

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme Spin Reward pada aplikasi Shopee merupakan implementasi strategi marketing yang efektif untuk meningkatkan interaksi pengguna. Dengan memberikan kesempatan untuk memenangkan hadiah secara acak, fitur ini tidak hanya menciptakan pengalaman berbelanja yang menarik tetapi juga mendorong loyalitas konsumen. Melalui berbagai promosi harian dan misi yang harus diselesaikan, pengguna didorong untuk lebih aktif berpartisipasi, yang berdampak positif pada frekuensi transaksi. Dengan demikian, Spin Reward tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menarik pengguna baru, tetapi juga untuk mempertahankan pengguna lama, menjadikannya sebagai salah satu metode marketing yang berhasil dalam platform E-Commerce. Proses dimulai dengan pengguna membuka aplikasi Shopee dan mengakses fitur Shopee Game. Untuk dapat memutar roda hadiah, pengguna diwajibkan memenuhi syarat tertentu, seperti melakukan check-in harian, menyelesaikan misi, atau menukar sejumlah koin Shopee. Setelah syarat terpenuhi, pengguna dapat memutar roda yang terdiri dari berbagai segmen, di mana setiap segmen mewakili hadiah acak. Hadiah yang diperoleh, baik berupa koin atau voucher, secara langsung ditambahkan ke akun pengguna dan memiliki batas waktu pemakaian. Dengan mekanisme ini, Shopee menerapkan elemen gamifikasi yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dengan aplikasi.
2. Jenis hadiah yang tersedia dalam fitur Spin Reward sangat bervariasi, mencakup koin Shopee, voucher belanja, serta produk digital. Koin yang diperoleh dapat digunakan sebagai potongan harga saat berbelanja, sementara voucher memiliki syarat tertentu terkait nilai minimum pembelian. Hadiah dapat diperoleh melalui berbagai aktivitas, seperti

mengikuti promosi, berbelanja, atau berpartisipasi dalam misi harian. Sistem penghargaan yang berbasis koin dan voucher ini menciptakan insentif tambahan bagi pengguna, mendorong mereka untuk berbelanja lebih banyak dan berinteraksi aktif dengan aplikasi.

3. Sistem Spin Reward dalam aplikasi Game Online seperti yang terdapat di platform E-Commerce Shopee merupakan mekanisme permainan yang memberikan hadiah secara acak kepada pengguna melalui pemutaran roda keberuntungan. Meskipun tampak sebagai hiburan ringan, fitur ini mengundang perdebatan dalam perspektif hukum ekonomi Islam terkait unsur gharar (ketidakjelasan), riba (tambahan yang merugikan), dan maisir (perjudian). Spin Reward dapat memiliki unsur-unsur tersebut jika mengharuskan pembayaran, top-up, atau pertaruhan nilai, menawarkan hadiah besar yang sangat bergantung pada keberuntungan, serta menggunakan desain psikologis yang menyerupai perjudian. Namun, Spin Reward bisa dianggap mubah jika tidak memerlukan biaya untuk berpartisipasi, tanpa adanya pertukaran nilai, hadiah bersifat bonus promosi, dan mekanisme permainan yang tidak melibatkan unsur kompetitif untuk keuntungan materi. Oleh karena itu, kembalinya penilaian hukum Spin Reward sangat tergantung pada detail mekanismenya, di mana Spin Reward berbayar berpotensi dianggap haram, sementara yang gratis dapat dianggap mubah. Pendekatan yang tepat adalah menganalisis struktur transaksi dan memastikan tidak ada unsur utama yang diharamkan, seperti gharar, maisir, dan ketidakseimbangan dalam nilai yang dapat memunculkan riba.

5.2 Saran

Setelah selesainya penyusunan skripsi ini, maka penulis akan menyampaikan beberapa saran yang bermanfaat bagi pembaca:

1. Berdasarkan penelitian pengguna harus lebih kritis dalam menilai risiko ketidakpastian yang muncul dari fitur Spin Reward. Sebaiknya, tinjau dengan

cermat apakah potensi hadiah sebanding dengan koin yang harus dikeluarkan, serta evaluasi risiko rugi yang mungkin dihadapi.

2. Berdasarkan penelitian lakukan pertimbangan apakah kenyamanan dan kemudahan berbelanja online sepadan dengan risiko yang terlibat dalam fitur gamifikasi. Pengguna perlu melakukan evaluasi terhadap dampak psikologis dari interaksi mereka dengan elemen permainan dan apakah hal tersebut mendorong perilaku konsumtif yang tidak bertanggung jawab.
3. Berdasarkan penelitian Pengguna dianjurkan untuk berbagi pengalaman mereka saat menggunakan fitur Spin Reward dengan teman atau melalui media sosial. Ini tidak hanya dapat memberikan informasi berharga kepada pengguna lain, tetapi juga dapat menciptakan komunitas yang lebih terhubung di antara pengguna Shopee.
4. Penelitian ini menunjukkan bahwa banyak pengguna belum sepenuhnya memahami aspek hukum dan etika di balik fitur gamifikasi. Oleh karena itu, penting bagi Shopee untuk meluncurkan program edukasi yang menekankan pada kesadaran hukum terkait penggunaan platform E-Commerce. Ini akan membantu pengguna membuat keputusan yang lebih bijak dan menghindari praktik yang tidak sesuai dengan prinsip syariah.
5. Berdasarkan penelitian, ditemukan bahwa ketidakjelasan informasi mengenai syarat dan ketentuan fitur dapat menyebabkan kebingungan dan ketidakpuasan di kalangan pengguna. Oleh karena itu, Shopee disarankan untuk menyediakan informasi yang lebih rinci dan eksplisit mengenai mekanisme penggunaan Spin Reward. Penjelasan yang transparan dapat mengurangi ketidakpastian (gharar) dan menjaga kepercayaan pengguna terhadap platform.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Muhammad Kadir. (2004). Hukum dan Penelitian Hukum. Bandung: Citra Aditia Bakti.
- Adilla , Dita Faridha. (2023). Perolehan Koin Game Shopee Tanam Di Aplikasi Shopee.
- Al-Bukhari, Imam. Sahih al-Bukhari. Beirut: Dar Ibn Katsir.
- Al-Ghazali, A. H. (2002). Al-Mustasfa min 'Ilm al-Usul. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Al-zuhayli, Wahbah. (2004). Al-Fiqh al-islami wa Adillatuh.
- Amelia, Dea Selvia. 2023. "Analisis Pengaruh Sistem Pembayaran Cash On Delivery dan PayLater pada Pembelian Produk Shopee Terhadap Perilaku Customer (Studi Kasus: Customer Shopee)". Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika Vol 7 No 4 (Edisi Agustus 2023): 2555-2556.
- Anisa, Febriyanti Dwi. 2024. "Effect of Price, Quality product, Customer review Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Pinkflash Saat Live Streaming Shopee" (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Kota Mojokerto)". Skripsi. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit (UNIM).
- Anwar, Syamsul. (2007:75). Hukum Perjanjian Syar'iah. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arifin. (2010:313). Gharar dan Risiko dalam Transaksi Keuangan. Tsaqofah Vol. 6 No. 2.
- Arifin. (2010:314-317). Gharar dan Risiko dalam Transaksi Keuangan. Tsaqofah Vol. 6 No. 2.
- Asosiasi, Digital Marketing Indonesia. 2020. "6 Fitur Pintar Berjualan di Shopee dan Mendapat Banyak Follower Asosiasi Digital Marketing". <https://digimind.id/6-fitur-pintar-berjualan-di-shopee-danmendapat-banyak-follower/>
- As-Sa'di. (2008:130). Fiqh al-Ba'i wa al-asyar 1, Fikih Jual Beli, Penerjemah: Abdullah. Jakarta: Senayan Publishing.
- Ayuni, Qurata et all. 2019. "The Influence of Digital Media Use on Sales Level of Culinary Package Product Among Female Entrepreneur". Jurnal

Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik Vol 23 No 2 (Edisi Desember 2019): 129.

Bank Indonesia. (2023). Laporan Ekonomi dan Keuangan Digital Indonesia 2023. Jakarta: BI.

Dewi (2005:46). Hukum Perikatan Islam di Indonesia. Cet. 1 Jakarta: Rawa Mangun.

Djuwaini, Dimyauddin. (2015:70). Pengantar Fikih Mu'amalah. Bandung: Pustaka Pelajar.

Eva, Iryani. (2017:28). Hukum Islam, Demokrasi, Hak Asasi Manusia, No. 2 Vol, 17,. Jurnal Ilmiah.

Enizar. (2013:113-117). Hadis Ekonomi. Jakarta: Rajawali Pers.

Faiza, Izza et all. 2022. "Fitur Halal Shopee Barokah Sebagai Preferensi Belanja Online Muslim Era Digital". Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis Vol 1 No 1 (Edisi Januari 2022): 78.

Fauziah, Fauziah. 2020. "Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop "Shopee" Dalam Meningkatkan Penjualan". Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis Vol 1 No 2 (Edisi Maret-September 2020): 46.

Fauziah, Jamilatul. 2022. "Perolehan Koin Shopee dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah". Skripsi. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Fitria, Tira Nur. (2017:56). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. Ilmiah Ekonomi Islam STIE-AAS .

Fitriani, R. (2020). "Gamification dalam Strategi Pemasaran E-Commerce di Indonesia". Jurnal Komunikasi Digital, 5(2), 98–110.

Ghalazaly, Abdul Rahalman. (2014:51). Fiqhal Mu'amalah. Jakarta: Kencana.

Handayani, D., & Putri, F. (2021). "Gamifikasi dan Loyalitas Konsumen: Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee". Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 36(1), 83–96.

Haralun. (2017:31). Fiqhal Mu'amalah. Surakarta: Muhalammadiyahal Universitas Press.

Haroen, Nasrun. (2007:105). Fiqh mu'amalah. Jakarta: Gaya Media Pratama.

- Haroen, Nasrun. (2007:7). Fiqh mu'amalah. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Hasan, Muhammad Ali. (2003:101). Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Huda, N., & Nasution, M. E. (2019). Ekonomi Syariah: Teori dan Praktik. Jakarta: Kencana.
- Huda, Qamarul. (2011:52). Fikih Mu'amalah . Yogyakarta: Teras.
- Husein, Nadrattuzzaman. (2007:18-25). Gerakan 3H Ekonomi Syariah. Jakarta: PKES.
- Irvindya. 2021. "Inilah 5 Fakta Tentang Cicilan Shopee PayLater yang Perlu Kamu Ketahui". <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/fakta-tentang-cicilan-shopeePayLater-yangperlu-kamu-ketahui/>
- Isprawati. (n.d.). Ikutan Game Shopee Capit Dapat Hadiah Dan Cara Memainkannya.
- Mustofa, Imam. (2016:18). Fikih Muamalah Kontemporer. Jakarta: Rjawali Pers.
- Jauhari, Wildan. (2018:6-9). Kaidah Fikih Adh-Dhararu Yuzal. Jakarta Selatan: Perpustakaan Nasional.
- Karim, A. A. (2010). Ekonomi Mikro Islami. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Kartono, Kartini. (1990). Pengantar Metodologi Riset Sosial. Bandung: Cet.IV Maju Mundur.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2023). Laporan Transformasi Digital dan Perilaku Pengguna Aplikasi E-Commerce di Indonesia 2023. Jakarta: Kominfo RI.
- Kementrian Agama RI. (2012:106). Al-Qur'an dan Terjemahan. Jakarta : PT Sinergi Pustaka Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley.

- Krinawati, Eka Dwi. (2021:1-13). Shopee Sebagai Media Sosial Marketing. Journal of Systems, Information.
- Kurnia, Riza Dian. (2021). Shopee Indonesia: Cara Doownload, Jualan, Belanja, Hingga Kredit. Qoala.
- Kurniawan, Agus. 2022. "Artikel KPKNL Semarang: Virtual Account Berikan Kemudahan Transaksi Bagi Dunia Usaha Maupun Kantor Pemerintah". <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14691/Virtual-Account-Berikan-Kemudahan-Transaksi-Bagi-Dunia-Usaha-Maupun-Kantor-Pemerintah.html>
- Lestari, Dwi Citra. (2022). Pengguna Koin Shopee Capit Dalam Jual Beli Di Shopee Perspektif Hukum Islam.
- Lestari, Irsa Egi et all. 2019. "Penggunaan Koin Shopee dalam Jual Beli Salam di Shopee". Jurnal Of Islamic Economics and Business (JIEB) Vol 9 No 1 (Edisi April 2019): 74.
- Lestari, Irsa Egi. (2019:71). Pengguna Koin Shopee Dalam Jual Beli Salam Di Shopee . Jurnal Islamic Vol. 9. No. 1 UIN Sunan Ampel.
- Lestari, R. (2023). Analisis Fiqh mu'amalah terhadap Sistem Reward pada Aplikasi E-Commerce. Skripsi, Fakultas Syariah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Madhkur, Salam. (1967:534). Transaksi Dalam Perspektif Fikih Mu'amalah. Hardiwinoto.
- Madjid, Abdul. (1986:1). Pokok-Pokok Fiqh mu'amalah dan Hukum Kebendaan dalam Islam,. Bandung: IAIN Sunan Gunung Jati.
- Mausufah, Mafrukhatul. 2022. "Pengaruh Gamifikasi Shopee, Reward Koin, Monthly Event Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee". Skripsi. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Molyo, Priyo Dari et all. 2021."Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Games Terhadap Customer Engagement pada Kalangan Mahasiswa di Kota Malang". Jurnal Nomosleca Vol 7 No 1 (Edisi Maret 2021): 57.
- Muin, Agus Alim. 2021. Peran Sistem Informasi Dalam Transformasi Digital. Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.

- Mulyawan, Riza. 2020. "Ramadhan Semakin Berkah Dengan Shopee Barokah". *Technologue.Id*. <https://technologue.id/ramadhan-semakin-berkah-dengan-shopee-barokah/>
- Munandar, Eris. 2019. *Akad Bisnis Dalam Islam, Fikih Mu'amalah. Unsur-Unsur Akad*.
- Muslim, Imam. *Sahih Muslim*. Beirut: Dar Ihya al-Turath al-Arabi. Mutiah, Aulia. 2017:14. *Hukum Islam*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Muslich, Ahmad Wardi. 2010:112. *Fikih Mu'amalah*. Jakarta: Perpustakaan Nasional
- Muslich, Ahmad Wardi. 2010:150. *Fikih Mu'amalah*. Jakarta: Perpustakaan Nasional
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Edukasi dan Perlindungan Konsumen dalam Layanan Digital*. Jakarta: OJK.
- Prasetya, Whisnu Bagus. 2021. "Riset: Shopee dan Tokopedia Bersaing Kuasai Industri E-Commerce Indonesia". *Beritasatu. Com*.
<https://www.google.com/amp/s/www.beritasatu.com/amp/digital/844059/riset-shopee-dan-tokopedia-bersaing-kuasai-industri-ecommerce-indonesia>
- Pratama, R., & Sari, N. 2022. "Analisis Sistem Reward pada Aplikasi E-Commerce Shopee". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 7(2), 145–158.
- Qardhawi, Yusuf. 2015:425 . *Al Halal wa Halal fil Islam*. Bandung: PT Remaja Rondakarya.
- Rachalmawati, Syafe'i. (2015:786). *Akad Jual Beli Dalam Perpektif Fikih dan Praktiknya* . Aladalalah.
- Rahayu, Fuji. 2024. "Shopee Live Sebagai Alat Inovatif Interaksi Konsumen". <https://www.kompasiana.com/amp/fujirh16/6772b29834777c1ca12e1a02/shopee-live-sebagai-alat-inovatif-interaksi-konsumen>
- Rahman, A. (2022). *Implementasi Gamifikasi dalam Peningkatan Loyalitas Pengguna Aplikasi Shopee*. Tesis, Universitas Indonesia.
- Rahmawati, S., & Hidayat, M. (2023). "Tinjauan Fiqh mu'amalah terhadap Penerapan Hadiah Virtual pada Aplikasi Digital". *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 8(1), 55–70.

- Rosyada, Dede. (1993:70-7). Hukum Islam dan Pranata Sosial. Jakarta: Grafindo Persada.
- Ru'fah, Sohari. (2011:42). Fiqh mu'amalah. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rusdan. (2022:2016-2024). Prinsip-Prinsip Dasar Fiqh mu'amalah Dan Penerapannya Pada Kegiatan Perekonomian. IAI Nurul Hakim Kediri Lombok Vol xv, No 2.
- Sa'diyahal, Mahalmudatus. (2012:23). Fikihal Mu'amalah II. Jawa Tengah: Unishu Press.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). Consumer Behavior (11th ed.). Pearson.
- Shopee Indonesia. (2024). Syarat dan Ketentuan Fitur Game Shopee. Diakses dari <https://shopee.co.id/help>
- Shopee, 2021. "Mengenal Fitur dan Program Shopee Pusat Edukasi Penjual Shopee Indonesia". <https://seller.shopee.co.id/edu/article/14292>
- Shopee, 2025. "Apa Itu Koin Shopee Pusat Bantuan Shopee ID". <https://help.shopee.co.id/4/article/73130%5BKoin-Shopee%5DApa-itu-Koin-Shopee>
- Shopee, 2025. "Apa Saja Metode Pembayaran yang Didukung Oleh Shopee". <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73077-%5BBaru-di-Shopee%5DApa-saja-metode-pembayaran-yang-didukung-oleh-Shopee>
- Shopee, 2025. "Promo Shopee ID Pusat Edukasi Penjual Shopee". <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7438/Promo-Shopee>
- Soemitra, Andri. (2010:20). Bnk dan Kelembagaan Syariah. Jakarta: Kencana.
- Statista. (2024). E-Commerce Market Share in Indonesia 2024. Diakses dari <https://www.statista.com>
- Sugiarto, Fitrah. (2022:33-36). Fiqh Mu'amalah. Yogyakarta: Pustaka Egiliter.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. (2005:2). Fiqh mu'amalah. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suhendi, Hendi. (2015:18). Fiqh mu'amalah. Jakarta: Raja Granfindo Persada.

- Suhendi, Hendi. (2015:4). Fiqh mu'amalah. Jakarta: Raja Granfindo Persada. Suhendi, Hendi. (2015:57). Fiqh mu'amalah. Jakarta: Raja Granfindo Persada.
- Suwiknyo, Dwi. (2009:163). Kamus Lengkap Ekonomi Islam. Yogyakarta: Total Media.
- Syae'i, Rachmat. (2001:13). Fiqh mu'amalah. Bandung: CV Pustaka Setia,. Syafei, Rachmad (2001:14). Fikih Mu'amalah. Bandung: Pustaka Setia.
- Syaifuddin, Amir. (2003:175). Gris-Garis Besar Fikih. Bogor: Kencana.
- Unknown, 2020. "Cara Mengaktifkan Shopee Barokah Untuk Metode Pembayaran".Gapunyakode.<https://gapunyakode.com/2021/03/cara-mengaktifkan-shopee-barokah-untuk.html?m=1>
- Wibisono, Byzka. 2024. 150 Teknik Ampuh Branding: Menjawab Berbagai Tantangan Branding untuk Merek atau Usaha Anda. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Wibowo, A., & Nugroho, Y. (2020). "Pengaruh Sistem Reward terhadap Minat Pengguna Game Online". Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi, 5(3), 212-225.
- Witono, T., & Hendrayana, F. 2011. "Pembuatan Aplikasi Web Jual Beli dan Lelang Online". Jurnal Sistem Informasi Vol 6 No 1 (Edisi Maret 2011): 101-111.
- Yanuardin. (2023:6). Sistem Transaksi dan Keuangan Islam. Bandung: Widina Media Utama.
- Yusuf, Fadhli. (2019:1). Tata Niaga Islam Berbasis Digital. Banda Aceh: Bappeda Aceh. Ad-Dimasyqi, Ibnu Kasir. (2000:408). Tafsir Ilmu Katsir, juz 2. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Yusuf, M. (2021). "Etika Bisnis Islam dalam Sistem Pemasaran Digital". Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 13(2), 201-215.
- Yusuf, Ramayani et all. 2020. "Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan". Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial Vol 1 No 2 (Edisi Juni-November 2020): 506-515.
- Zubair, Muhammad. (2016:45-54). Akad Dalam Transaksi Keuangan. Hukum Diktum, Vol 14.