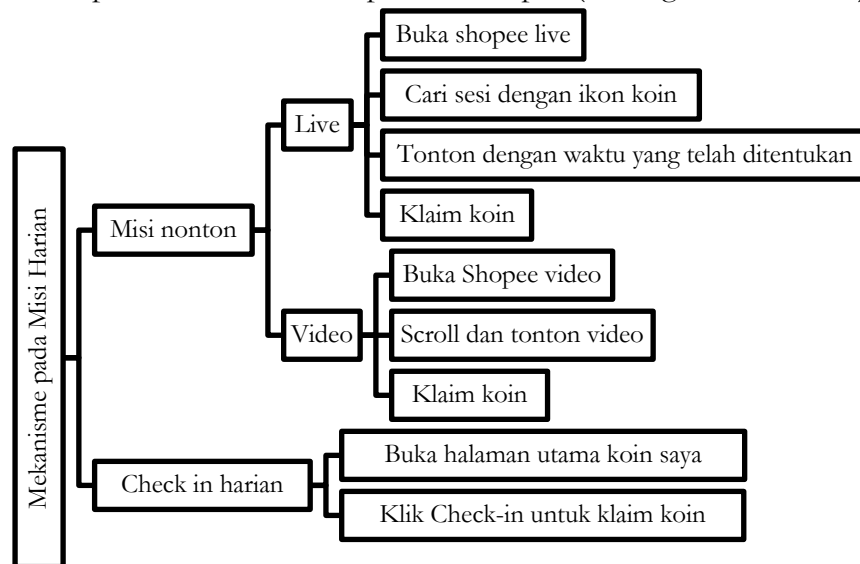
Sebagai contoh, pada mekanisme *voucher cashback*, persentase koin yang diterima telah dicantumkan secara rinci dan disesuaikan dengan nilai transaksi yang dilakukan oleh pengguna. Dengan adanya transparansi ini, pengguna dapat memperkirakan secara pasti manfaat yang akan diperoleh sebelum melakukan transaksi. Kondisi ini mencerminkan pemenuhan prinsip keadilan (*'adl*) dalam Islam, di mana tidak terdapat unsur yang merugikan salah satu pihak akibat ketidakjelasan informasi (Altsaury et al., 2024).

Hal yang sama juga terlihat pada mekanisme penilaian produk, di mana jumlah koin yang akan diperoleh telah diinformasikan sebelumnya kepada

pengguna. Namun, berbeda dengan *voucher cashback*, jumlah koin pada penilaian produk dapat bervariasi tergantung pada jenis dan nilai produk yang dinilai (Wu et al., 2020). Variasi ini, meskipun tidak secara langsung menghilangkan kepastian, tetap memerlukan perhatian dalam perspektif fikih, khususnya terkait dengan tingkat kejelasan objek imbalan. Dalam hal ini, transparansi tetap menjadi faktor kunci yang menentukan apakah variasi tersebut masih berada dalam batas yang dapat ditoleransi atau justru berpotensi menimbulkan *gharar* (Saleh, 2021).

Transparansi imbalan dalam mekanisme ini tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan syarat administratif dalam akad ju'alah, tetapi juga sebagai instrumen yang digunakan oleh platform untuk mendorong partisipasi dan aktivitas pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa praktik *reward* digital tidak sepenuhnya netral, melainkan memiliki dimensi strategis dalam membentuk perilaku konsumsi. Dalam kerangka maqashid syariah, khususnya dalam menjaga harta (*hifz al-māl*), kondisi ini perlu ditelaah lebih lanjut, karena dorongan konsumtif yang berlebihan dapat bertentangan dengan prinsip keseimbangan dan kemaslahatan (Azizah, 2024).

Kedua, mekanisme misi harian mencakup berbagai aktivitas non-transaksional yang relatif sederhana yang dirancang untuk meningkatkan interaksi pengguna dengan berbagai fitur yang disediakan oleh Shopee. Dalam mekanisme ini, pengguna diminta untuk menyelesaikan tugas-tugas tertentu, seperti *check-in* harian, membuka halaman fitur tertentu, atau menonton video dan live, untuk kemudian memperoleh imbalan berupa koin Shopee (Hwang & Choi, 2020).



Gambar 2. Mekanisme perolehan koin Shopee pada Misi Harian

Sumber: Shopee, 2024

Dalam perspektif etika Islam, setiap bentuk imbalan yang diberikan atas suatu aktivitas harus didasarkan pada kejelasan pekerjaan dan kepastian imbalan, sebagaimana prinsip yang terkandung dalam akad ju'alah. Mekanisme misi harian pada platform Shopee mencerminkan praktik pemberian imbalan atas aktivitas non-transaksional yang relatif sederhana, seperti *check-in* harian, membuka fitur

tertentu, serta menonton video atau siaran langsung. Aktivitas-aktivitas tersebut dirancang untuk meningkatkan interaksi pengguna dengan platform, yang dalam konteks muamalah dapat dipahami sebagai bentuk pekerjaan (*'amal*) yang menjadi dasar pemberian imbalan (Hwang & Choi, 2020).

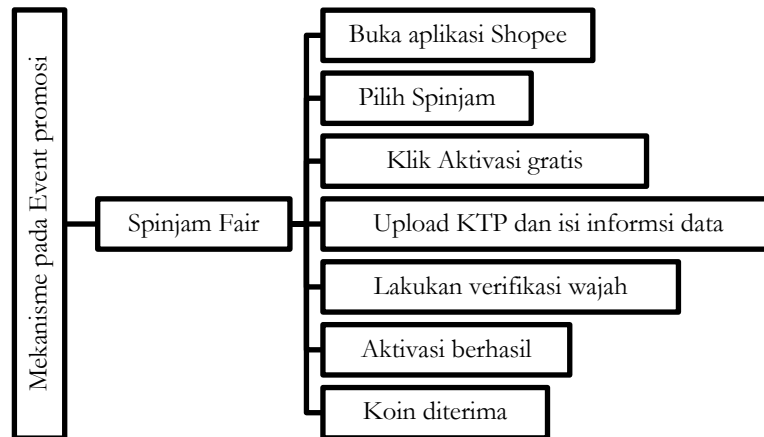
Pada mekanisme *check-in* harian, besaran koin yang diperoleh telah ditentukan secara pasti dan ditampilkan kepada pengguna sejak awal (Shopee, 2024). Hal ini menunjukkan adanya kejelasan imbalan (*ju'ul*) yang menjadi salah satu syarat sah dalam akad *ju'alah* (Chang et al., 2024). Dengan demikian, pengguna dapat mengetahui secara pasti jumlah koin yang akan diterima sebelum melakukan aktivitas, sehingga mekanisme ini relatif terhindar dari unsur *gharar* atau ketidakpastian. Kondisi ini sejalan dengan prinsip keadilan (*'adl*) dalam Islam, di mana setiap pihak memperoleh haknya secara jelas tanpa adanya unsur yang merugikan akibat ketidakjelasan informasi (Altsaury et al., 2024).

Sementara itu, pada mekanisme menonton (live dan video), Shopee menetapkan ketentuan imbalan sebesar 2 koin untuk setiap 1 menit aktivitas menonton. Secara prinsip, hal ini juga mencerminkan adanya kejelasan dalam satuan imbalan yang diberikan. Namun, jika ditelaah lebih lanjut, total koin yang diterima oleh pengguna bergantung pada durasi aktivitas yang dilakukan, sehingga akumulasi imbalan bersifat variatif. Variasi ini pada dasarnya masih berada dalam koridor yang dapat diterima dalam akad *ju'alah*, karena ketidakpastian tidak terletak pada nilai imbalan per unit pekerjaan, melainkan pada intensitas partisipasi pengguna itu sendiri (Wulandari et al., 2025).

Meskipun demikian, mekanisme ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pemenuhan syarat akad, tetapi juga sebagai strategi platform dalam mempertahankan keterlibatan pengguna secara berkelanjutan. Pemberian imbalan berbasis durasi aktivitas, khususnya pada konten live dan video, berpotensi mendorong pengguna untuk menghabiskan waktu lebih lama dalam ekosistem platform. Dalam kerangka *maqashid* syariah, kondisi ini perlu ditinjau lebih lanjut, terutama dalam kaitannya dengan prinsip menjaga keseimbangan (*tawazun*) dan kemaslahatan, agar tidak mendorong perilaku yang berlebihan atau kurang produktif (Salsabila et al., 2026).

Ketiga, perolehan koin melalui *event* promosi merupakan mekanisme yang bersifat temporal dan bergantung pada kebijakan Shopee dalam periode tertentu, seperti program “Spinjam Mission” yang berlangsung pada tanggal 19–25 Desember 2025, di mana pengguna dapat memperoleh koin setelah memenuhi misi khusus yang telah ditetapkan oleh platform (Shopee Indonesia, n.d.).

Gambar 3. Mekanisme perolehan koin Shopee pada Event Promosi



Sumber: Shopee Indonesia, n.d.

Dalam Islam, praktik promosi dalam kegiatan ekonomi tidak dapat dilepaskan dari prinsip-prinsip etika yang menekankan keadilan (*al-'adl*), kejujuran (*al-ṣidq*), serta tanggung jawab (*al-amanah*) dalam setiap transaksi. Perolehan koin melalui *event* promosi, seperti program *Spinjam Mission*, pada dasarnya merupakan bagian dari strategi pemasaran digital yang bertujuan meningkatkan partisipasi pengguna dalam ekosistem platform. Dalam perspektif ekonomi Islam, praktik semacam ini tidak serta-merta dilarang, selama dilaksanakan dengan prinsip transparansi dan tidak mengandung unsur yang merugikan salah satu pihak. Hal ini sejalan dengan ketentuan syariah yang menekankan bahwa setiap bentuk transaksi harus dilakukan secara jelas dan tidak mengandung unsur kebatilan, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah [2]:188 (Altsaury et al., 2024).

Dalam mekanisme *Spinjam Mission*, imbalan berupa koin telah ditentukan secara jelas sejak awal partisipasi, misalnya sebesar 50.000 koin yang diberikan setelah pengguna menyelesaikan misi tertentu (shopeepay_id, 2025). Kejelasan ini menunjukkan terpenuhinya prinsip transparansi dalam akad, serta kesesuaian dengan konsep *ju'alah* dalam fikih muamalah, di mana imbalan diberikan atas suatu pekerjaan yang telah ditentukan (Rohimah & Huda, 2025).

Namun, persoalan menjadi lebih kompleks ketika mekanisme promosi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pemberian imbalan, tetapi juga sebagai instrumen untuk mendorong perilaku ekonomi tertentu. Event promosi yang bersifat temporal dan terbatas sering kali dirancang untuk menciptakan rasa urgensi (*sense of urgency*) pada pengguna, sehingga mendorong mereka untuk segera berpartisipasi tanpa pertimbangan yang matang. Dalam konteks ini, praktik tersebut berpotensi memicu perilaku konsumtif yang berlebihan, yang dalam Islam dikategorikan sebagai *tabdzir* (pemborosan). Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Isra' [17]:27, "Sesungguhnya orang-orang yang boros adalah saudara-saudara setan." Ayat ini menegaskan bahwa setiap aktivitas ekonomi harus mempertimbangkan aspek

keseimbangan dan tidak mendorong perilaku yang melampaui kebutuhan (Adawiah et al., 2024).

Selain itu, keterkaitan *event* promosi dengan program tertentu seperti *Spinjam* juga perlu ditelaah dari perspektif keadilan dalam transaksi. Dalam ekonomi Islam, prinsip keadilan tidak hanya mencakup kejelasan akad, tetapi juga memastikan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan atau terdorong pada keputusan ekonomi yang tidak proporsional (Adawiah et al., 2024). Apabila pemberian imbalan dikaitkan dengan aktivitas finansial tertentu, seperti penggunaan layanan pinjaman atau transaksi tertentu, maka hal ini berpotensi menimbulkan ketergantungan atau dorongan yang tidak sehat dalam pengambilan keputusan ekonomi (Salsabila et al., 2026).

Dalam kondisi tertentu, praktik ini bahkan dapat memiliki kemiripan struktural dengan pemberian manfaat tambahan yang terkait dengan aktivitas keuangan, yang perlu diwaspadai agar tidak mendekati praktik yang dilarang seperti riba atau bentuk eksploitasi ekonomi lainnya. Secara formal mekanisme ini telah memenuhi prinsip kejelasan imbalan dan tidak mengandung *gharar*, namun dampak jangka panjang terhadap perilaku konsumsi, stabilitas ekonomi individu, serta keseimbangan dalam pasar digital tetap perlu menjadi perhatian (Adawiah et al., 2024).

Keempat, mekanisme perolehan koin melalui permainan mencakup berbagai fitur gamifikasi yang disediakan oleh Shopee, seperti Shopee Blockzi, Shopee Tanam, Shopee Capit, Shopee Candy, Shopee Bubble, Shopee CekiCeki, Shopee Cocoki, Shopee Fruity, dan Shopee Lucky Prize. Melalui permainan tersebut, pengguna dapat memperoleh koin Shopee dengan mengikuti ketentuan yang telah ditetapkan oleh platform. Pada umumnya, perolehan koin melalui permainan tidak bersifat pasti karena jumlah koin yang diterima bergantung pada hasil permainan dan sistem penentuan hadiah. Pada beberapa permainan seperti Shopee Candy dan Shopee Bubble, imbalan diberikan dalam bentuk berlian yang harus dikumpulkan terlebih dahulu sebelum ditukarkan menjadi koin, dengan jumlah koin yang diperoleh bersifat acak. Namun, berlian tersebut baru dapat ditukarkan menjadi koin setelah mencapai jumlah tertentu, yaitu 100 berlian untuk Shopee Candy dan 50 berlian untuk Shopee Bubble (B. Hakim et al., 2025).

Mekanisme permainan tersebut menunjukkan adanya ketidakpastian (*gharar*) dalam aspek hasil (*natijah*) dari pekerjaan yang dilakukan pengguna. Meskipun syarat penukaran berlian ke dalam koin telah ditentukan secara kuantitatif, yaitu 100 berlian untuk Shopee Candy dan 50 berlian untuk Shopee Bubble, jumlah koin yang diperoleh setelah penukaran bersifat acak dan tidak dapat diketahui secara pasti sejak awal. Kondisi ini menyebabkan pengguna tidak memiliki gambaran yang jelas mengenai nilai imbalan yang akan diterima, meskipun telah menyelesaikan pekerjaan yang disyaratkan (Altsaury et al., 2024).

Di sisi lain, pada permainan Shopee Lucky Prize, imbalan yang diberikan juga bersifat spekulatif dan tidak dapat dipastikan sebelumnya. Hadiah yang diperoleh pengguna dapat berupa koin Shopee maupun bentuk *reward* lainnya, seperti voucher diskon atau gratis ongkir. Jumlah koin yang diberikan juga bervariasi, mulai dari 5, 50, 1.000, hingga maksimal 100.000 koin. Mekanisme permainan Shopee Lucky Prize dilakukan dengan cara pengguna memecahkan telur melalui gesekan layar pada gambar telur yang tersedia, kemudian memperoleh token. Token tersebut selanjutnya ditukarkan dengan hadiah berupa voucher yang jenis dan nilainya tidak dapat dipilih oleh pengguna, karena penentuan hadiah sepenuhnya dilakukan secara acak oleh pihak Shopee (Bunyamin et al., 2025).

Mekanisme game Shopee Lucky Prize ditinjau dari fiqh muamalah tidak memenuhi syarat dan rukun dengan menggunakan akad jual beli pada bagian objek jual beli. Objek jual beli dari Lucky Prize bersifat samar, hal ini dibuktikan dengan pengguna tidak mengetahui hadiah yang akan diperoleh pada saat akad. Transaksi pembelian token guna mendapatkan hadiah yang lebih besar juga akan mengarah pada permainan perjudian dan permainan yang mengarah kepada perjudian tidak diperbolehkan (Bunyamin et al., 2025).

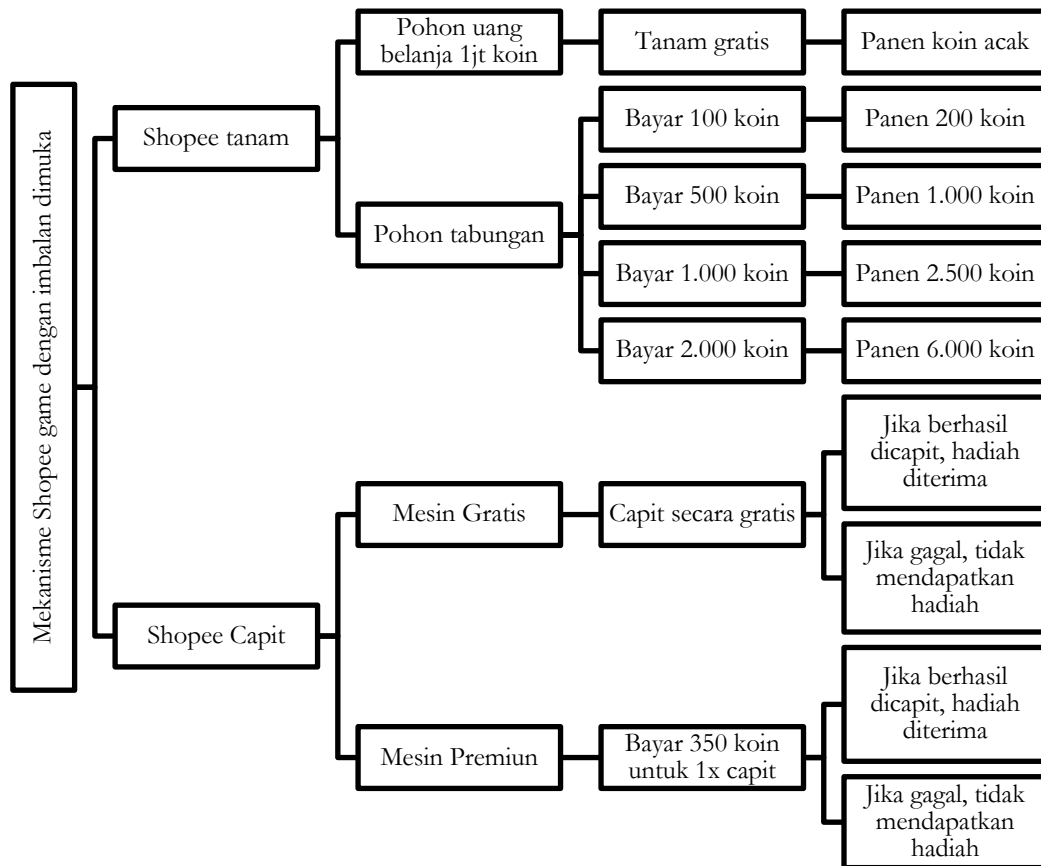
Selain itu, terdapat permainan dengan sistem pembagian hadiah berdasarkan jumlah pemenang, sehingga besaran koin yang diterima oleh setiap pengguna bergantung pada jumlah pemenang pada periode tersebut. Pada permainan Shopee Cocoki, misalnya, total hadiah yang ditawarkan sebesar 6.000.000 koin, yang kemudian dibagi secara proporsional kepada seluruh pemenang pada hari tersebut. Apabila jumlah pemenang mencapai 1.000 orang, maka setiap pemenang hanya memperoleh 6.000 koin (Amalia & Palupi, 2024). Mekanisme serupa juga diterapkan pada permainan Shopee CekiCeki, Shopee Fruity, dan Shopee Blockzi, sehingga jumlah koin yang diterima oleh masing-masing pengguna tidak dapat diketahui secara pasti sejak awal.

Dalam beberapa permainan yang tersedia pada fitur Shopee Games pengguna juga diperkenankan menggunakan koin Shopee untuk membeli token, booster, atau kesempatan bermain tambahan guna meningkatkan peluang memperoleh hadiah. Disamping itu, terdapat beberapa permainan yang mensyaratkan pembayaran di awal menggunakan Koin Shopee, meskipun tetap tersedia opsi bermain gratis (Amalia & Palupi, 2024). Pembayaran di awal memberikan peluang memperoleh hadiah yang lebih besar, namun pada praktiknya tetap terdapat kemungkinan gagal.

Dalam kajian fikih, kondisi ini memiliki kemiripan dengan praktik *maisir* (spekulasi atau perjudian), di mana seseorang mengeluarkan sejumlah harta dengan harapan memperoleh keuntungan yang lebih besar, namun dengan kemungkinan kerugian yang juga signifikan. Meskipun tidak seluruh mekanisme permainan dapat langsung dikategorikan sebagai *maisir*, adanya pembayaran di awal untuk meningkatkan peluang menang serta ketidakpastian hasil menunjukkan adanya indikasi praktik spekulatif yang perlu diwaspadai. Hal ini bertentangan dengan

prinsip syariah yang menekankan keadilan, kepastian, dan terhindarnya praktik yang merugikan salah satu pihak (Adawiah et al., 2024).

Gambar 4. Mekanisme Shopee game yang menggunakan imbalan dimuka



Sumber: Danti, (2022)

Pada Shopee Tanam Pohon Tabungan, imbalan yang diperoleh pengguna tidak mengandung unsur *maisir* (perjudian), karena tidak terdapat unsur taruhan, serta tidak ada pihak yang secara langsung dinyatakan sebagai pihak yang menang maupun kalah. Meskipun pengguna harus mengorbankan koin di awal permainan, namun imbalan yang didapatkan jelas. Sementara itu, pada Shopee Tanam Pohon Uang Belanja, imbalan yang diperoleh dari hasil penanaman pohon gratis mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*), karena jumlah hadiah yang diterima oleh pengguna tidak dapat ditentukan secara pasti sejak awal (Danti, 2022).

Dari perspektif fiqh muamalah, pada gambar 4 memperlihatkan adanya unsur *gharar* dan *maisir* yang signifikan pada Shopee Capitan. Unsur *gharar* muncul karena imbalan yang diperoleh tidak dapat diketahui secara pasti sejak awal partisipasi. Pengguna hanya mengetahui bahwa mereka akan bermain dan membeli token, tetapi tidak memiliki kepastian tentang hasil yang akan diperoleh. Selain itu, unsur *maisir* terpenuhi karena permainan Shopee Capitan melibatkan tiga elemen kunci

perjudian: adanya permainan yang menentukan menang atau kalah, adanya taruhan berupa koin (materi) yang dibayarkan pengguna untuk mendapatkan token, dan adanya peluang pengguna menerima seluruh atau tidak sama sekali dari harta taruhan tersebut (Altsaury et al., 2024).

Kondisi ini menunjukkan bahwa sejak awal mekanisme permainan telah dirancang dengan diferensiasi peluang berdasarkan penggunaan koin, sehingga hasil yang diperoleh pengguna sangat dipengaruhi oleh kesediaannya untuk mengorbankan koin yang dimiliki. Pola ini membentuk suatu siklus tertutup (*closed loop system*), di mana koin berfungsi ganda sebagai imbalan sekaligus sebagai sarana untuk melanjutkan atau memperbesar peluang dalam permainan (Alamanda et al., 2024).

Mekanisme Perolehan Kupon Bonus TikTok Shop

Aplikasi TikTok awalnya dikembangkan oleh perusahaan asal Beijing, Tiongkok, yaitu Jinri Toutiao, dengan dukungan dari Bytedance sebagai perusahaan induknya. Aplikasi ini diluncurkan secara global pada 7 Mei 2017. Di Indonesia, fitur TikTok Shop pertama kali hadir pada 2021, menjadikan negara ini salah satu pasar pertama di luar Tiongkok. Layanan ini sempat dihentikan pada 2023 untuk mematuhi peraturan pemerintah yang melarang media sosial beroperasi sekaligus sebagai platform *e-commerce*, namun kembali hadir pada akhir tahun yang sama melalui kemitraan dengan PT GoTo Gojek Tokopedia. Sejak Januari 2024, seluruh operasional TikTok Shop di Indonesia berada di bawah kendali PT Tokopedia, menandai pengelolaan platform ini secara resmi oleh perusahaan lokal (Mahardhika et al., 2021).

Kupon Bonus merupakan Program Bonus Cashback (BCP) yang diselenggarakan oleh TikTok. Program ini resmi diluncurkan sejak 1 November 2024, Bonus Cashback (atau Bonus) adalah hadiah dalam aplikasi TikTok yang bisa didapatkan dan digunakan pelanggan sebagai diskon nominal pembelian saat *checkout* di TikTok Shop. Bonus tidak bisa ditransfer, dipertukarkan, atau diuangkan dalam mata uang apa pun. Kupon Bonus bukan termasuk metode pembayaran, melainkan berfungsi sebagai pengurang nilai transaksi yang hanya dapat digunakan dengan metode pembayaran tertentu sesuai ketentuan yang berlaku, dengan nilai 1 kupon Bonus setara Rp1 dan tanpa batasan jumlah kepemilikan maupun penggunaannya sebagai potongan pembayaran (TikTok Shop Academy, 2024).

Dalam kajian fikih muamalah kontemporer, praktik pemberian insentif atau *reward* dalam aktivitas ekonomi digital dapat dianalisis melalui kerangka akad ju'alah, yaitu pemberian imbalan atas suatu pekerjaan atau pencapaian tertentu. Akad ini pada dasarnya memberikan fleksibilitas dalam penentuan pekerjaan dan imbalan, selama memenuhi prinsip kejelasan (*ta'yin*), tidak mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*), serta dilaksanakan atas dasar kerelaan (*tarādi*) antara para pihak (Barara & Zen, 2025). Dalam konteks ekonomi digital, mekanisme *reward* seperti kupon Bonus pada TikTok Shop merupakan bentuk adaptasi modern dari konsep ju'alah

yang mengalami transformasi seiring dengan perkembangan teknologi dan strategi pemasaran berbasis platform (Mardani et al., 2024).

Berdasarkan hasil observasi, mekanisme perolehan kupon Bonus pada TikTok Shop terbagi menjadi dua bentuk utama, yaitu melalui *check-in* harian dan melalui pemesanan produk pilihan. Pada mekanisme *check-in* harian, pengguna memperoleh kupon Bonus dengan melakukan login secara rutin sesuai ketentuan yang ditetapkan. Besaran imbalan yang diterima telah ditentukan dan ditampilkan sejak awal, sehingga pengguna memiliki informasi yang jelas mengenai manfaat yang akan diperoleh (TikTok Shop Academy, 2024). Dalam perspektif akad ju'alah, kondisi ini menunjukkan terpenuhinya unsur kejelasan imbalan (*ju'ul*) serta adanya hubungan antara pekerjaan yang dilakukan dan imbalan yang dijanjikan. Oleh karena itu, secara formal mekanisme ini dapat dikategorikan tidak mengandung unsur *gharar* (Rohimah & Huda, 2025).

Namun, jika ditinjau lebih lanjut dalam kerangka ekonomi perilaku dan etika Islam, mekanisme *check-in* harian tidak semata-mata berfungsi sebagai pemberian imbalan, melainkan juga sebagai strategi gamifikasi yang bertujuan membentuk kebiasaan pengguna untuk terus berinteraksi dengan platform. Studi dalam ekonomi digital menunjukkan bahwa sistem *reward* berbasis aktivitas rutin dapat meningkatkan keterikatan pengguna (*user engagement*) melalui pola kebiasaan yang berulang (Hwang & Choi, 2020). Dalam perspektif maqashid syariah, khususnya dalam menjaga keseimbangan dan kemaslahatan, praktik ini perlu dievaluasi lebih lanjut, karena berpotensi mendorong penggunaan waktu secara berlebihan tanpa memberikan nilai produktif yang seimbang (Azizah, 2024).

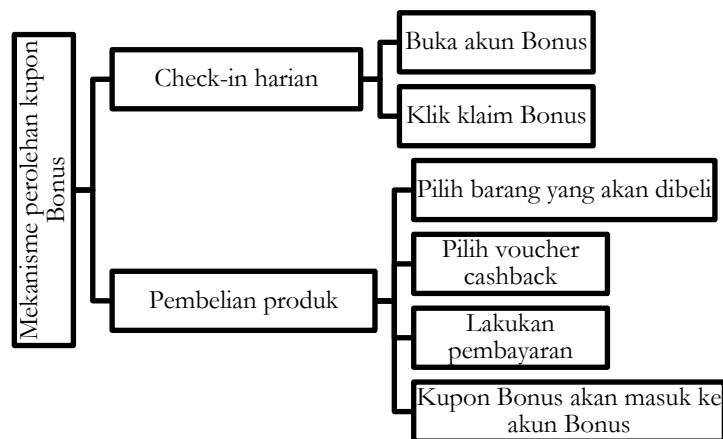
Sementara itu, mekanisme perolehan kupon Bonus melalui pemesanan produk pilihan menunjukkan karakteristik yang berbeda, karena melibatkan aktivitas transaksi sebagai syarat untuk memperoleh imbalan. Dalam praktiknya, besaran kupon Bonus telah dicantumkan secara jelas, baik dalam bentuk nominal tetap maupun persentase cashback, sehingga memberikan kepastian bagi pengguna sebelum melakukan transaksi (Altsaury et al., 2024). Dalam kerangka akad ju'alah, hal ini menunjukkan adanya kejelasan hubungan antara pekerjaan (pembelian produk) dan imbalan (kupon Bonus), sehingga secara formal tidak bertentangan dengan prinsip kejelasan akad dan bebas dari unsur *gharar* (Barara & Zen, 2025).

Akan tetapi, dalam kajian ekonomi Islam, praktik ini perlu dianalisis lebih mendalam, khususnya terkait dengan potensi perubahan orientasi konsumsi. Teori perilaku konsumen menunjukkan bahwa insentif finansial seperti *cashback* dan kupon dapat memengaruhi keputusan pembelian, bahkan mendorong konsumsi yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan rasional (Wu et al., 2020). Dalam Islam, perilaku konsumsi yang berlebihan atau tidak proporsional dikategorikan sebagai *tabdzir*, yang secara tegas dilarang sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Isra' [17]:27 (Adawiah et al., 2024).

Dalam perspektif keadilan ekonomi, mekanisme ini juga mencerminkan adanya ketimpangan relasi antara platform dan pengguna. Platform memiliki otoritas penuh dalam menentukan produk yang termasuk dalam program promosi, besaran imbalan, serta syarat partisipasi, sementara pengguna berada pada posisi yang lebih adaptif terhadap aturan tersebut. Dalam teori ekonomi Islam, keadilan tidak hanya diukur dari terpenuhinya syarat formal akad, tetapi juga dari keseimbangan posisi dan tidak adanya dominasi yang merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, meskipun akad ju'alah memberikan ruang fleksibilitas, prinsip keadilan (*'adl*) dan kemaslahatan (*maslahah*) tetap harus menjadi landasan dalam menilai praktik ekonomi digital (Altsaury et al., 2024).

Dalam kerangka maqashid syariah, khususnya dalam menjaga harta (*hifz al-māl*) dan mewujudkan kesejahteraan sosial, praktik pemberian kupon Bonus pada TikTok Shop perlu dipahami tidak hanya sebagai mekanisme insentif, tetapi juga sebagai bagian dari sistem ekonomi digital yang memiliki implikasi luas terhadap perilaku konsumsi dan struktur pasar. Oleh karena itu, analisis terhadap praktik ini tidak cukup berhenti pada aspek kepatuhan terhadap rukun dan syarat akad ju'alah, tetapi juga harus mempertimbangkan dampak jangka panjangnya terhadap keseimbangan ekonomi, keadilan distribusi, serta kemaslahatan masyarakat secara keseluruhan (Azizah, 2024).

Gambar 5. Mekanisme perolehan kupon Bonus TikTok Shop



Sumber: Tokopedia seller, 2025

Secara umum, kedua mekanisme perolehan kupon Bonus TikTok Shop tersebut lebih sederhana dan berbasis transaksi langsung dibandingkan dengan mekanisme perolehan koin Shopee yang banyak melibatkan unsur permainan dan gamifikasi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat ketidakpastian imbalan pada TikTok Shop relatif lebih rendah, sehingga lebih mudah dianalisis dalam kerangka akad ju'alah yang menekankan kejelasan pekerjaan dan kepastian imbalan.

Kesesuaian Mekanisme Perolehan Koin Shopee dan Kupon Bonus TikTok Shop dengan Ketentuan Fatwa DSN-MUI Nomor 62 Tahun 2007

Ju'alah merupakan janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan kepada seseorang yang berhasil dalam melaksanakan suatu pekerjaan atau tugas yang telah ditetapkan. Dalam akad ju'alah rukun dan syarat yang harus dipenuhi yaitu adanya kejelasan pihak, objek pekerjaan, serta imbalan, serta menuntut terhindarnya praktik muamalah dari unsur *gharar*, *maisir*, dan ketidakadilan (Abidin et al., 2025). Berdasarkan hasil penelitian baik dari data maupun dari hasil observasi yang peneliti dapatkan serta dokumentasi dari pengamatan peneliti dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Nomor 62/2007 tentang akad jualah dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 2. Kesesuaian Praktik Shopee dan TikTok Shop dengan Fatwa DSN-MUI

Ketentuan Fatwa DSN-MUI No. 62/2007	Praktik pada Koin Shopee	Praktik pada Kupon Bonus TikTok Shop	Kesesuaian
Pihak <i>Ja'il Maj'ullah</i>	Shopee Pengguna Shopee	TikTok Shop Pengguna TikTok Shop	Sesuai
Objek ju'alah	Misi harian, transaksi, permainan, <i>event</i> promosi	<i>Check-in</i> dan pemesanan produk ditentukan	Shopee: Sebagian sesuai karena dalam beberapa <i>game</i> berpotensi mengandung <i>gharar</i> TikTok Shop: Sesuai
Imbalan ju'alah	Koin dan <i>voucher</i>	Kupon bonus	Shopee: Sebagian sesuai karena imbalan jelas pada sebagian mekanisme, kecuali beberapa <i>game</i> TikTok Shop: Sesuai
Syarat imbalan	Permainan tertentu, koin digunakan di awal permainan	Tidak ada penggunaan Bonus di awal	Shopee: Sebagian kurang sesuai karena beberapa game mensyaratkan pembayaran menggunakan koin di awal permainan TikTok Shop: Sesuai

Sumber: Data diolah oleh peneliti berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 62 Tahun 2007 dan hasil observasi fitur Shopee serta TikTok Shop, 2026.

Dalam perspektif akad ju'alah sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 62/2007, baik Shopee maupun TikTok Shop dapat diposisikan sebagai pihak *ja'il* karena memiliki kecakapan hukum dan kewenangan penuh dalam menetapkan syarat, objek pekerjaan, serta imbalan yang dijanjikan kepada pengguna. Pengguna pada masing-masing platform berkedudukan sebagai *maj'ullah*, yaitu pihak yang melaksanakan pekerjaan atau aktivitas tertentu, seperti melakukan transaksi pembelian, *check-in* harian, atau memenuhi misi yang ditetapkan, untuk memperoleh imbalan. Mekanisme perolehan koin Shopee dan kupon Bonus TikTok Shop tersebut menunjukkan bahwa kedua platform secara sistematis

memposisikan imbalan sebagai konsekuensi atas pelaksanaan aktivitas tertentu oleh pengguna.

Mekanisme kupon Bonus TikTok Shop yang berbasis *check-in* dan transaksi pembelian menunjukkan karakter yang lebih sederhana dan transparan, karena nilai imbalan telah ditentukan sejak awal dan diberikan setelah pekerjaan selesai tanpa adanya kewajiban penggunaan bonus di muka. Sebaliknya, pada Shopee, meskipun mekanisme pembelian produk, misi harian, dan *event* promosi telah memberikan kepastian imbalan, fitur permainan dan gamifikasi memperkenalkan unsur ketidakpastian melalui sistem acak, pembagian hadiah, serta penggunaan koin sebagai prasyarat partisipasi.

Dalam perspektif keadilan ekonomi, mekanisme ini juga mencerminkan adanya ketimpangan relasi antara platform dan pengguna. Platform memiliki otoritas penuh dalam menentukan produk yang termasuk dalam program promosi, besaran imbalan, serta syarat partisipasi, sementara pengguna berada pada posisi yang lebih adaptif terhadap aturan tersebut. Dalam teori ekonomi Islam, keadilan tidak hanya diukur dari terpenuhinya syarat formal akad, tetapi juga dari keseimbangan posisi dan tidak adanya dominasi yang merugikan salah satu pihak (Adawiah et al., 2024).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap mekanisme perolehan koin Shopee dan kupon Bonus TikTok Shop dalam perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad *ju'alah*, dapat disimpulkan bahwa kedua platform secara umum telah menerapkan konsep pemberian imbalan yang sejalan dengan prinsip dasar akad *ju'alah*. Shopee dan TikTok Shop berperan sebagai pihak *ja'il* yang menetapkan syarat, objek pekerjaan, serta bentuk imbalan. Sementara pengguna berkedudukan sebagai *maj'ullah* yang melaksanakan aktivitas tertentu untuk memperoleh reward. Namun, terdapat perbedaan dalam tingkat kepastian imbalan dan penerapan syarat perolehan reward. Mekanisme kupon Bonus TikTok Shop menunjukkan tingkat kesesuaian yang lebih tinggi karena nilai bonus dinyatakan secara jelas, tidak digunakan sebagai syarat di awal aktivitas, serta diberikan setelah pekerjaan diselesaikan, sehingga meminimalkan potensi *gharar*.

Sebaliknya, pada sebagian mekanisme koin Shopee, khususnya dalam fitur permainan berbasis gamifikasi seperti Shopee Lucky Prize, Shopee Candy, dan Shopee Bubble, terdapat unsur ketidakpastian imbalan, sifat spekulatif hadiah, serta penggunaan koin sebagai syarat awal partisipasi. Praktik tersebut berpotensi mengandung unsur *gharar* dan *maisir* karena hasil yang diperoleh pengguna tidak dapat dipastikan sejak awal dan bergantung pada faktor keberuntungan. Oleh karena itu, meskipun koin Shopee secara umum dapat dikategorikan sebagai praktik *ju'alah* yang dibolehkan, beberapa mekanisme tertentu perlu dievaluasi agar lebih selaras dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI Nomor 62 Tahun 2007.

Daftar Pustaka

- Abidin, M. Z., Cahyono, E. A., & Zakariya, M. (2025). Analisis Konsep Pemasaran Melalui Fitur TikTok Go dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Al-Mizan*, 12(2), 420–431.
- Adawiah, A. M., Abdal, A., & Arifin, T. (2024). Diskon angka kembar: Trik atau ilusi bisnis? Kajian sosiologi ekonomi Islam terhadap perlindungan konsumen. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 3(2), 68–78.
- Alamanda, D. T., Cahyani, V., Novianti, D. N., Hilyah, A., Haryono, Z., Suhendi, M. H., Nashrudin, M. A. M., Bekti, S. G., Jaman, M. B., & Hananto, D. K. (2024). *Aplikasi game theory dalam bisnis (Analisis permainan menggunakan permainan)*. Mega Press Nusantara.
- Altsaury, R. A. A., Hidayatullah, M. S., Lutfi, J., & As' ad, A. (2024). Analisis Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 Dalam Menjawab Tantangan Etika Dan Transparansi Transaksi Virtual: Studi Kasus Pada Platform E-Commerce Shopee Dan Tokopedia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 3(2), 79–91.
- Amalia, M. C., & Palupi, G. S. (2024). Pengaruh Gamifikasi Terhadap Customer Brand Engagement Dalam Membentuk Customer Experience (study case: Shopee Cocoki). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 5(3), 1–10.
- Andarini, S. (2021). Pengaruh flash sale dan cashback terhadap perilaku impulse buying pada pengguna shopee. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1).
- Azizah, S. N. (2024). Implementasi Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Industri Pariwisata Halal Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 3(2), 122–135.
- Barara, S., & Zen, M. (2025). Akad Ju'alah dan Aplikasinya dalam Sistem Reward Digital pada Platform Shopee. *Jurnal Manajemen Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 1(5), 273–285.
- Bunyamin, K. A., Hayati, I., & Fahrudin, A. (2025). Analisis Bonus Koin Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah*, 13(01), 44–54.
- Cahyadi, H., Abdad, M. Z., & Bonang, D. (2025). Penerapan Prinsip Dasar Larangan Riba dan Gharar Pada Koperasi Syariah Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Iqtisaduna*, 11(2), 477–491.
- Chang, E., Frederica, N., & Khairunisa, R. (2024). Keabsahan Transaksi Jual-Beli Online Ditinjau Melalui Perspektif Hukum Perjanjian. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(1), 969–979.
- Danti, A. I. (2022). Status Penggunaan Koin Shopee Pada Fitur Shopee Tanam Perspektif Kaidah Fikih Muamalah. *Journal of Islamic Business Law*, 6(4).
- Fathaniyah, L., Makbul, M., & Makhrus, M. (2023). Urgensi Perlindungan Data Pribadi pada Transaksi e-Commerce Terhadap Pembangunan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 77–88.
- Hakim, B., Pratama, F. A., & Anthony, J. M. (2025). Pengaruh Game Shopee Cocoki Sebagai Media Gamifikasi Terhadap Minat Beli Pengguna. *IJAI (Indonesian Journal of Applied Informatics)*, 9(2), 506–515.
- Hakim, M. L., Harisah, H., & Mohsi, M. (2023). Koin Sebagai Alat Pembayaran Di Aplikasi Shopee Perspektif Fatwa Dsn-Mui No: 1161/Dsn-Mui/Ix/2017. *Fintech: Journal of Islamic Finance*, 5(1), 54–82.

- Hwang, J., & Choi, L. (2020). Having fun while receiving rewards?: Exploration of gamification in loyalty programs for consumer loyalty. *Journal of Business Research*, 106, 365–376. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.031>
- Khomairohtusshiyamah, U. (2025). Koin E-Commerce Dalam Shopee: Perspektif Madzahibul Arba'ah Mengenai Kehalalan Dan Praktik Ekonomi Digital. *Al-Fiqh: Journal of Contemporary Islamic Law*, 1(1), 46–54.
- Lestari, I. W. (2025). *Daftar e-commerce paling sering diakses 2025, Shopee masih juara*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/e-commerce-paling-sering-diakses-2025-shopee-masih-juara-wyZqk>
- Mahardhika, S. V., Nurjannah, I., Ma'una, I. I., & Islamiyah, Z. (2021). Faktor-faktor penyebab tingginya minat generasi post-millennial di Indonesia terhadap penggunaan aplikasi tik-tok. *SOSEARCH: Social Science Educational Research*, 2(1), 40–53.
- Majidah, S., & Istianah. (2023). Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4P di Era 5.0 Berbasis Maqāṣid Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 59–76.
- Mardani, A. D., Evrina, E., & Hartati, B. (2024). Redefining Loyalty Programs: Gamification in Marketing. *Escalate: Economics and Business Journal*, 2(02), 78–89.
- Marzuki, M. (2017). *Penelitian hukum: Edisi revisi*. Prenada Media.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*.
- Moleong, L. J., & Surjaman, T. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif*.
- Nurhayati, S., & Wasilah. (2015). *Akuntansi Syariah di Indonesia, Edisi 4*. Salemba Empat.
- Pereira, M. D., de Castro, B. S., Cordeiro, B. A., de Castro, B. S., Peixoto, M. G., da Silva, E. C., & Gonçalves, M. C. (2025). Factors of Customer Loyalty and Retention in the Digital Environment. In *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* (Vol. 20, Issue 2, p. 71). <https://doi.org/10.3390/jtaer20020071>
- Pratiwi, I., & Simanjuntak, M. (2025). The Effect Of Loyalty Programs And Usage Behaviour On Consumer Loyalty Through Usage Satisfaction As A Mediating Variable In ShopeePAY Fintech Products. *Journal of Social Science and Human Ecology*, 1(2), 34–50.
- Rohimah, S., & Huda, N. (2025). Analisis Implementasi Akad Ju'alah dalam Program Afiliasi Digital: Studi Komparatif Shopee Affiliate dan TikTok Affiliate. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(4).
- Romadhiana, N. I. D., & Saepudin, E. (2024). Penerapan Biaya Administrasi Shopee Paylater Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Fatwa DSN MUI No. 117/DSN-MUI/II/2018. *Jurnal Hukum Dan Administrasi Publik*, 2(1), 25–42.
- Saleh, H. I. (2021). Implementasi Investasi Saham Dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Era Milenial. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 2(1), 1–21.
- Salsabila, U., Ramadhani, R. N., Salsabilla, S. S., & Marlina, L. (2026). Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *SYIRKAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(02), 275–284.
- Shopee. (2024). *[Koin-Shopee] Apa itu Reward Koin Harian?* Shopee Help. [https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73175-\[Koin-Shopee\]-Apa-itu-Reward-Koin-Harian](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73175-[Koin-Shopee]-Apa-itu-Reward-Koin-Harian)
- Shopee Indonesia. (n.d.). *Pelajari SPinjam di Shopee*. Shopee Help / Shopee. <https://shopee.co.id/m/pelajari-spinjam>
- Shopee Indonesia. (2025a). *[Koin Shopee] Bagaimana Cara Mendapatkan Cashback Koin*

Shopee saat Melakukan Pembayaran melalui ShopeePay.

- Shopee Indonesia. (2025b). *Bagaimana cara mendapatkan Koin Shopee?* Shopee Help. [https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73128-\[Koin-Shopee\]-Bagaimana-cara-mendapatkan-Koin-Shopee](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73128-[Koin-Shopee]-Bagaimana-cara-mendapatkan-Koin-Shopee)
- shopeepay_id. (2025). *Misi... Ada bonus 50RB mau lewat, siapa yang mau?! Khusus di SPinjam Day, aktivasi SPinjam dan dapatkan bonus saldo ShopeePay 50RB!* Instagram. <https://www.instagram.com/p/DMhZtfNxcF-/>
- Situmorang, T. P., Savitri, C., Herawati, A., Sudirman, A., Pasaribu, P. N., Wardhana, A., Saragih, R. B., Rasmi, Simatupang, L. N., Panjaitan, M., Iryani, Hamid, M. A., Kurnianto, A., Rismayani, R., Yulianingsih, Hafipah, Manurung, S. P., Tarigan, H., & Permana, Y. (2023). *Manajemen Pemasaran (Implementasi Marketing 4.0)*. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono, D. (2016). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Syafi'i, A., Madinah, D., & Nurdaimah, D. (2021). Islamic Law Overview on The Cashback System and The Use of Shopee Coins in Buying Transactions in The Shopee Application. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 1(2), 171–182.
- TikTok Shop Academy. (2024). *How to register for Bonus Cashback Program (BCP)*. TikTok Shop Philippines University. https://seller-ph.tiktok.com/university/essay?knowledge_id=4897858109638417&default_language=en&identity=1
- Tokopedia seller. (2025). *Bonus Cashback*. Tokopedia Seller University. https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=7134774402189073
- Tong, T., Xu, X., Yan, N., & Xu, J. (2022). Impact of different platform promotions on online sales and conversion rate: The role of business model and product line length. *Decision Support Systems*, 156, 113746. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.dss.2022.113746>
- Wu, B., Sun, Y., & Yada, K. (2020). Short-term impact of item-based loyalty program on customer purchase behaviors. *The Review of Socionetwork Strategies*, 14(2), 181–192.
- Wulandari, I., Syahril, M., Husna, N. A., & Azahara, N. (2025). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live streaming Sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2111–2119.