

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital seperti sekarang ini, masyarakat terutama di perkotaan akrab dengan transaksi daring/*online*. Uang yang dipakai tidak lagi berwujud kertas tetapi sudah virtual. Istilah yang biasa digunakan untuk itu adalah uang elektronik atau *e-money*. Bank Indonesia sejak tahun 2009 sudah mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor: 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) yang kini sudah diperbarui menjadi PBI Nomor 18/17/PBI/2016. Bahkan tahun 2014 Pemerintah telah mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan agar Indonesia menuju era maju tanpa uang *cash* dalam transaksi ekonominya.¹

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era digital seperti saat ini, semakin maju, contohnya Pendidikan, budaya, politik, ekonomi, dan lainnya. Terkait dengan kegiatan perekonomian masyarakat tidak bias lepas dari kegiatan ekonomi setiap harinya. Misalnya pemasaran dalam bentuk produk dan jasa.

Salah satu *e-money* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah OVO, yaitu salah satu platform aplikasi pembayaran digital

¹ Alief Reza, “Sel amat Datang di Era *Cashless*, Pengamen Bersiaplah Pakai *E-money*”, <https://www.kompasiana.com/selamat-datang-di-era-cashless/pengamen-bersiaplah-pakai-e-money>, diakses pada 20 Februari 2020.

yang dapat digunakan di berbagai toko atau *merchant* yang bekerja sama dengan OVO. Para pengguna aplikasi OVO tidak hanya memperoleh kemudahan dan kelancaran tanpa harus menggunakan uang tunai, tapi juga mendapatkan *OVO points* dengan bertransaksi di toko atau *merchant* dengan tanda *OVO zone*, sedangkan pembayaran yang dilakukan dengan saldo OVO disebut dengan *OVO cash*. Para pengguna *OVO cash* dapat mengisi ulang atau menambah saldo *OVO cash* lewat ATM, kartu kredit, kartu debit, maupun mitra pengemudi Grab atau Tokopedia.

OVO points merupakan *loyalty rewards* yang diperoleh para pengguna dengan bertransaksi di berbagai *merchant* yang menjadi rekan OVO. Dengan transaksi minimal Rp.10.000 pengguna mendapatkan *OVO Points*. Penawaran yang diberikan dan didapatkan dengan *OVO points* contohnya kupon diskon. Pembeli yang menukarkan *OVO points* akan mendapatkan penawaran dengan gratis dan mendapatkan diskon ketika bertransaksi dengan menggunakan *OVO points*.²

Jual beli dengan *OVO points* ini adalah salah satu bentuk promosi dari *fintech* OVO yaitu dengan memberikan uang kembali berupa *OVO points* dengan 1 *OVO points* bernilai 1 rupiah. Jual beli ini memberikan *OVO points* bagi pelanggan di berbagai *merchant* apabila membayar menggunakan *OVO Cash* tentunya di *merchant-merchant* rekanan OVO. Namun, untuk bisa

²<https://www.google.com/amp/s/pulsaseluler.com/blog/kegunaan-ovo-point-dan-cara-menggunakan-ovo/amp/>, diakses pada 20 Februari 2020.

mendapatkan *OVO points* tersebut, OVO memberikan syarat & ketentuan tersendiri setiap ingin menikmati promo tersebut, tentunya dengan Syarat & Ketentuan yang berlaku. Syarat dan ketentuan yang diberlakukan OVO untuk memperoleh *OVO points* terbilang mudah, namun terkadang OVO jarang menghadirkan promo yang menggunakan pembayaran dengan *OVO points* sehingga harus melibatkan *OVO cash*.³

Transaksi jual beli dengan *OVO points* kadang kala membuat sebagian orang sering mempertanyakan tentang status *OVO points* itu sendiri, apakah diperbolehkan dalam Islam atau tidak. Bukan hanya itu, berdasarkan fakta di lapangan, penulis menemukan adanya kesenjangan bahwa pengguna OVO/konsumen akan mendapatkan *cashback* berupa *OVO points* apabila telah bertransaksi menggunakan *OVO Cash* di *merchant-merchant* rekanan OVO, namun hal itu tidak didapatkan oleh konsumen dan terkadang *useless*. Beranjak dari permasalahan tersebut penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan mengangkat judul skripsi “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli dengan *Reward OVO Points* (Studi Kasus di Merchant Rekanan OVO Kota Serang)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan beberapa pokok masalah dalam penelitian ini, yaitu:

³ <https://www.google.com/amp/s/gadgetren.com/2019/01/24/untuk-apa-ovo-points/amp/>, diakses pada 20 Februari 2020.

1. Bagaimana praktik jual beli dengan *OVO points* di *merchant* rekanan *OVO* Kota Serang?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap sistem jual beli dengan *reward OVO points* di *merchant* rekanan *OVO* Kota Serang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui praktik jual beli dengan *OVO points* di *merchant* rekanan *OVO* Kota Serang.
2. Mengetahui praktik jual beli *OVO points* di *merchant* rekanan *OVO* Kota Serang ditinjau dari aspek hukum Islam.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari aspek teoritis maupun praktis, baik bagi pembaca dan terlebih khusus bagi penulis sendiri. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari aspek teoritis (keilmuan)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan hukum Islam, khususnya dalam bidang muamalah yang berhubungan dengan tentang tinjauan hukum islam terhadap praktik jual beli dengan *OVO points* di *merchant* rekanan *OVO* kota Serang bagi masyarakat secara keseluruhan khususnya pengguna aplikasi *OVO*.

2. Dari aspek praktis (terapan)

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi masyarakat untuk lebih memperhatikan ketentuan-ketentuan sebelum melakukan berbagai macam transaksi di era modern ini sekaligus mengetahui hak dan kewajiban bagi konsumen dan pelaku usaha sesuai dengan hukum Islam.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan adalah penjelasan ringkas terkait dengan kajian/penelitian yang pernah dilakukan seputar masalah yang akan diteliti sehingga nampak jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan plagiasi atau duplikasi dari kajian/penelitian yang telah ada.

Sebelumnya penulis telah melakukan perbandingan antara penelitian-penelitian terdahulu di antaranya sebagai berikut:

Pertama, skripsi Ahmat Bashori mahasiswa UIN Sunan Ampel yang berjudul “Analisis Hukum Islam terhadap Akad Jual Beli melalui aplikasi Go Food di Kota Surabaya” yang ditulis pada tahun 2019. Fokus skripsi ini membahas praktik pemesanan makanan melalui layanan jasa Go-Food pada aplikasi Go-Jek di Surabaya. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa jual beli yang tidak dalam majlis itu dilarang karena tidak memenuhi syarat dalam ijab dan kabul, namun pergeseran waktu dan tempat dapat merubah hukum yang memang terbangun melalui pondasi adat istiadat. Ketentuan ini berdasarkan atas kaidah yang mashur di kalangan ulama, yakni *la yunkaru taghayyur al-ahkam bi taghayyur*

al-azman wa al-amkan, mengenai perbedaan harga yang tidak sesuai dengan kesepakatan pada aplikasi, maka harus ditanggung oleh pihak driver kecuali driver mengkonfirmasi sebelum membelikan pesannya, karena menurut *qoul ashah, khiyar majlis* masih berlaku dalam jual beli melalui Go-Food.⁴

Kedua, Skripsi saudara Nurits Nadia Khafiyah mahasiswi fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO” yang ditulis pada tahun 2019. Fokus penelitian ini adalah seberapa besar minat mahasiswa jurusan pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta mengenai uang elektronik menggunakan aplikasi OVO. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa minat menggunakan aplikasi OVO dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan inovasi teknologi.⁵

Ketiga, Skripsi saudara Amir Faqih mahasiswa fakultas Syari’ah UIN Maulana Malik Ibrahim dengan judul “Kajian Uang Elektronik dalam Perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Fikih Syafi’iyah: Studi pada Aplikasi OVO” yang ditulis tahun 2018. Fokus penelitian ini adalah menganalisis uang elektronik pada aplikasi OVO khususnya pada pengguna

⁴ Ahmad Bashori, “*Analisis Hukum Islam terhadap Akad Jual Beli melalui aplikasi Go Food di Kota Surabaya*” (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2019).

⁵ Nurits Nadia Khafiyah, “*Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO*” (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2019).

klasifikasi OVO Club dengan perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen dan ditinjau dengan Perspektif Fikih Syafi'iyah.⁶

Dengan demikian, dari ketiga penelitian terdahulu yang telah penulis sebutkan di atas, tentulah berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan. Dalam penelitian ini, penulis fokus pada jual beli dengan OVO *points* dalam perspektif hukum Islam.

F. Kerangka Teori

1. Jual beli

Secara bahasa, jual beli berarti penukaran secara mutlak.⁷ Secara terminologi, jual beli adalah saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan.⁸ Definisi di atas dapat dipahami bahwa inti dari jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar barang atau benda yang memiliki nilai, secara sukarela di antara kedua belah pihak, salah satu pihak menerima benda dan pihak lainnya menerima uang sebagai kompensasi barang, sesuai dengan perjanjian dan ketentuan yang telah dibenarkan syara dan disepakati.⁹

⁶ Amir Faqih, "*Kajian Uang Elektronik dalam Perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Fikih Syafi'iyah: Studi pada Aplikasi OVO*" (Skripsi --Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2018).

⁷ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, terj. Ahmad Dzulfikar & M Khoyrurrijal (Depok: Keira Publishing, 2015), h. 27.

⁸ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. 111

⁹ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, h. 105.

Islam mempertegas legalitas dan keabsahan jual-beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep riba. Allah adalah Dzat yang Maha Mengetahui atas hakikat persoalan kehidupan, bahwa dalam suatu perkara terdapat kemaslahatan dan manfaat maka diperbolehkan. Sebaliknya, jika di dalam terdapat kerusakan dan mudarat, maka Allah mencegah dan melarang untuk melakukannya.

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”¹⁰

a. Rukun jual beli

Rukun jual beli menurut ahli-ahli hukum Islam kontemporer, terdapat empat rukun yaitu *al-aqidan*, *sigatul-‘aqad*, *mahallul-‘aqad* dan *maudu’ al-‘aqad*.¹¹ *Al-aqidan* adalah para pihak yang membuat akad. *Sigatul-‘aqad* merupakan pernyataan kehendak para pihak disini adalah ijab dan qabul. Ijab dan qabul mempresentasikan adanya *ridha* dan persetujuan kedua belah pihak. Sementara *mahallul-‘aqad* adalah objek akad tersebut, dan yang terakhir *maudu’ al-‘aqad* merupakan tujuan dari dilakukannya akad.

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Jakarta Pusat: Pena Pundi Aksara, 2006), h. 83.

¹¹ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 96.

b. Syarat jual beli

Masing-masing rukun yang membentuk akad di atas memerlukan syarat-syarat agar unsur atau rukun itu dapat berfungsi membentuk akad. Tanpa adanya syarat-syarat dimaksud, rukun akad tidak dapat membentuk akad. Adapun syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

1) Syarat orang yang berakad

Para ulama fikih sepakat menyatakan bahwa orang yang melakukan akad jual beli harus berakal, oleh sebab itu jual beli yang dilakukan oleh anak kecil dan orang gila, hukumnya tidak sah. Syarat berikutnya adalah yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda, artinya seseorang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual dan pembeli.¹²

2) Syarat yang terkait dengan ijab dan qabul

Para ulama fikih sepakat menyatakan bahwa unsur utama dari jual beli adalah kerelaan kedua belah pihak, adapun syarat ijab dan qabul adalah orang yang mengucapkan ijab dan qabul telah balig dan berakal, qabul sesuai dengan ijab dan ijab dan qabul dilakukan dalam satu majelis.¹³

3) Syarat barang yang dijualbelikan

Syarat barang yang diperjualbelikan adalah barang tersebut ada dan dapat diserahkan, barang yang bermanfaat dan barang dapat diserahkan pada

¹² Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. 115.

¹³ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, h. 116.

waktu yang telah disepakati.¹⁴

4) Syarat mengikatnya akad

Syarat ini adalah syarat yang mengikat para pihak dan tidak boleh salah satu pihak menarik kembali persetujuannya secara sepihak tanpa kesepakatan pihak lain. Sebaliknya ada beberapa akad yang menyimpang dari asas ini, karena sifat akad itu dan adanya hak khiyar pada salah satu pihak.¹⁵

2. Uang Elektronik

Secara umum uang elektronik adalah alat pembayaran yang dapat digunakan sebagai alat tukar dan disimpan dalam format digital di sebuah komputer atau *micro chip* dalam sebuah kartu.¹⁶ Uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur: diterbitkan atas nilai uang yang disetorkan terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, nilai uang yang dikelola oleh penerbit bukan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

¹⁴ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, h. 118.

¹⁵ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, h. 104.

¹⁶ Yacobus Bayu Herkuncahyo, "Legalitas Kedudukan Hukum Pedagang Uang (Elektronik Money Exchanger), dalam sengketa jual beli Uang Elektronik", (Skripsi—Universitas Atma Jaya, Yogyakarta, 2014).

Transaksi elektronik menurut Pasal 1 ayat (2) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah sebuah perbuatan hukum yang dilakukan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Maka kegiatan elektronik adalah pembayaran yang dilakukan melalui sistem elektronik/sistem pembayaran elektronik.¹⁷

3. Hadiah dalam Islam

Hadiah berasal dari kata *hady* yang diambil dari akar kata yang terdiri atas huruf ha', dal, dan ya. Makna hadiah berkisar pada dua hal. Pertama, tampil ke depan memberi petunjuk. Dari sini lahir kata *hady* yang bermakna penunjuk jalan, karena dia tampil di depan. Kedua, menyampaikan dengan lemah lembut. Dari sini lahir kata *hidayah* yang merupakan penyampaian secara lemah lembut untuk menunjukkan simpati.¹⁸ Hadiah sering juga disebut hibah, dan ada juga yang mengatakan hadiah adalah macam-macam hibah.

Menurut Ensiklopedi Hukum Islam, hadiah dikategorikan sebagai bentuk hibah.¹⁹ Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Hadiah Merupakan Pemberian (Penghargaan, Kenang-kenangan, Penghormatan).²⁰

¹⁷ Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

¹⁸ Sahabuddin, *Ensiklopedia Al-Qur'an: Kajian Kosa Kata* (Jakarta:Lentera Hati,2007), h. 261.

¹⁹ Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam* (Jakarta:Ichtiar Baru van Hoeve,1996), h.540.

²⁰ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h.380.

4. *Cashback* dalam Jual Beli

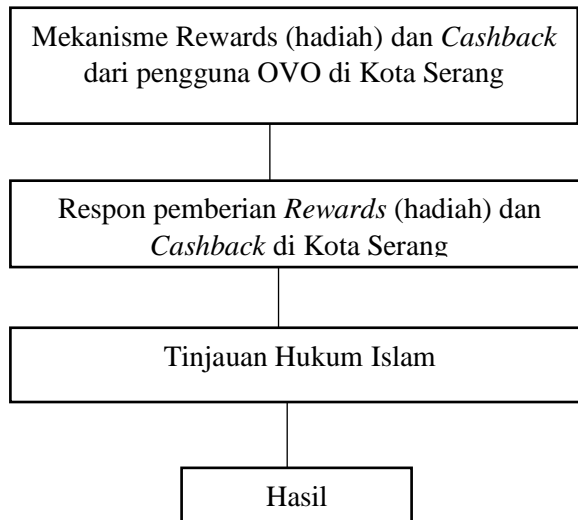
Dalam dunia marketing, dikenal berbagai macam teknik untuk menarik pembeli. Dua istilah pemasaran yang sering digunakan adalah *discount* dan *cashback*. *Discount* merupakan potongan harga jual di muka untuk konsumen, sedangkan *cashback* adalah penawaran dimana pembeli diberikan presentase pengembalian uang tunai atau uang virtual atau bahkan diberikan suatu produk tetapi dengan memenuhi syarat pembelian tertentu yang telah ditentukan oleh pihak penyelenggara *cashback*. Terkait *cashback* ada beberapa catatan sebagai berikut.²¹

- a. Jika *cashback* terjadi dalam transaksi jual beli/sewa/bagi hasil (diterima pembeli/penyewa/pemilik modal), maka *cashback* diperkenankan dalam Islam dengan syarat bukan modus pinjaman berbunga.
- b. Sedangkan *cashback* yang diterima kreditor dalam transaksi utang piutang jika dipersyaratkan menjadi riba, tetapi jika tidak dipersyaratkan itu menjadi hadiah.

Cashback sendiri mempunyai peran terhadap perkembangan usaha penjual, yaitu semakin banyak pembeli yang datang ke tokonya dan memberikan keuntungan bagi pembeli yaitu pengembalian uang, jadi penjual bisa berhemat untuk keperluan selanjutnya.

²¹ Oni Sahroni, *Cashback*, Koran Republika, Selasa, 12 Juni 2018.

Kerangka Teori



Berdasarkan kerangka Teori di atas peneliti mengilustrasikan bahwa objek penelitian pada *rewards* di Kota Serang yang akan dikaji. Dalam mekanisme pemberian *rewards* di dasarkan pada syarat dan ketentuan kebijakan layanan OVO sehingga totalitas *rewards* sampai kepada pengguna OVO di Kota Serang.

G. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian jenis lapangan (*field research*), data yang dikumpulkan berdasarkan fakta yang ada di lapangan sebagai objek penelitian. Agar penelitian ini tersusun dengan baik dan sistematis, metode penelitian yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di wilayah Kota Serang yang terdapat gerai/*store* OVO seperti di Mall of Serang dan juga *merchant* yang

bekerjasama dengan OVO di Kota Serang

2. Data yang dikumpulkan

- a. Data primer meliputi: Data tentang praktik jual beli dengan OVO *points* di *merchant* rekanan OVO di Kota Serang, sistem pemberian OVO *points* pada *merchant* rekanan OVO, dan faktor yang melatarbelakangi konsumen tidak mendapatkan OVO *points*.
- b. Data sekunder meliputi literasi dan referensi dalam landasan penelitian seperti: Referensi tentang jual beli dengan OVO *points* dalam Islam.

3. Sumber Data

Untuk mencari informasi serta kelengkapan data penelitian, maka dibutuhkan sumber-sumber data seagai berikut:

- a. Sumber primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan. Data ini diperoleh penulis secara langsung dari pihak yang terlibat,²² antara lain: pihak OVO store di Kota Serang, Customer Service OVO, Pihak *merchant* rekanan OVO di Kota Serang, Pembeli/konsumen pengguna OVO di Kota Serang.
- b. Sumber sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang telah melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada baik dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian.

²² M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), h. 21.

4. Teknik Pengumpulan Data

Secara lebih detail teknik pengumpulan data dalam pengertian ini sebagai berikut:

a. Observasi

Kegiatan yang dilakukan secara sistematis tentang objek yang diteliti dengan jalan pengamatan dan pencatatan,²³ dalam hal ini penulis melakukan pengamatan terhadap apa yang melatar belakangi konsumen pengguna OVO melakukan praktik jual beli dengan *OVO points*.

b. Wawancara

Wawancara yaitu untuk mendapatkan informasi yang dilakukan dengan bertanya langsung kepada responden sesuai dengan pedoman wawancara.²⁴ Digunakan untuk memperoleh data secara akurat bagaimana praktik jual beli dengan *OVO points* di *merchant* rekanan OVO Kota Serang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen.²⁵ Dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah brosur, pamflet, aplikasi dan beberapa data lain yang dianggap relevan dengan permasalahan jual beli dengan *OVO points*.

²³ Masruhan, *Metode Penelitian Hukum* (Surabaya: Hilal Pustaka, 2013), h. 213.

²⁴ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h. 155.

²⁵ M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), h 87..

Serta dokumen berupa foto hasil wawancara dengan para pihak yang terlibat dalam penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data yang dibutuhkan kemudian disusun secara sistematis dan selanjutnya dianalisis secara kritis oleh penulis menggunakan hukum Islam. Analisis data adalah menganalisis data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data selanjutnya dideskripsikan dengan tolak ukur hukum Islam sehingga menghasilkan interpretasi yang tepat dan akurat.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif komparasi kualitatif, yaitu bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi, fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi obyek penelitian, kemudian berupaya menarik menjadi gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.²⁶

Berdasarkan data-data tentang obyek penelitian ini, penulis mendapatkan informasi yang didapat dari proses mencatat, menganalisa, kemudian menginterpretasikannya menggunakan pola pikir deduktif yang mendasarkan hal-hal yang berkaitan dengan praktik jual beli dengan OVO *points* Kota Serang selanjutnya ditarik kesimpulan. Penulis meletakkan norma hukum Islam yaitu menggunakan teori jual beli sebagai acuan menganalisis fakta-fakta di lapangan yang berkenaan dengan OVO *points* dalam jual beli.

²⁶ M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya* (Jakarta: Kencana, 2007), h. 68.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman dalam pembahasan penelitian ini, penulis membagi beberapa sub bab yang terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORITIS TENTANG OVO, meliputi gambaran umum profil OVO, gambaran umum merchant rekanan OVO, hubungan hukum OVO merchant dan konsumen, praktik jual beli di merchant rekanan OVO Kota Serang, dan permasalahan terhadap jual beli dengan *cashback* OVO

BAB III JUAL BELI DENGAN JANJI HADIAH DALAM HUKUM ISLAM, meliputi jual beli dalam hukum Islam, dan hadiah dalam Islam.

BAB IV TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM JUAL BELI DENGAN *REWARD OVO POINTS*, meliputi analisis praktik jual beli dengan OVO *cash* di *merchant* rekanan OVO Kota Serang, dan tinjauan hukum Islam terhadap sistem jual beli dengan *reward OVO points*.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dan saran.

