

Filantropi Ritel Modern: Analisis Akad, Transparansi, dan Akuntabilitas Dana Konsumen

Ahmad Fathul Ma'arif^{1*}, Yulisnawati²

¹Magister Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

²Magister Akuntansi Syariah, Institut Agama Islam Tazkia Bogor

*Corresponding email: fathulahmadmaarif01@gmail.com

Keywords: Consumer Donation, Modern Retail, Almsgiving, Accountability, Islamic Law	Abstract The practice of consumer donations through change rounding in modern retail stores such as Alfamart and Indomaret has developed into a form of contemporary Islamic philanthropy in Indonesia. However, this practice continues to raise questions regarding Islamic legal validity, transparency, and accountability in fund management. This study aims to analyze consumer donation practices in modern retail networks from the perspective of Islamic law and examine the transparency and accountability of donation fund management. This research employs a qualitative method with a library research approach by analyzing Islamic jurisprudence literature, legal regulations, academic journals, and official retail company reports. The findings indicate that consumer donation practices are permissible in Islamic law as long as they are conducted voluntarily and comply with the principles of <i>tabarru'</i> contracts and <i>an-taradhin</i> . In addition, the study finds that transparency in donation management remains limited to periodic reporting and has not fully provided accessible and real-time public information regarding fund distribution. This study contributes to the development of contemporary Islamic philanthropy studies by integrating perspectives of Islamic law, consumer behavior, transparency, and accountability within modern retail donation practices.	
Kata Kunci: Donasi uang kembalian, Ritel Modern, Sedekah, Akuntabilitas, Hukum Islam	Abstrak Praktik donasi uang kembalian konsumen pada ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret berkembang sebagai bentuk filantropi Islam kontemporer di Indonesia. Namun, praktik tersebut masih menimbulkan berbagai pertanyaan terkait keabsahan hukum Islam, transparansi pengelolaan dana, dan akuntabilitas penyaluran donasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik donasi uang kembalian pada ritel modern dalam perspektif hukum Islam serta menelaah aspek transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana donasi. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (<i>library research</i>) melalui analisis terhadap literatur fikih muamalah, regulasi pengumpulan dana masyarakat, jurnal ilmiah, dan laporan resmi perusahaan ritel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik donasi uang kembalian diperbolehkan dalam Islam selama dilakukan secara sukarela dan memenuhi prinsip akad <i>tabarru'</i> serta <i>an-taradhin</i> . Penelitian ini juga menemukan bahwa transparansi pengelolaan dana donasi masih bersifat periodik dan belum sepenuhnya menyediakan akses informasi publik secara terbuka dan real-time terkait distribusi dana. Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan kajian filantropi Islam kontemporer melalui integrasi perspektif hukum Islam, perilaku konsumen, transparansi, dan akuntabilitas pada praktik donasi ritel modern.	
Article History:	Acceptance date: May 20, 2026	Available Online: May 30, 2026

PENDAHULUAN

Perkembangan filantropi Islam di Indonesia mengalami transformasi yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Transformasi tersebut dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta meningkatnya kesadaran sosial masyarakat muslim terhadap kegiatan filantropi dan pemberdayaan sosial ekonomi (Hayati & Soemitra, 2022). Filantropi Islam yang sebelumnya lebih banyak dilakukan secara konvensional melalui masjid, lembaga amal zakat, maupun penggalangan dana langsung, kini berkembang ke dalam bentuk yang lebih modern dan praktis, salah satunya melalui program donasi uang kembalian pada ritel modern berjejaring seperti Alfamart dan Indomaret.

Fenomena donasi uang kembalian pada ritel modern menunjukkan adanya integrasi antara aktivitas ekonomi masyarakat dengan nilai-nilai sosial dan keagamaan. Program tersebut dilakukan dengan menawarkan kepada konsumen untuk menyumbangkan sisa uang belanja dalam nominal tertentu yang kemudian dikumpulkan dan disalurkan kepada kegiatan sosial, pendidikan, kesehatan, bantuan bencana, maupun program kemanusiaan lainnya. Kehadiran program donasi berbasis ritel modern memperlihatkan bahwa praktik filantropi masyarakat mengalami pergeseran menuju sistem yang lebih praktis, cepat, dan mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat (Ridwan, 2021).

Perubahan pola filantropi masyarakat tersebut tidak dapat dilepaskan dari perkembangan perilaku konsumen modern yang mengutamakan kemudahan dan efisiensi transaksi. Sistem donasi yang dilakukan bersamaan dengan transaksi belanja dinilai mampu membangun kebiasaan berbagi dalam kehidupan sehari-hari tanpa memerlukan proses yang rumit. Dalam konteks ini, perilaku berdonasi masyarakat dipengaruhi oleh faktor empati sosial, kesadaran membantu sesama, kemudahan akses donasi, dan rasa tanggung jawab sosial (Al-Khalidi, 2026). Selain itu, perkembangan sistem pembayaran digital juga mendorong meningkatnya praktik *impulsive giving* dalam aktivitas filantropi masyarakat modern (Jannah & Firmansyah, 2025).

Meskipun program donasi pada ritel modern memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam bersedekah, praktik tersebut juga menimbulkan berbagai pertanyaan dan perdebatan, khususnya terkait aspek transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana. Transparansi menjadi aspek penting karena dana yang terkumpul berasal dari masyarakat luas sehingga pengelola memiliki kewajiban untuk memberikan informasi secara terbuka mengenai jumlah dana yang dihimpun dan proses distribusinya. Transparansi dan akuntabilitas merupakan prinsip utama dalam tata kelola lembaga publik maupun lembaga sosial guna menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan dana yang dilakukan (Maulana, 2020; Ridwan, 2021). Dalam praktiknya, informasi mengenai donasi uang kembalian pada ritel modern umumnya hanya dicantumkan secara singkat pada struk belanja atau publikasi tertentu di media perusahaan. Namun, konsumen seringkali tidak memperoleh rincian yang memadai mengenai total dana yang terkumpul, mekanisme distribusi, maupun pihak

penerima manfaat secara berkala. Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan publik terkait sejauh mana transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana donasi yang dihimpun dari masyarakat.

Selain aspek tata kelola dana, praktik donasi uang kembalian juga menarik untuk dikaji dalam perspektif hukum Islam, khususnya berkaitan dengan akad dan kerelaan konsumen dalam memberikan donasi. Dalam fikih muamalah dijelaskan bahwa setiap transaksi harus dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak (*an-taradhin*) serta tidak mengandung unsur paksaan. Hukum dasar transaksi dalam Islam pada dasarnya adalah boleh (*al-ashl fi al-mu'amalat al-ibahah*) selama tidak terdapat unsur yang dilarang syariat seperti gharar, penipuan, maupun ketidakjelasan akad (Al-Qaradhawi, 2022). Dengan demikian, praktik donasi uang kembalian dapat diperbolehkan selama dilaksanakan secara sukarela dan memenuhi prinsip akad *tabarru'*.

Dalam konteks hukum positif di Indonesia, praktik pengumpulan dana masyarakat juga telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1961 tentang Pengumpulan Uang atau Barang dan Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 1980 tentang Pelaksanaan Pengumpulan Sumbangan. Regulasi tersebut menegaskan bahwa setiap kegiatan pengumpulan dana masyarakat harus dilaksanakan secara bertanggung jawab dan dapat dipertanggungjawabkan kepada publik.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas praktik donasi uang kembalian pada ritel modern. Ahyunani (2017) menjelaskan bahwa praktik penarikan uang kembalian untuk donasi diperbolehkan selama terdapat persetujuan konsumen. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Jannah & Firmansyah, 2025) menyatakan bahwa praktik tersebut termasuk akad *tabarru'* dalam fikih muamalah. Penelitian Kusumasari & Iswanaji (2021) juga menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola dana sosial. Namun demikian, penelitian terdahulu masih lebih banyak berfokus pada aspek hukum akad dan belum banyak mengintegrasikan pembahasan mengenai transparansi, akuntabilitas, perilaku konsumen, dan praktik filantropi digital dalam konteks ritel modern secara komprehensif.

Penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan penelitian sebelumnya karena tidak hanya membahas aspek hukum akad donasi dalam perspektif fikih muamalah, tetapi juga menganalisis transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana berdasarkan laporan resmi perusahaan ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret. Dengan demikian, penelitian ini mengintegrasikan analisis hukum Islam, tata kelola dana sosial, perilaku konsumen, serta praktik filantropi ritel modern secara lebih komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik donasi uang kembalian pada ritel modern dalam perspektif hukum Islam serta menelaah aspek transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana donasi pada Alfamart dan Indomaret.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Pendekatan ini digunakan karena penelitian berfokus pada analisis praktik donasi uang kembalian pada ritel modern dalam perspektif hukum Islam, transparansi, dan akuntabilitas pengelolaan dana. Menurut Levitt et al (2018), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial melalui interpretasi terhadap data dan makna yang terkandung di dalamnya. Data penelitian diperoleh dari regulasi terkait pengumpulan dana masyarakat, laporan resmi program donasi Alfamart dan Indomaret, serta berbagai jurnal ilmiah, buku, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan filantropi Islam, fikih muamalah, dan tata kelola dana sosial (Ritonga, 2024).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan penelusuran literatur secara sistematis terhadap berbagai sumber ilmiah yang relevan dengan fokus penelitian (Miles, Huberman dan Saldana 2014). Literatur yang digunakan diprioritaskan berasal dari publikasi ilmiah dalam 10 tahun terakhir guna memperoleh analisis yang lebih aktual sesuai perkembangan filantropi digital dan praktik donasi kontemporer di Indonesia (Alhamid, 2019; Rahardjo, 2011). Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan menelaah praktik donasi uang kembalian berdasarkan prinsip akad *tabarru'*, *an-taradhin*, transparansi, dan akuntabilitas dalam fikih muamalah kontemporer (Al-Qaradhawi, 2022; Ridwan, 2021). Selain itu, pendekatan normatif digunakan untuk menganalisis kesesuaian praktik donasi dengan prinsip-prinsip hukum Islam serta regulasi pengumpulan sumbangan yang berlaku di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik Donasi Uang Kembalian pada Ritel Modern Berjejaring

Perkembangan ritel modern di Indonesia tidak hanya membawa perubahan pada pola konsumsi masyarakat, tetapi juga memunculkan berbagai inovasi dalam aktivitas sosial berbasis transaksi ekonomi. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah program donasi uang kembalian yang diterapkan oleh ritel modern berjejaring seperti Alfamart dan Indomaret. Program ini dilakukan dengan menawarkan kepada konsumen untuk menyumbangkan sisa uang kembalian belanja dalam nominal tertentu yang kemudian dikumpulkan dan disalurkan kepada kegiatan sosial, pendidikan, kesehatan, bantuan bencana, maupun program kemanusiaan lainnya (Rahma, 2025).

Praktik donasi uang kembalian pada ritel modern menunjukkan adanya transformasi filantropi Islam dari pola konvensional menuju filantropi berbasis transaksi modern yang lebih praktis dan mudah diakses masyarakat. Kehadiran sistem donasi tersebut memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk bersedekah dalam aktivitas sehari-hari tanpa harus melalui prosedur yang rumit. Menurut Hermawan & Hariyanto (2022) perkembangan filantropi modern dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat urban yang cenderung mengutamakan efisiensi dan kemudahan

dalam melakukan transaksi sosial maupun ekonomi. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa aktivitas konsumsi masyarakat modern mulai terintegrasi dengan nilai-nilai sosial dan keagamaan dalam bentuk filantropi kontemporer (Kasdi, 2016).

Selain memberikan kemudahan, praktik donasi pada ritel modern juga memperlihatkan adanya integrasi antara aktivitas bisnis dan nilai sosial keagamaan. Perusahaan ritel tidak hanya berperan sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai perantara dalam menghimpun dana sosial masyarakat. Dalam konteks ini, ritel modern turut mengambil bagian dalam penguatan budaya filantropi dan kepedulian sosial di tengah masyarakat. Beik & Arsyianti (2021) menjelaskan bahwa filantropi Islam memiliki peran penting dalam meningkatkan solidaritas sosial dan membantu pemerataan kesejahteraan masyarakat.

Meskipun demikian, praktik donasi uang kembalian pada ritel modern masih menimbulkan berbagai respons dari masyarakat. Sebagian masyarakat menilai program tersebut sebagai bentuk kemudahan dalam bersedekah dan meningkatkan kepedulian sosial, sedangkan sebagian lainnya mempertanyakan kejelasan pengelolaan dana serta transparansi distribusi bantuan. Perbedaan pandangan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan publik menjadi faktor penting dalam keberlangsungan program donasi berbasis ritel modern (Yuliafitri & Khoiriyah, 2016).

Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Donasi

Transparansi dan akuntabilitas merupakan aspek penting dalam pengelolaan dana publik, termasuk dana donasi yang dihimpun melalui ritel modern (Yulisnawati et al., 2023). Transparansi berkaitan dengan keterbukaan informasi mengenai jumlah dana yang terkumpul, proses pengelolaan, serta penyaluran dana kepada pihak penerima manfaat. Sementara itu, akuntabilitas berkaitan dengan kemampuan pengelola dalam mempertanggungjawabkan penggunaan dana kepada masyarakat secara terbuka dan dapat dipercaya (Mardiasmo, 2021). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transparansi donasi pada ritel modern masih cenderung bersifat administratif dan belum sepenuhnya partisipatif. Masyarakat tidak hanya membutuhkan laporan nominal donasi, tetapi juga membutuhkan akses terhadap informasi mengenai efektivitas distribusi dana dan dampak sosial yang dihasilkan. Dalam konteks filantropi digital modern, keterbukaan informasi secara real-time dapat menjadi instrumen penting dalam meningkatkan legitimasi dan kepercayaan publik terhadap program donasi perusahaan.

Dalam praktiknya, Alfamart dan Indomaret telah menyediakan laporan program donasi melalui media resmi perusahaan, baik berupa situs web maupun publikasi kegiatan sosial perusahaan. Laporan tersebut memuat informasi mengenai jumlah dana yang dihimpun dan bentuk program bantuan yang disalurkan kepada masyarakat (Alfamart, 2022; Indomaret, 2021). Laporan resmi Alfamart menunjukkan bahwa program donasi konsumen melalui uang kembalian belanja telah menghimpun dana dalam jumlah besar. Pada Januari–April 2025, donasi konsumen yang disalurkan

melalui BAZNAS mencapai Rp7,4 miliar untuk program kemanusiaan, kesehatan, dan pendidikan. Selain Alfamart, Indomaret juga mempublikasikan program donasi konsumen melalui laman resmi perusahaan. Salah satu laporan menunjukkan bahwa donasi pelanggan periode Oktober–Desember 2019 mencapai Rp5,8 miliar yang disalurkan melalui PMI untuk program pendidikan, kesehatan, penyediaan air bersih, ambulans, dan bantuan kemanusiaan di berbagai daerah Indonesia. Namun demikian, sebagian laporan masih bersifat periodik dan belum disajikan secara *real-time* sehingga akses informasi publik terhadap pengelolaan dana masih relatif terbatas.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transparansi dalam pengelolaan dana donasi masih perlu ditingkatkan agar dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap program yang dijalankan. Sagala & Siregar (2023) menjelaskan bahwa transparansi dan akuntabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat dalam kegiatan pengelolaan dana sosial. Semakin terbuka suatu lembaga dalam menyampaikan informasi pengelolaan dana, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan publik terhadap lembaga tersebut. Pendapat tersebut juga sejalan dengan penelitian Yuliafitri & Khoiriyah (2016) yang menyatakan bahwa transparansi pengelolaan dana berpengaruh terhadap loyalitas dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola dana sosial.

Selain itu, akuntabilitas juga berkaitan dengan kejelasan mekanisme distribusi dana kepada penerima manfaat. Dalam konteks ini, perusahaan ritel perlu memastikan bahwa dana yang dihimpun benar-benar disalurkan kepada program sosial yang sesuai dengan tujuan pengumpulan donasi. Transparansi distribusi dana menjadi penting untuk menghindari munculnya keraguan atau persepsi negatif dari masyarakat terhadap praktik donasi yang dilakukan (Sitorus et al., 2025).

Faktor Psikologis Konsumen dalam Keputusan Berdonasi

Keputusan konsumen dalam memberikan donasi pada ritel modern tidak hanya dipengaruhi oleh faktor keagamaan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial. Program donasi uang kembalian pada dasarnya memanfaatkan perilaku spontan masyarakat dalam memberikan bantuan sosial melalui nominal kecil yang dianggap tidak memberatkan konsumen. Dalam konteks ini, kemudahan transaksi menjadi salah satu faktor utama yang mendorong konsumen untuk berdonasi (Kusuma, 2023). Fenomena *impulsive giving* menunjukkan bahwa praktik donasi pada ritel modern tidak hanya berkaitan dengan nilai keagamaan, tetapi juga dipengaruhi oleh desain transaksi dan stimulus psikologis konsumen. Strategi penawaran donasi di kasir mampu membentuk kebiasaan filantropi baru dalam masyarakat modern melalui aktivitas konsumsi sehari-hari.

Ismail et al. (2026) menjelaskan bahwa perilaku donasi masyarakat modern dipengaruhi oleh faktor *trust*, kemudahan sistem pembayaran, empati sosial, dan dorongan emosional untuk membantu sesama. Selain itu, praktik donasi di kasir ritel modern juga menunjukkan adanya fenomena *impulsive giving*, yaitu keputusan

berdonasi yang dilakukan secara spontan ketika konsumen berada dalam situasi transaksi pembelian. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa sistem donasi berbasis ritel mampu membentuk kebiasaan sosial baru dalam masyarakat modern melalui aktivitas konsumsi sehari-hari.

Di sisi lain, keberhasilan program donasi juga dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam membangun kepercayaan publik. Konsumen cenderung bersedia berdonasi apabila mereka meyakini bahwa dana yang diberikan akan disalurkan secara tepat dan transparan. Oleh karena itu, kejelasan informasi mengenai penggunaan dana dan publikasi kegiatan sosial menjadi faktor penting dalam mempertahankan partisipasi masyarakat terhadap program donasi ritel modern (Tedjokusumo, 2017).

Praktik Donasi dalam Perspektif Hukum Islam

Dalam perspektif hukum Islam, praktik donasi uang kembalian pada ritel modern termasuk ke dalam akad *tabarru'*, yaitu akad yang bertujuan untuk memberikan manfaat dan pertolongan kepada pihak lain tanpa mengharapkan keuntungan komersial. Akad *tabarru'* merupakan bentuk akad sosial yang dibenarkan dalam Islam selama dilaksanakan secara sukarela dan tidak mengandung unsur paksaan (Qutronnada et al., 2022). Dalam perspektif maqashid syariah, praktik donasi uang kembalian dapat dipandang sebagai bentuk realisasi nilai ta'awun dan kemaslahatan sosial karena dana yang terkumpul digunakan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. Oleh karena itu, transparansi dan amanah dalam pengelolaan dana menjadi unsur penting agar tujuan sosial dan nilai syariah tetap terjaga (Maarif et al., 2025).

Prinsip dasar muamalah dalam Islam menyatakan bahwa seluruh bentuk transaksi pada dasarnya diperbolehkan selama tidak terdapat dalil yang melarangnya. Kaidah fikih menyebutkan:

الأصلُ في المعاملاتِ الإباحةُ

"Hukum asal dalam muamalah adalah boleh selama tidak terdapat dalil yang melarangnya."

Kaidah tersebut menjelaskan bahwa hukum asal dalam muamalah adalah boleh. Dengan demikian, praktik donasi uang kembalian dapat diperbolehkan selama memenuhi prinsip-prinsip syariah dan tidak mengandung unsur gharar, penipuan, maupun pemaksaan dalam transaksi (Al-Qaradhawi, 2022; Anggraini & Jahar, 2020).

Selain itu, dalam fikih muamalah juga dikenal prinsip kerelaan kedua belah pihak (*an-taradhin*) dalam setiap transaksi. Oleh karena itu, persetujuan konsumen menjadi unsur penting dalam pelaksanaan program donasi pada ritel modern. Donasi tidak boleh dilakukan secara otomatis tanpa adanya persetujuan dari konsumen karena hal tersebut dapat menghilangkan unsur kerelaan dalam akad. Namun demikian, dalam praktik di lapangan masih terdapat potensi persoalan terkait kesempurnaan unsur an-taradhin. Dalam beberapa kondisi, kasir menyampaikan pertanyaan donasi secara

cepat di tengah antrean transaksi sehingga konsumen dapat memberikan persetujuan tanpa memahami secara penuh tujuan maupun mekanisme donasi tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek kerelaan dalam akad donasi perlu didukung dengan penyampaian informasi yang jelas dan transparan agar persetujuan konsumen benar-benar dilakukan secara sadar dan sukarela. Pandangan tersebut sejalan dengan penelitian Ahyunani (2017) yang menyatakan bahwa praktik penarikan uang kembalian diperbolehkan selama terdapat persetujuan dan kerelaan dari konsumen.

Praktik donasi uang kembalian juga dapat dikaitkan dengan kaidah fikih mengenai kebiasaan masyarakat (*al-'adah muhakkamah*), yaitu kebiasaan yang berkembang di masyarakat dapat dijadikan pertimbangan hukum selama tidak bertentangan dengan syariat Islam (Lutfirrahman, 2026). Dalam konteks ini, praktik donasi melalui uang kembalian telah berkembang menjadi kebiasaan sosial baru di tengah masyarakat modern dan diterima sebagai bagian dari aktivitas filantropi kontemporer.

Secara umum, praktik donasi uang kembalian pada ritel modern dapat dinilai sesuai dengan prinsip hukum Islam selama memenuhi unsur transparansi, kerelaan konsumen, dan kejelasan penyaluran dana. Dengan demikian, program donasi tersebut tidak hanya memiliki nilai sosial, tetapi juga mencerminkan implementasi nilai-nilai filantropi Islam dalam kehidupan ekonomi modern.

KESIMPULAN

Praktik donasi uang kembalian pada ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret merupakan bentuk filantropi Islam modern yang memudahkan masyarakat dalam bersedekah melalui aktivitas belanja sehari-hari. Program tersebut menunjukkan adanya integrasi antara aktivitas ekonomi dengan nilai sosial dan keagamaan dalam kehidupan masyarakat modern.

Berdasarkan hasil penelitian, praktik donasi uang kembalian diperbolehkan dalam perspektif hukum Islam karena termasuk akad *tabarru'* dan dilakukan atas dasar kerelaan konsumen. Praktik tersebut juga sesuai dengan regulasi pengumpulan sumbangan di Indonesia selama dilakukan secara transparan dan bertanggung jawab. Penelitian ini menemukan bahwa transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap program donasi ritel modern. Oleh karena itu, perusahaan ritel perlu meningkatkan keterbukaan informasi mengenai pengumpulan dan penyaluran dana donasi agar kepercayaan publik tetap terjaga.

Selain itu, keputusan konsumen untuk berdonasi dipengaruhi oleh faktor kemudahan transaksi, empati sosial, dan kepercayaan terhadap pengelola dana. Dengan demikian, praktik donasi uang kembalian tidak hanya memiliki nilai sosial, tetapi juga mencerminkan penerapan nilai filantropi Islam dalam aktivitas ekonomi modern. Oleh karena itu, perusahaan ritel modern perlu meningkatkan kualitas pelaporan dana donasi melalui sistem informasi yang lebih terbuka, berkala, dan mudah diakses publik

guna memperkuat kepercayaan masyarakat serta memastikan praktik filantropi berjalan sesuai prinsip hukum Islam dan tata kelola yang baik.

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian filantropi Islam kontemporer dengan mengintegrasikan perspektif fikih muamalah, perilaku konsumen, transparansi, dan akuntabilitas dana sosial pada praktik donasi ritel modern. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan ritel dalam meningkatkan tata kelola donasi berbasis prinsip syariah dan *good governance*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyunani, A. (2017). *Tinjauan Hukum Islam Tentang Penarikan Uang Kembali untuk Program Donasi (Studi Pada Alfamart Prasanti di bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Al-Khalidi, F. K. H. (2026). Islamic Philanthropy in Action: Exploring Waqf as a Strategic Tool for Enhancing Disaster Resilience. In B. A. A. Alserhan & T. Khoshtaria (Eds.), *Modern Trends in Islamic Economy: Philanthropy, Finance and Marketing Innovations* (p. 0). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-80592-543-920261001>
- Al-Qaradhawi, Y. (2022). *Norma dan etika ekonomi Islam*. Gema Insani.
- Alhamid, T. (2019). *Instrumen pengumpulan data kualitatif*.
- Anggraini, S. A., & Jahar, A. S. (2020). Reformulasi Zakat Profesi Dalam Kerangka Filosofi Hukum Islam. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam (Isthinbat)*, 19(1). <https://doi.org/10.20414/ijhi.v19i1.209>
- Beik, I. S., & Arsyianti, L. D. (2021). Digital technology and its impact on Islamic social finance literacy. In *Islamic FinTech: Insights and Solutions* (pp. 429–445). Springer.
- Hayati, F., & Soemitra, A. (2022). Filantropi Islam Dalam Pengentasan Kemiskinan. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 109–121.
- Hermawan, S., & Hariyanto, W. (2022). Improving Lazismu Performance in the Perspective of Modern Philanthropy, Shariah Enterprise Theory, and Comprehensive Intellectual Capital Management: Peningkatan Kinerja Lazismu dalam Perspektif Filantropi Modern, Shariah Enterprise Theory, dan Comprehen. *Journal of Accounting Science*, 6(2), 187–196.
- Ismail, S. A., Parlyna, R., & Usman, O. (2026). Faktor Faktor yang Memengaruhi Use Behavior Pengguna Fintech Crowdfunding Melalui Behavioral Intention. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2(1), 2763–2785.
- Jannah, M., & Firmansyah, M. (2025). Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Pengalihan Sisa Uang Menjadi Donasi Di Minimarket. *Multidisipliner Knowledge*, 3(3 (Oktober)), 15–28.
- Kasdi, A. (2016). Filantropi Islam untuk pemberdayaan ekonomi umat (Model pemberdayaan ZISWAF di BMT Se-Kabupaten Demak). *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam STAIN Kudus*, 9(2), 227–245.

- Kusuma, B. A. (2023). *Pengaruh Bahasa Psikologi Positif, Modal Manusia dan Modal Sosial pada Kinerja Crowdfunding Berbasis Donasi*. Universitas Islam Indonesia.
- Kusumasari, N., & Iswanaji, C. (2021). Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Zis Pada Baznas Ri Di Masa Pandemi Covid-19. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(4), 417–428.
- Levitt, H. M., Bamberg, M., Creswell, J. W., Frost, D. M., Josselson, R., & Suárez-Orozco, C. (2018). Journal article reporting standards for qualitative primary, qualitative meta-analytic, and mixed methods research in psychology: The APA Publications and Communications Board task force report. *American Psychologist*, 73(1), 26.
- Lutfirrahman, M. A. (2026). Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Pengalihan Sisa Uang Menjadi Donasi Di Mini Market Indomaret/Alfamart. *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 4(1), 710–719.
- Maarif, A. F., Darmawan, D., Mohamad, S. N. A., Huda, N., & Fajar, A. (2025). Designing Maqashid Index Measurement Models Integrated With Esg in Islamic Financial Institutions. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 11(1), 254–272. <https://doi.org/10.20473/jebis.v11i1.65830>
- Mardiasmo, M. B. A. (2021). *Otonomi & manajemen keuangan daerah: edisi terbaru*. Penerbit Andi.
- Maulana, R. (2020). *Aspek Hukum Ekonomi Syariah Tentang Donasi Uang Kembalian (Studi Kasus Indomaret Lintas Adirejo Pekalongan)*. IAIN Metro.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis*. sage.
- Mulawarman, A. D. (2022). *Menyibak Akuntansi Syariah Rekonstruksi Teknologi Akuntansi Syariah dari Wacana ke Aksi*. Penerbit Peneleh.
- Qutronnada, A., Kholil, M., & Hediati, T. (2022). Penarikan Uang Kembalian Sebagai Donasi Prespektif Hukum Ekonomi Syariah. *El Hisbah: Journal of Islamic Economic Law*, 2(1).
- Rahardjo, M. (2011). *Metode pengumpulan data penelitian kualitatif*.
- Rahma, F. M. (2025). *Analisis Persepsi Publik tentang Pengembalian Uang Dalam Bentuk Donasi (Studi Alfamart Kota Semarang)*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Ridwan, A. A. (2021). Tinjauan Al-Maslahat Al-Mursalah Terhadap Transaksi Uang Kembalian Menjadi Donasi. *Fawaid: Sharia Economic Law Review*, 3(2).
- Ritonga, P. (2024). Transparansi dan akuntabilitas: peran audit dalam meningkatkan kepercayaan stakeholder. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2), 323–336.
- Sagala, M. K. A., & Siregar, S. (2023). Pengelolaan keuangan, sistem informasi akuntansi dan transparansi kinerja keuangan pada BUMDes. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(6), 1613.
- Sitorus, L., Sitompul, S. A., Kamila, N. F., & Pangestoeti, W. (2025). Transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan negara. *Economic Reviews Journal*, 4(1), 235–244.
- Tedjokusumo, I. (2017). Analisis Sikap Konsumen Terhadap Program Corporate Social

Responsibility (CSR) Berupa Donasi pada Bisnis Ritel Alfamart. *Parsimonia-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(3), 121–131.

Yuliafitri, I., & Khoiriyah, A. N. (2016). Pengaruh kepuasan muzakki, transparansi dan akuntabilitas pada lembaga amil zakat terhadap loyalitas muzakki. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 205–218.

Yulisnawati, Y., Pramono, S. E., & Laela, S. F. (2023). Relationship Of Internal Auditor Independence, Internal Audit Effectiveness And Sharia Compliance (Case Study On Sharia Bank In East Java). *Inspirasi Ekonomi: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(4), 350–362.