

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI VOUCHER PADA  
PROGRAM *FLASH SALE* APLIKASI SHOPEE**

**SKRIPSI**

OLEH

**KHOLIS**

**NIM. C02216031**



**Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya**

**Fakultas Syari'ah dan Hukum**

**Jurusan Hukum Perdata Islam**

**Program Studi Hukum Ekonomi Syariah**

**2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN

### PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kholis

NIM : C02216031

Fakultas/Jurusan/Prodi : Syariah dan Hukum/Hukum Perdata Islam/Hukum  
Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli pada Program  
*Flash Sale* Aplikasi Shopee

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan karya  
saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 18 Desember 2020



## PERSETUJUAN PEMBIMBING

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul "Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli pada Program *Flash Sale* Aplikasi Shopee" yang ditulis oleh Kholis NIM. C02216031 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 18 Desember 2020

Pembimbing,



Dr. Sumarkan, M.Ag.  
NIP: 196408101993031002

## PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Kholis NIM. C02216031 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari ini dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Fakultas Syariah dan Hukum.

Majelis Munaqosah Skripsi :

Penguji I



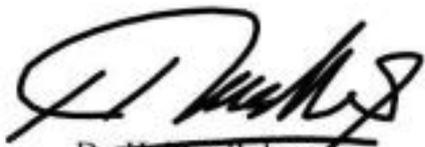
Drs. Sumarkan, M.Ag.  
NIP: 196408101993031002

Penguji II



Dra. Hj. Siti Dalilah Candrawati, M.Ag.  
NIP. 196006201989032001

Penguji III



Dr. Hontur Rohman  
NIP. 198710022015031005

Penguji IV



Muhammad Jazil Rifqi, MH.  
NIP.19911102019031017

Surabaya, 14 Januari 2020

Mengesahkan

Fakultas Syariah dan Hukum

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,



Prof. Dr. Masruhan, M.Ag.  
NIP. 195904041988031003



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: [perpus@uinsby.ac.id](mailto:perpus@uinsby.ac.id)

---

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Kholis  
NIM : C02216031  
Fakultas/Jurusan : Syariah dan Hukum  
E-mail address : [kkholis380@gmail.com](mailto:kkholis380@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi     Tesis     Desertasi     Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

**Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Voucher Pada Produk Flash Sale Aplikasi Shopee**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Maret 2022

Penulis,

( Kholis )

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Voucher pada saat Promo *Flash Sale* pada Aplikasi *Shopee*" bertujuan untuk menjawab beberapa rumusan masalah yang meliputi: bagaimana praktik jual beli pada saat promo *flash sale* berlangsung pada aplikasi *shopce*? Serta Bagaimana tinjauan hukum Islam (*bai*) terhadap jual beli pada saat promo *flash sale* berlangsung pada aplikasi *shopee*?

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, data yang dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara (*interview*) dan dokumentasi. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Analisis yang dilakukan peneliti menggunakan pola pikir deduktif yakni dengan menganalisa praktik yang terjadi di lapangan terkait jual beli voucher pada saat promo *flash sale* di *shopee* dengan menggunakan hukum Islam yang telah ada.

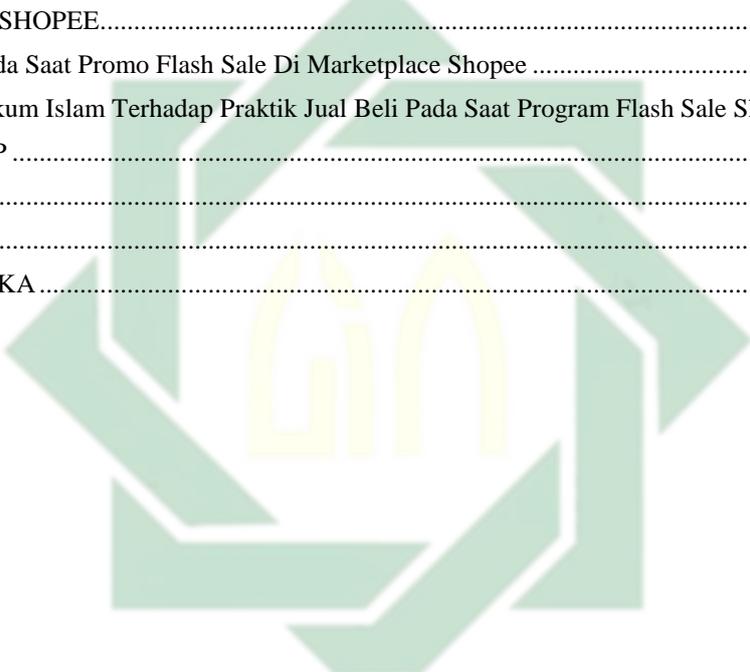
Hasil penelitian menyimpulkan bahwa jual beli pada saat promo *flash sale* di *marketplace shopee* merupakan akad jual beli pada promo puncak dan biasanya diadakan pada tanggal cantik, seperti tanggal 12 bulan Desember (12.12) begitu seterusnya. Dalam jual beli ini terdapat ketidak jelasan informasi sebab tidak ditentukan jumlah produk atau barang yang akan dijual saat iklan tersebut sedangkan konsumen butuh terhadap barang tersebut maka hal ini bisa menimbulkan rasa keterpaksaan, yang mana tidak memenuhi unsur kerelaan yang terdapat dalam syarat akad meskipun rukun akadnya terpenuhi. Sehingga penulis mengkategorikan bahwa jual beli ini disebut akad yang *fasad*, atau akad yang dibatalkan karena pertimbangan maslahat. Kemudian promosi *flash sale* apabila ditinjau dari segi asas perjanjian dalam hukum Islam juga tidak terpenuhinya terhadap beberapa asas, khususnya terhadap asas kejujuran dan asas iktikad baik. Penulis juga berpendapat bahwa tindakan pelaku usaha karena dapat menghilangkan rasa kepercayaan konsumen dan cenderung menimbulkan kerugian sehingga berakibat pada akad jual beli yang *fasad*.

Adapun saran yang hendak penulis berikan yakni bagi pelaku usaha yakni mitra yang berjualan di *shopee* hendaknya lebih memperhatikan lagi terkait ketelitian informasi pada produk yang dijual. Sedangkan bagi konsumen yakni harus lebih selektif untuk melakukan transaksi pada saat promo *flash sale*, dengan mencari informasi yang jelas terhadap produk yang hendak dibeli guna mencegah dari terjadinya kerugian serta mencegah dari munculnya *mafsadat*.

# DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iv
PENGESAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR TRANSLITERASI .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	5
C. Rumusan masalah .....	6
D. Kajian pustaka .....	6
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Fungsi Hasil Penelitian .....	9
G. Definisi Operasional .....	10
H. Metode Penelitian .....	11
I. Sistematika Pembahasan .....	17
BAB II KONSEP AKAD JUAL BELI DALAM HUKUM ISLAM .....	19
A. Akad dalam Hukum Islam .....	19
1. Pengertian Akad .....	19
2. Dasar Hukum Akad .....	19
3. Rukun dan Syarat Akad .....	20
4. Asas-Asas Akad .....	22
5. Hal-hal Yang Dapat Merusak Akad .....	23
B. Teori Jual Beli .....	24
1. Pengertian Jual Beli .....	24
2. Dasar Hukum Jual Beli .....	25
3. Rukun dan Syarat Jual Beli .....	27
4. Macam-Macam Jual Beli .....	29
5. Jual Beli Yang Terlarang .....	30
6. Etika Dalam Jual Beli .....	32
7. Tujuan Jual Beli .....	33
8. Kesepakatan Penjual dan Pembeli .....	33
9. Jual Beli Dengan Syarat .....	34
C. Sistem Banting Harga ( <i>Dumping</i> ) .....	36
1. Pengertian Banting Harga .....	36
2. Jenis Banting Harga .....	37

3. Hukum Banting Harga .....	39
<b>BAB III PRAKTIK JUAL BELI PADA SAAT FLASH SALE DALAM MARKETPLACE SHOPEE .....</b>	<b>44</b>
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	44
1. Profil PT Shopee Internasional Indonesia .....	44
2. Investasi PT Shopee Internasional Indonesia .....	47
3. Sistem Pembayaran dan Pengiriman Barang .....	47
B. Gambaran Umum Flash Sale Shopee.....	48
1. Pengertian Promosi .....	48
2. Tujuan Promosi .....	49
C. Tahapan pembelian barang dalam flash sale shopee.....	54
<b>BAB IV TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI VOUCHER PADA SAAT PROGRAM FLASH SALE DI SHOPEE.....</b>	<b>57</b>
A. Jual Beli Pada Saat Promo Flash Sale Di Marketplace Shopee .....	57
B. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Pada Saat Program Flash Sale Shopee .....	60
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Gambar 3. 1 Logo PT. Shopee.....	44
Gambar 3. 2 Tampilan Beranda Shopee .....	46
Gambar 3. 3 Tampilan Flash Sale.....	54



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hidup menjadikan setiap manusia memiliki arah dan tujuan sebab manusia merupakan khalifah di bumi. Sebagai makhluk yang disempurnakan dengan akal fikiran menjadikan manusia berbeda dengan makhluk yang lain. Dengan akal inilah seharusnya manusia selalu berfikir dan berada di jalan yang tepat. Dalam aspek perekonomian manusia merupakan konsumen sekaligus produsen dalam aktivitas sehari-hari. Sebagai makhluk yang saling membutuhkan terhadap sesamanya menjadikan manusia selalu memiliki kekurangan jika hidup secara individual. Banyak hal yang bisa terlaksana dengan bantuan dan rasa andil orang lain sebab itulah manusia dikenal dengan makhluk sosial.

Manusia tidak bisa terlepas dari hak dan kewajiban yang melekat pada dirinya. Hak dan kewajiban tersebut menjadi pembatas dalam melakukan sesuatu sesuai norma hukum yang berlaku. Hak muncul sebab lahiriah sebagai manusia yang diberikan oleh tuhan yang maha esa<sup>1</sup>. Dalam segala aspek kehidupan terdapat hak dan kewajiban yang berbeda sesuai aspek dimana manusia tersebut mengikatkan dirinya. Salah satu aspek yang dimaksudkan yaitu aspek ekonomi. Ekonomi merupakan kegiatan manusia untuk memenuhi

---

<sup>1</sup>Muhammad Ashri, *Hak Asasi Manusia Filosofi Teori Dan Instrumen Dasar* (Makassar. CV. Sosial Politic Genius, 2018), 18.

kebutuhan hidupnya baik kebutuhan primer maupun kebutuhan lainnya. Dalam hukum islam dikenal dengan muamalah.

Muamalah merupakan bagian dari hukum islam yang mengatur tingkah laku manusia dalam aspek ekonomi. Hal ini berkaitan dengan akad atau transaksi dunia perekonomian yang diatur dalam fiqh muamalah terkait hukum sah atau tidaknya transaksi yang dilakukan. Sebagaimana dijelaskan oleh rahman ghazali bahwa righ muamalah merupakan hukum yang menjadi dasar atas tingkah laku manusia dalam menjalankan persoalan-persoalan keduniaan seperti jual beli, sewa menyewa dan lain-lain<sup>2</sup>. Saat ini pergerakan ekonomi dimudahkan dengan adanya internet dan tekhnologi yang canggih. Manusia bisa melakukan segala kegiatan ekonomi dengan cara yang simpel dan mudah, selain itu telah tersedia berbagai macam jasa yang bisa dilakukan lewat internet.

Kemajuan teknologi menjadikan manusia semakin mudah dalam melakukan kegiatan apapun. Teknologi berkembang mulai dari mendekatkan yang jauh melalui teknologi 4.0 seperti handphone, laptop dan lainnya. Saat ini banyak tekhnologi yang digunakan dalam melakukan kegiatan perekonomian. Telah hadir berbagai fitur-fitur online mulai dari ojek online, pinjaman dana online, serta jual beli online (e-commerce).

Electronic commerce merupakan kegiatan melakukan transaksi melalui internet dan perangkat yang terhubung dengannya, yakni aplikasi *e-commerce* yang biasa dikenal dengan jual beli online. Adanya *e-commerce* ini

---

<sup>2</sup> Rahman Ghazali, Dkk. *Fiqh Muamalah* (Surakarta Muhammadiyah University Press, 2017), 3.

memiliki banyak manfaat bagi kehidupan manusia, terutama dalam pemenuhan kebutuhan hidup. Salah satu wujud adanya *e-commerce* yakni munculnya pasar online. Dimana penjual dan pembeli tidak perlu bertatap muka serta kesepakatan dilakukan secara online.

Salah satu pasar online yang sedang marak digunakan yakni shoope. Shoope merupakan aplikasi marketplace yang bekerjasama dengan berbagai produsen penyedia barang. Aplikasi ini bisa dinikmati dan digunakan oleh seluruh manusia dengan menggunakan mobile phone. Hal tersebut menjadikan persaingan *e-commerce* di indonesia semakin ketat dan muncul berbagai marketplace yang hampir sama dengannya, seperti bukalapak, tokopedia, lazada dan lain-lain.

Dalam persaingan yang ketat mengharuskan *e-commerce* untuk meningkatkan mutu dan layanan terhadap konsumen. Sebab penilaian konsumen menjadi tolak ukur terpenting atas keberhasilan suatu sistem. Namun sering diketahui berbagai cara telah ditempuh untuk meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan aplikasi pasar online, mulai dari gratis ongkir, voucher potongan harga serta *flash sale* di tanggal tertentu.

*Flash sale* yang dimaksudkan peneliti disini yakni atas voucher pada aplikasi shoope. Dalam praktiknya flash sale biasa dilakukan pada tanggal dan bulan yang sama misalkan 3.3 (tanggal 3 bulan ketiga) dan seterusnya. Dalam *flash sale* biasanya harga suatu produk atau barang yang semula seharga rp. 90.000 bisa ditebus dengan rp. 30.000 saja. Akad ini menggunakan akad jual

beli yang dikenal dengan bai' dalam fiqh muamalah. Jual beli yang dilakukan secara online ini memiliki banyak kemaslahatan bagi kehidupan manusia.

Dalam fiqh muamalah mengandung dua induk akad yang menjadi pembeda diantara akad-akad yang dilakukan oleh manusia. Yakni tabami (non profit transaction) dan tijari (profit transaction). Sedangkan jual beli merupakan jenis akad tijari yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan<sup>3</sup>.

Menurut jumbuh ulama jual beli adalah saling tukar menukar harta dalam bentuk pemindahan kepemilikan<sup>4</sup>. " bai" merupakan jual beli yang dilakukan para pihak yang memiliki barang dan dibayarkan dengan alat pembayaran yang sah oleh pihak pembeli sesuai harga yang disepakati keduanya. Jual beli ini dapat dikatakan sah jika rukun dan syaratnya telah terpenuhi sebagaimana diatur oleh hukum islam. Dalam suatu kaidah disebutkan bahwa segala bentuk pemiagaan diperbolehkan selama tidak ada dalil yang mengharamkannya atau melarangnya<sup>5</sup>.

Menurut wahbah az-zuhaili jual beli secara bahasa menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain<sup>6</sup>. " jual beli atas barang secara online disini merupakan jual beli yang kesepakatannya dilakukan secara online. Harga pada saat program flash sale ini sangat rendah dibandingkan harga normal. Lalu bagaimana hukum islam menilai transaksi tersebut.

---

<sup>3</sup> Mandani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta: Prenada Media, 2017). 371.

<sup>4</sup> Harun, *Fiqh muamalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 65.

<sup>5</sup> Ahmad Sarwal, *Fiqh Jual Beli* (Jakarta: Rumah Fiqh Publishing, 2018). S.

<sup>6</sup> Wahbah Al-Zuhaili. *Al-Fiqh Al-Islam Wa Adillah*. Penerjemah Abdul Hayyic Al-Kattani, Dkk. (Jakarta: Gema Insani, 2011). Jilid 5, 25.

Dalam keadaan lain hal tersebut tidak bisa dikatakan merugikan salah satu pihak, sebab hal tersebut merupakan kerelaan dalam bentuk hadiah bagi konsumen. promo yang dilakukan pihak shoope sebagai bentuk apresiasi bagi konsumen dengan tujuan semakin banyaknya pengguna shoope sebagai marketplace, hal inilah yang menjadi menarik untuk mengkaji lebih dalam terkait jual beli pada saat promo flash sale yang kemudian dikorelasikan dengan hukum islam sehingga diperoleh suatu jawaban atas penelitian ini. Sebab peneliti menilai hampir semua orang melakukan transaksi seperti ini dan menggunakan e-commerce dalam menjangkau kebutuhan hidupnya.

### ***B. Identifikasi dan batasan masalah***

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Praktik jual beli pada program flash sale aplikasi shoope.
2. Adakah kerugian dari salah satu pihak terhadap flash sale pada aplikasi shoope tersebut
3. Harga beli yang sangat rendah sedangkan nominal voucher jauh lebih tinggi atas adanya flash sale shoope tersebut
4. Tinjauan hukum islam terhadap praktik program flash sale aplikasi shoope di surabaya.

Penelitian ini memfokuskan pada maksud dan tujuan penelitian terhadap jual beli voucher pada program flash di aplikasi shoope sehingga penulis membatasi dengan hal berikut:

1. Praktik jual beli voucher pada saat program flash sale pada aplikasi shoope.

2. Tinjauan hukum islam terhadap praktik jual beli voucher pada saat program *flash sale* di aplikasi shoope.

Berdasarkan pokok batasan di atas maka dibentuklah judul penelitian sebagai berikut "tinjauan hukum islam terhadap jual beli voucher pada program *flash sale* aplikasi shoope".

### **C. Rumusan masalah**

1. Bagaimana praktik jual beli voucher saat program *flash sale* pada aplikasi shoope?
2. Bagaimana tinjauan hukum islam terhadap praktik jual beli voucher saat program *flash sale* pada aplikasi shoope?

### **D. Kajian pustaka**

Kajian disini memuat hasil penelitian terdahulu terkait seputar kasus pada aplikasi shoope namun memiliki perbedaan dengan penelitian ini, dan penelitian ini bukanlah bentuk duplikasi terhadap karya-karya terdahulu yang telah ada. Di bawah ini merupakan kajian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini:

1. Skripsi yang diteliti oleh lenggang kumia intan dewi (2019) dengan judul "pengaruh kualitas produk harga dan promosi terhadap keputusan pembelian prade marketplace shoope". Dalam skripsi ini menjelaskan daya tarik yang paling kuat bagi konsumen dalam memutuskan membeli suatu barang dari toko yang terdapat dalam marketplace shoope, bahwa konsumen setelah dilakukan penelitian ini lebih terpengaruh pada harga yang terjangkau untuk membeli di shoope serta pada promosi yang dilakukan

aplikasi<sup>7</sup>. Skripsi ini berbeda dengan penelitian penulis yang terfokus pada hukum akadnya dalam jual beli voucher saat flash sale di aplikasi shoope. Adapun persamaannya yakni sama-sama meneliti akad yang terjadi di shoope.

2. Skripsi yang ditulis oleh nurmia noviantri (2019) dengan judul "tinjauan hukum islam terhadap jual beli online shoope dan perlindungan konsumendi shoope menurut mahasiswa uin syahid jakarta". Skripsi ini menjelaskan tentang penggunaan akad salam dalam jual beli pesanan pada aplikasi shoope yang didalamnya justru tidak sesuai dengan aplikasi akad salam smestinya, sehingga peneliti mengutarakan bahwa akad yang sesuai dengan pemesanan di shoope merupakan akad *khiyar ru'yah* atau jual beli biasa sebab jual beli ini merupakan jual beli atas benda yang ghaib dan belum diperiksa<sup>8</sup>. Skripsi ini memiliki perbedaan dengan skripsi yang diteliti penulis sebab skripsi ini mencakup ruang lingkup umum segala objek jual beli biasanya sedangkan peneliti menggunakan objek jual beli voucher pada saat flash sale. Sedangkan persamaannya yakni juga meneliti terhadap objek yang dimasukka dalam fitur flash sale shoope.
3. Skripsi yang ditulis Yuli Lestanti (2019) dengan judul "*Transaksi Layanan Koin Game Goyang Shoopte pada Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam*" Dalam skripsinya menjelaskan bahwa transaksi yang dilakukan di Shoope tersebut secara akad dikatakan sah sebab telah memenuhi rukun dan syarat jual beli sesuai syara'. Akan tetapi pada praktik dan kegiatan game koin pada aplikasi Shoope tersebut yang haram syar'i sebab mengandung unsur perjudian dan gharanya nyata untung-untungan. Sebab terdapat pihak yang dirugikan karena telah menghabiskan banyak data dan poin yang didapat tidak pasti<sup>9</sup>. Jelas berbeda dengan penelitian yang dilakukan penulis

---

<sup>7</sup> Lenggang Kumi Intan Dewi, *Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shoope*. (Skripsi--UIN Sunan Ampel Surabaya 2019).

<sup>8</sup> Nurmia Novianti, *Tinjauan Hukum Islam Tertiada Jual Beli Online Shoope Dan Perlindungan Konsumen Di Shoope Menurut Mahasiswa UIN Syahid Jakarta*. (Skripsi--UIN Syahid Press, Jakarta 2019)

<sup>9</sup> Yuli Lestanti, *Transaksi Layanan Koin Game Goyang Shoope Pada Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam*. (Skripsi--IAIN Surakarta, 2019).

sebab objek yang *diambil berbeda meskipun masih dalam satu marketplace yang sama yakni Shoope*. Sedangkan persamaannya dengan penelitian penulis bahwa sama-sama meneliti fitur at as program Shoope.

4. *Jurnal yang ditulis oleh Khairul Wafa (2020) dengan judul "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap shoopepay Later"* Dalam jurnal ini membahas tentang penerapan akad qardh sebagai salah satu metode pembayaran yang dikenal dengan shoopepay Later. Metode ini menyajikan pinjaman instan yang diberikan oleh pengguna Shoope yang telah memiliki toko online di Shoope. *Adanya shoopepay Later ini membantu konsumen dalam membeli barang dengan bunga 0% dan jika terjadi sengketa maka menggunakan penyelesaian sesuai akad al-shulh dan apabila tidak mufakat akan berlanjut pada Pengadilan Negeri*<sup>10</sup>. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian penulis yakni bahwa terfokus pada program flash sale Shoope yang berupa voucher dengan harga yang relatif sangat murah dengan menggunakan akad jual beli, dan untuk persamaannya yakni sama-sama meneliti terhadap fitur yang disediakan oleh Shoope.
5. Jurnal karya Abdul Wahid Fadhillah (2017) dengan judul "Aspek Hukum ecommerce dan Perlindungan konsumen terhadap Jual Beli Online di Marketplace". Jurnal ini membahas tentang bagaimana marketplace yang tersedia dapat memberikan hukum yang melindungi konsumen. Sebab banyak marketplace yang belum memiliki ketentuan atau aturan untuk menindaklanjuti terhadap akun toko penjual yang jarang online atau bahkan sudah tidak online. Selain itu membahas mengenai perlindungan konsumen secara luas dalam bertransaksi dipasar online untuk tetap menjaga nama dan pelayanan terhadap konsumen<sup>11</sup>. Sedangkan perbedaan dengan penelitian penulis yakni membahas tentang hukum yang terjadi antara konsumen dengan toko online di Shoope saat program flash sale, dan persamaannya

---

<sup>10</sup>Khairul Wafa, *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Shoope Pay Later*, Jounal.Unismul.Ac.Id.) Diakses Pada Tanggal 13 Agustus Pukul 21.28

<sup>11</sup> Abdul Wahid Fadhillah, *Aspek Hukum E-Commerce Dan Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Online Di Marketplace*, Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah. V-5 November 2017

yakni bahwa dalam skripsi penulis dan yang ada merupakan penelitian terhadap program jual beli melalui *e-commerce* .

### **E. Tujuan Penelitian**

Adanya penelitian ini memiliki tujuan yang berdasarkan rumusan masalah diatas, meliputi:

1. Mengetahui praktik jual beli voucher ada program *flash sale* aplikasi Shoope.
2. Mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap praktik jual beli voucher pada program *flash sale* aplikasi Shoope.

### **F. Fungsi Hasil Penelitian**

Hasil penelitian bisa dilihat kegunaannya dari dua aspek meliputi aspek teoritis akademis dan aspek praktik. Dalam penelitian ini penulis memfokuskan atas dua aspek tersebut atas hasil penelitian yang dilakukan.

1. Secara teoritis akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan keluasan dalam pemikiran berhubungan dengan semakin canggihnya teknologi yang kemudian berhubungan dengan tingkah laku kehidupan manusia. Selain itu diharapkan agar hasil penelitian ini menjadi wadah berkembangnya dan sebagai acuan dalam menjalankan perniagaan yang sesuai dengan hukum ekonomi syariah (*high muamalah*).

## 2. Secara praktis

Harapan penulis atas penelitian ini yakni agar hasil yang didapatkan dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam melakukan perniagaan atau transaksi yang sejenis dengan penelitian. Yakni menggunakan hukum Islam sebagai acuan yang telah disusun secara sistematis dalam penelitian ini sehingga mempermudah khalayak umum dalam memperoleh informasi terkait penelitian ini.

### **G. Definisi Operasional**

Dalam hal mengantisipasi terjadinya multi tafsir dan timbulnya pemahaman lain terhadap penelitian ini, maka penulis menjabarkan maksud dan tujuan dari judul yang diangkat dalam poin ini. Penulis juga akan menjabarkan istilah-istilah dan makna yang terkandung dalam penelitian ini, dengan kata kunci sebagai berikut:

1. Hukum Islam: Hukum Islam merupakan aturan yang bersumber dari alQur'an, hadits dan pendapat para ulama. Dalam penelitian ini yang dimaksud Hukum Islam adalah konsep *akad bai'*<sup>12</sup>.
2. *Flash Sale Shoope* : merupakan suatu program yang biasa dilakukan pada hari-hari besar nasional serta tanggal yang sama dengan bulan, misalkan 9.9 (tanggal 9 bulan 9), begitu seterusnya, juga pada hari besar nasional seperti hari kemerdekaan, hari raya serta hari nasional lainnya. Pada praktiknya di aplikasi Shoope harga pada saat flash sale tersebut bisa saja turun hingga 10

---

<sup>12</sup> Sudirman, Fiqh Kontemporer (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), 275.

kali lipat dari harga normal sehingga menarik minat konsumen untuk berbelanja di marketplace Shoope.

3. Jual Beli (hai': Merupakan akad dimana pihak satu sebagai pemilik barang menyerahkan kepada pembeli dengan membayarkan sesuai harga yang disepakati. Dalam jual beli harus dilakukan secara sukarela antara para pihak. Dalam praktik jual beli pada program flash sale di Shoope ini harus memenuhi rukun dan syarat Jual beli sehingga dapat dinyatakan sebagai akad yang sah secara *syara'*.

#### **H. Metode Penelitian**

Penelitian adalah serangkaian kegiatan dalam mencari data atas suatu objek yang diteliti dengan menggunakan metode dan sumber dari berbagai aspek yang bertujuan memperoleh jawaban<sup>13</sup>. Penelitian ini dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk melihat suatu kejadian yang benar adanya (*field research*) sedangkan data diperoleh dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan pendekatan yang dilakukan merupakan kualitatif yakni penelitian terhadap fakta dilapangan dan kemudian dideskripsikan selanjutnya dituangkan dalam bentuk narasi sebagai suatu karya penelitian. Analisis yang dilakukan peneliti merupakan analisis data secara deduktif menganalisis kesimpulan umum atau generalisasi yang diuraikan menjadi contoh-contoh kongkrit atau fakta-fakta untuk menjelaskan kesimpulan tersebut. Dalam penelitian ini yakni dengan mengemukakan dan memaparkan

---

<sup>13</sup>Rianto Adi, *Aspek Hukum Dalam Penelitian* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2015), 4.

teori-teori Hukum Islam tentang jual beli untuk dipakai dalam menganalisis praktik jual beli Shoope untuk diketahui kesimpulannya.

Supaya penelitian ini dapat tersusun sebagai suatu karya tulis yang sistematis dan mudah dipahami, maka dianggap sangat perlu untuk menjelaskan metode penelitian yang digunakan penulis dalam karyanya meliputi:

#### 1. Data yang dikumpulkan

Data merupakan segala informasi yang didapat dari penelitian yang dilakukan baik berupa pernyataan hasil wawancara maupun dokumentasi. Data disini diperoleh dari fakta yang ada baik berasal dari sumber primer maupun sekunder<sup>14</sup>. Data yang peneliti kumpulkan diantaranya:

- a) Data yang berkaitan dengan praktik flash sale pada aplikasi Shoope sebagai marketplace
- b) Data yang diperoleh melalui call center ataupun admin Shoope melalui aplikasi Shoope serta data yang diperoleh dari merchant yang tergabung sebagai pemilik toko pada aplikasi Shoope.
- c) Data yang berkaitan dengan tinjauan Hukum Islam terkait program flash sale pada aplikasi Shoope sebagai marketplace.

---

<sup>14</sup> Tim Prima Pena, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta Gramedia Press, 2000), 211.

## 2. Sumber data

Sumber data yang penulis gunakan untuk dijadikan pedoman dalam literatur ini agar bisa mendapatkan data yang akurat terkait meliputi data primer dan sekunder, yaitu:

### a) Sumber primer

Sumber data primer adalah yang memberi informasi langsung kepada pengumpul data, dan cara pengumpulannya dapat dilakukan dengan observasi, interview, atau wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan gabungan dari keempatnya<sup>15</sup>

Sumber primer dalam penelitian ini adalah sumber utama yang berkaitan langsung dengan obyek yang dikaji, yaitu tentang program flash sale pada aplikasi Shoope. Dalam hal ini sumber primer yang peneliti gunakan yakni Toko dengan nama zar\_collection dengan nama pemilik Zeraarraf, dalam toko ini menjual berbagai macam hijab<sup>16</sup>. Selain itu Toko dengan nama Nara Gallery dengan nama pemilik Naira Aida, dalam toko ini menjual berbagai macam baju muslimah<sup>17</sup>. Pembelian di aplikasi Shoope tersebut dilakukan pada saat program flash sale dengan tujuan memperoleh harga yang lebih rendah dibandingkan hari biasanya

---

<sup>15</sup> Andi Prastowo. *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), 211

<sup>16</sup> Zerasraf Pemilik Toko Zeraarraf Hijab, Wawancara Pada Tanggal 15 Maret 2021.

<sup>17</sup> Naira Aida Pemilik Toko Nara\_Gallery. Wawancara Pada Tanggal 20 Maret 2021.

Selain itu yakni data mengenai aplikasi Shoope yang diperoleh melalui call center Shoope dan merchant yang tergabung sebagai penjual dalam aplikasi Shoope tersebut.

#### b) Sumber sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh dari literatur-literatur yang bersifat menunjang dan memberikan penjelasan mengenai sumber-sumber data primer<sup>18</sup>, berikut diantaranya:

- 1) Mardani, Hukum Bisnis Syariah.
- 2) Harun, *Fiqh Muamalah*.
- 3) Wahbah al-Zuhaily, *Al-Fiqh al-Islam wa Adillatuhu Jilid.5*.
- 4) Khairul Wafa, Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap *ShoopePay Later*
- 5) Abdul Wahid Fadhillah, Aspek Hukum E-Commerce dan *Perlindungan Konsumen terhadap Jual Beli Online di Marketplace*.
- 6) Rahman Ghazali, *dkk. Fiqh Muamalat*.

Selain itu penulis juga mengambil data dari dokumentar, gambar, majalah, berita, catatan, notulen rapat, buku, prasasti dan lainnya.

### 3. Teknik pengumpulan data

#### a) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap kejadian. Dengan teknik observasi, peneliti merasakan apa

---

<sup>18</sup> Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), 116.

yang dirasakan dan dihayati subyek, bukan apa yang dirasakan dan dihayati oleh si peneliti<sup>19</sup>. Dalam observasi ini peneliti dapat menentukan narasumber untuk memperoleh data terkait penelitian, yakni para pengguna akun Shoope.

*b) Interview*

Interview adalah teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik<sup>20</sup>. Dalam wawancara maka penulis dapat memperoleh dan menyajikan data secara akurat melalui sumbernya secara langsung.

*c) Telaah Pustaka*

Telaah Pustaka adalah teknik pengumpulan data melalui telaah buku buku dan literatur<sup>21</sup>, dalam hal ini peneliti menggunakan referensi yang berkaitan dengan program flash sale pada aplikasi Shoope. Hal ini yakni untuk membandingkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian penulis, dalam telaah pustaka ini maka penulis memperoleh bahan rujukan yang berkaitan dengan objek penelitian.

#### 4. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah teknik memperoleh data dengan menggunakan cara-cara atau rumus-rumus tertentu<sup>22</sup>. Tahapan penelitian ini mencakup kegiatan organizing, editing dan analyzing.

---

<sup>19</sup> Suharsimi Arikunto, *Metode Research II* (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), 213-214.

<sup>20</sup> Mastuhan. *Metodologi Penelitian Hukum Cet Ke-2* (Surabaya: Hilal Pustaka. 2013), 235.

<sup>21</sup> Ibid, *Metode Research II*.... 106.

<sup>22</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya* (Jakarta: Gbalia Indonesia, 2002). 89.

a) *Organizing*

*Organizing* adalah langkah menyusun secara sistematis data yang diperoleh dalam kerangka paparan yang telah direncanakan sebelumnya flash sale voucher pada aplikasi Shoope.

b) *Editing*

Editing adalah pengecekan ulang data yang dikumpulkan<sup>23</sup>, yaitu memeriksa kelengkapan, relevansi dan keseragaman data yang diperoleh dari penelitian terhadap jual beli voucher pada program flash sale aplikasi Shoope.

c) *Analizing*

Analizing adalah langkah lanjutan terhadap klasifikasi data, sehingga diperoleh kesimpulan mengenai praktik jual beli voucher pada flash sale aplikasi Shoope.

5. Teknik analisis data

Analisis data yaitu teknik meringkas data agar mudah dibaca dan interpretasikan<sup>24</sup>. Langkah peneliti yaitu menganalisa data menggunakan metode kualitatif dengan cara menjelaskan secara sistematis fakta-fakta dan fenomena yang diteliti di lapangan<sup>25</sup>. Kemudian peneliti menganalisanya lagi dengan menggunakan metode deskriptif analisis yaitu mengumpulkan data tentang jual beli voucher pada program *flash sale marketplace Shoope* untuk diambil kesimpulan.

---

<sup>23</sup> Masruhan. *Metodologi Penelitian Hukum Ke-2* (Surabaya: Hilal Pustaka. 2013). 253

<sup>24</sup> Masri Singarimbun Dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta LP3ES, 1989), 263,

<sup>25</sup> Moch. Nasir, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia. 1988), 63

Metode pembahasan yang dipakai dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian deduktif yaitu mengemukakan dan memaparkan teori teori Hukum Islam tentang jual beli untuk dipakai dalam menganalisis praktik jual beli pada aplikasi shoope untuk diketahui kesimpulannya,

## **I. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan ini ditulis agar penelitian ini lebih mudah dipahami dan lebih sistematis dalam penyusunannya, sehingga tercegah dari adanya interpretasi terhadap judul yang diteliti maka dalam penelitian ini dibagi atas lima bab yang masing-masing bab memiliki aspek dan isi yang berkaitan.

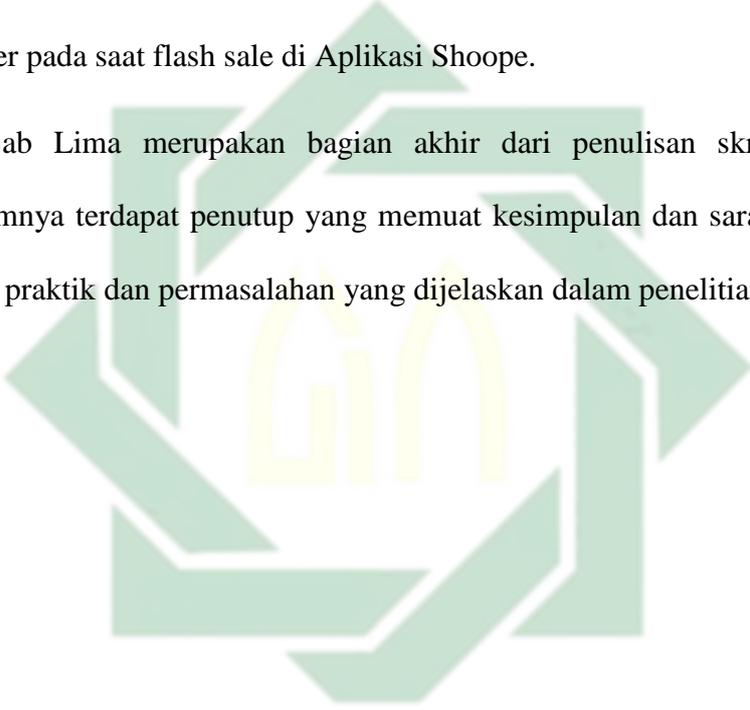
Bab Satu berisi tentang latar belakang dari masalah yang diangkat dalam penelitian, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah serta tujuannya, kajian pustaka, definisi operasional, metode penelitian dan **sistematika** pembahasan. Dalam bab satu ini merupakan induk atas penelitian ini sebab merupakan sumber pemaparan masalah yang terjadi di lapangan.

Bab Dua memuat tentang teori yang berkaitan dengan penelitian yakni teori tentang akad, meliputi: Penegertian akad, dasar hukum akad, rukun dan syarat akad, asas-asas akad serta hal-hal yang dapat merusak akad. Selain itu juga membahas mengenai jual beli dalam hukum Islam, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, manfaat jual beli, etika jual beli, tujuan jual beli, kesepakatan penjual dan pembeli, jual beli dengan syarat serta jual beli dumping (banting harga). Bab ini termasuk dasar hukum atas jawaban penelitian yang dilakukan.

Bab Tiga memuat tentang gambaran umum objek penelitian, mulai dari PT. Shoope, visi misi Shoope, struktur organisasi, produk layanan Shoope, promo flash sale Shoope serta praktik jual beli voucher pada program flash sale aplikasi Shoope.

Bab Empat memuat tentang analisis Hukum Islam terhadap jual beli voucher pada saat flash sale di Aplikasi Shoope.

Bab Lima merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi ini yang didalamnya terdapat penutup yang memuat kesimpulan dan saran dari penulis terkait praktik dan permasalahan yang dijelaskan dalam penelitian ini.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB II**

# **KONSEP AKAD JUAL BELI DALAM HUKUM ISLAM**

### **A. Akad dalam Hukum Islam**

#### **1. Pengertian Akad**

akad dalam bahasa arab yaitu al-'agod, yang berarti mengingat menyambung, menghubungkan. sedangkan dalam terminologi hukum islam dalam akad para pihak memikul kewajiban hak pihak lain. seperti pada akad jual beli penjual mempunyai kewajiban menyerahkan barang kepada pembeli dan pembeli mempunyai kewajiban menyerahkan harga kepada penjual<sup>26</sup>. dalam khes yang dimaksud akad adalah kesepakatan dalam bentuk perjanjian para pihak atau lebih untuk melakukan perbuatan hukum<sup>27</sup>.

#### **2. Dasar Hukum Akad**

sebagaimana pengertian akad yang sudah dijelaskan diatas dalam al qur'an dibahas dalam surat al-maidah ayat 1:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ اَجَلَتْ لَكُمْ نَهِيْمَةٌ اَلَا تَعْلَمُوْنَ ۗ مَا يَتْلُوْا عَلَيْكُمْ غَيْرَ  
فَحٰلِي الصَّنِيْدِ وَاَنْتُمْ حُرْمٌ اِنْ اَللّٰهُ يَخْتَصِمُ مَا يُرِيْدُ ﴿٥﴾

<sup>26</sup>Abdul Haris Simal, *Pelaksan Jual Beli Dengan Menggunakan Akad -Salam Di Dari Prinsip Tabadud Al-Manali*. 49-50.

<sup>27</sup>Peraturan Mahkamah Agung Ri No.2 Tahun 2008, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (Hes) Buku II*, Bab I Pasal 20.

artinya: "hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-agad itu. dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. sesungguhnya allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendakinya". (q.s. al-maidah: 1)

berdasarkan ayat diatas dapat kita pahami penjelasannya bahwa melakukan akad atau perjanjian hukumnya wajib. ini merupakan perintah allah kepada hamba yang beriman untuk mengerjakan perkara iman seperti memenuhi janji hak-hak kaum muslimin. ayat ini juga menekankan untuk memenuhi akad maupun janji dengan sempurna. maka akan memberikan suasana aman dan bahagia.

### **3. Rukun dan syarat akad**

#### **a. Rukun akad**

- 1) adanya pihak yang berakad, yaitu orang, persekutuan, atau badan hukum yang mempunyai cakap dalam perbuatan hukum.
- 2) objek akad, merupakan jasa yang halal dibutuhkan para pihak
- 3) tujuan pokok akad yaitu memenuhi kebutuhan hidup para pihak.
- 4) kesepakatan<sup>28</sup>.

#### **b. Syarat akad**

---

<sup>28</sup>Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer...44*

- 1) syarat terjadinya akad, yaitu segala sesuatu yang menyebabkan terjadinya akad tanpa menyebabkan batalnya akad.
- 2) syarat sah akad, yaitu segala sesuatu yang menjamin akad tersebut tidak menjadi rusak. seperti, terhindar dari paksaan, batasan waktu yang tidak jelas, kebodohan. perselisihan, tipuan, tauqif, dan fasid.
- 3) syarat pelaksanaan akad, yaitu melaksanakan akad yang tergantung dari kepemilikan dan kemampuan bertaharruf
- 4) syarat kekuatan hukum, yaitu akad membutuhkan kepastian untuk memiliki kekuatan hukum<sup>29</sup>.

adapun menurut jumhur ulama akad yang berlangsung dikategorikan yang tidak sah, yaitu:

- 1) akad saat gila, tidur, belum mumayiz, tidak paham apa yang diucapkan, dan akad saat bergurau<sup>30</sup>.
- 2) akad karena terjadi kesalahan, artinya tidak berakibat batalnya akad
- 3) kecuali kekhilafan terjadi karena hakikat yang menjadi dasar pokok perjanjian<sup>31</sup>.
- 4) akad karena terjadinya paksaan, artinya menyuruh seseorang melakukan hal yang tidak diridoinya dan tidak menjadi pilihan bebasnya<sup>32</sup>.

---

<sup>29</sup> Ibid. 45.

<sup>30</sup> Rahmat Syafe'i, Fiqh Muamalah (Bandung: Pustaka Setia, 2006). 62-63.

<sup>31</sup> KHES Buku II Bab III Pasal 30

<sup>32</sup> KHES Buku II Bab III Pasal 31

#### 4. Asas-asas akad

ada beberapa jumlah asas yang menjadi pelaksanaan hukum dalam akad yakni<sup>33</sup>:

- a. Asas kebebasan (*Hurriyah*). Masing-masing memiliki kebebasan untuk melakukan perjanjian dan persyaratan lain.
- b. Asas keadilan (*Al-Adl*), masing-masing pihak mengucapkan kebenaran dalam berakad untuk memenuhi perjanjian dan kewajiban yang telah dibuat.
- c. Asas kerelaan (*Al-Ridho*), para pihak harus melakukan transaksi atas dasar suka sama suka
- d. Asas kesetaraan asas ini menjadi dasar agar tidak membedakan mengenai hak dan kewajiban pelaku akad baik laki-laki maupun perempuan yang keduanya memiliki kesetaraan dan persamaan hak dan kewajiban.
- e. Asas kejujuran (*As-Shidiq*)

Jika kejujuran tidak diterapkan dalam kontrak, maka akan merusak legalitas kontrak dan menimbulkan perselisihan diantara para pihak. Suatu perjanjian dapat dikatakan benar apabila memiliki manfaat bagi para pihak yang melakukan perjanjian dan bagi masyarakat serta lingkungan. Sedangkan perjanjian yang mendatangkan mudharat dilarang<sup>34</sup>.

- f. Asas iktikad baik (*Amanah*)

---

<sup>33</sup>Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Kewangan Dan B Kontemporer...*40-41.

<sup>34</sup>Ratna Timorati Yulianti, *Asas-Asas Perjanjian (Akad) Dalam Hukum Kontrak Syariah, La Riba*, Vol. II, No.1. Juli 2018, 20.

Sebagaimana pada pasal 1338 ayat (3) kuhperdata menyatakan perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik". Asas ini mengandung pengertian bahwa para pihak dalam melakukan akad harus melaksanakan substansi kontrak dan prestasi atas dasar kepercayaan serta kemauan baik agar tercapai tujuan dari akad yang dilakukannya.

Dalam hukum perjanjian islam dituntut adanya sikap amanah dari pihak penjual untuk memberikan informasi sejujurnya kepada pihak pembeli untuk menghindari terjadinya risiko<sup>35</sup>.

#### **5. Hal-hal yang dapat merusak akad**

ada beberapa penyebab yang dapat merusak keridoan pihak yang berakad bahwa akad yang sah adalah akad yang memiliki kesepakatan para pihak. diantaranya yang dapat merusak akad yaitu<sup>36</sup>:

- a) kekhilafan mengenai hakikat pokok perjanjian
- b) paksaan menjadikan seseorang untuk melakukan sesuatu yang tidak di ridoi dan tidak menjadi pilihan bebas pada masing-masing pihak.
- c) penyamaran yang tidak memiliki kesetaraan prestasi dan imbalan dalam suatu akad.

---

<sup>35</sup>Friska Muthi Wulandari, *Jual Beli Online yang Aman dan Syar'l (Stadi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online di kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga)*". Jumal Az-Zarga'. Vol.VII, No. 2 (2015), 216.

<sup>36</sup>KHES Buku II Bab II Pasal 30

## B. Teori Jual Beli

### 1. pengertian jual beli

kata lain istilah dari *al-ba'i* adalah *al-tiprah*, *al-mubadalah*, dan *al syira*. dengan demikian kata *al-ba'i* dapat diartikatakan dengan kata "jual" dan kata "beli"<sup>37</sup>. dalam fiqh islam jual beli b pi jamak dari ba'i) yaitu perdagangan perniagaan yang berarti tukar menukar harta atas dasar saling rela<sup>38</sup>. jual beli dalam bahasa arab adalah menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain". sedangkan jual beli menurut istilah (terminologi) merupakan jual beli sebagai berikut:

- a. alat tukar menukar uang dengan barang, uang dengan uang, dan barang dengan barang yang dilakukan secara terus menerus untuk tujuan mendapat keuntungan<sup>39</sup>.
- b. merupakan pertukaran harta yang dilakukan atas dasar saling rela artinya memindahkan milik dengan ganti yang berupa alat tukar yang sah<sup>40</sup>.
- c. memberikan sesuatu barang kepada seseorang dan menerima harta (harga)atas dasar kerelaan dari kedua belah pihak (penjual dan pembeli).
- d. manfaat jasa yang mubah, maksudnya yakni tukar menukar harta dengan manfaat yang dibolehkan syara'<sup>41</sup>.

adapun jual beli dalam pandangan beberapa mazhab<sup>42</sup> sebagai berikut:

---

<sup>37</sup>Suqiyah Musafa'ah, Hukum Ekonomi dan Bisnis Islam / (Struktur Akad Tijay dalam Hukum Islam) (Surabaya: LAIN Press, 2013), 57.

<sup>38</sup> Ascarya, Akad dan Produk Bank Syariah (Jakarta: Rajawali Press, 2013), 76.

<sup>39</sup> Ibnu Mas'ud, Fiqh Madzhab Syali (Jakarta: Pustaka Setia, 2000). 21.

<sup>40</sup> Chairman Pasaribu, Hukum Perjanjian dalam Islam (Jakarta Sinar Grafika, 2004), 33.

<sup>41</sup>Abdullah Bin Muhammad ath-Thayyar, dkk. Eksikipedia Fiqih Mowwalah dalam Pandangan Madzhab (Riyadh: Madarul-Wathan Lin-Nasyr, 2009), 2.

<sup>42</sup>Suqiyah Musafa'ah Hukum Ekonomi dan Bisnis Islam (Struktur Akad Tijary dalam Hukum Islam...58

- a. mazhab hanafi, jual beli memiliki dua makna meliputi makna khusus. adalah menukarkan barang dengan dua mata uang, seperti emas dan perak dan sejenisnya. sedangkan makna umum, adalah macam di antara salah **satu** makna khusus.
- b. mazhab maliki, jual beli memiliki dua pengertian yakni keseluruhan pengertian jual beli mencakup akad sharf, salam dan lain sebagainya. jual beli merupakan sesuatu yang dipahamkan dari lafal jual beli secara mutlak menurut adat kebiasaan.
- c. mazhab hambali, jual beli berdasarkan shara' adalah tukar menukar harta dengan harta atau manfaat yang boleh dengan sesuatu yang manfaat untuk selamanya.
- d. mazhab syafi'i, jual beli berdasarkan shara' adalah akad pertukaran harta dengan harta dilakukan cara tertentu. dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah proses terjadinya tukar menukar benda atau barang yang ada nilainya dengan tujuan menjadikan hak milik yang dilakukan dengan cara tertentu sesuai dengan syariat atas dasar saling rela dengan aktivitas menjual dan membeli lewat proses ijab dan kabul.

## **2. dasar hukum jual beli**

dalam transaksi jual beli yang berlangsung jujur dan adil menjelaskan pengertian jual beli yang sudah dijelaskan yang berarti jual beli mempunyai hukum mubah (boleh) berdasarkan al-qur'an, sunnah dan ijma' ulama<sup>43</sup>.

---

<sup>43</sup>Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah (Jakarta: Gaya Modia Pratama, 2000), 113.

dalam al-qur'an surat an-nisa ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ بَیِّنَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿۲۹﴾

artinya: "hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu". (q.s an-nisa: 29)

dalam penjelasan ayat diatas bahwa tidak diperbolehkan mengambil harta orang lain dengan cara haram melalui jual beli, judi, riba, merampas dan menipu. kecuali dengan cara berdagang yang lahir dari kerelaan dan keikhlasan hati antar kedua pihak. tidak ada unsur paksaan yang membuat jual beli menjadi tidak sah.

dalam hadis yang diriwayatkan oleh ibnu majah, yakni<sup>44</sup>:

إنما البيع عن تراضي

artinya: rasulullah saw bersabda: sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan dengan sukarela." (HR. Ibnu Majah).

berdasarkan ijma' jumhur ulama menyepakati bahwa memperbolehkan akad jual beli dengan transaksi yang mendatangkan manfaat untuk kebutuhan manusia. karena halalnya jual beli memiliki bentuk rizki yang yang diberkahi oleh allah. selain itu jual beli dasarnya sudah dibenarkan

<sup>44</sup> As Sharani, Subws Sulam III, Terj. Abu Bakar Muhammad (Surabaya Al-Ikhlās, 1995),

pada zaman rasulullah hingga saat ini yang terpenting tidak keluar dari prinsip-prinsip yang sudah diatur dalam syariat<sup>45</sup>

### 3. rukun dan syarat jual beli

ada perbedaan pendapat para ulama dalam menentukan rukun jual beli. menurut kesimpulan mereka ada satu yang menjadi rukun jual beli yaitu kerelaan (*al-fanidin*) antara dua pihak yang saling bertransaksi. namun, unsur kerelaan ini dilakukan dengan hati jadi sulit untuk diucapkan karena tidak terlihat jadi untuk menunjukkan kerelaan antara kedua pihak yang melakukan transaksi jual dengan ijab dan qabul atau saling menyerahkan barang dan harga barang<sup>46</sup>. diantara akad jual beli harus memenuhi rukun sebagai berikut.

- a. jual beli harus ada pelaku akad yaitu penjual dan pembeli (*qidain*).
- b. ada barang atau objek yang diperjual belikan (*ma'qud alaih*).
- c. adanya nilai tukar harga barang bisa senilai barang dan senilai uang (*tsaman*).
- d. adanya akad atau transaksi penyerahan uang oleh pembeli dan penyerahan barang dari penjual (ijab dan qabul)<sup>47</sup>.

adapun akad jual beli harus memenuhi beberapa syarat sebagai berikut:

- a. baligh (dewasa) dan mempunyai akal sehat, tidak gila, bodoh/mabuk.
- b. terhindar dari paksaan, dalam arti para pihak saling rela atau ridha.

---

<sup>45</sup>Sayyid Sabiq, *Fiqh-Swal Juz 12* (Bandung: PT. Al-Ma'arif, 1987).

<sup>46</sup>Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqih Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer* (Jakarta: Prenadamedia, 2019). 65.

<sup>47</sup>*Ibid.* 66-67

- c. memiliki hak penuh terhadap jasa barang atau uang yang akan dijual.
- d. menyepakati harga jual beli masing-masing antar pihak dan melakukan transaksi saat kesepakatan termasuk juga ijab dan qabul.
- e. bukan merupakan barang haram atau milik orang lain yang akan menjadi objek dan harus terhindar dari unsur ghanir atau keraguan.
- f. ijab dan qabal harus sesuai dengan penjual dan pembeli apabila tidak sama maka termasuk kedalam jual beli tidak sah.
- g. mempunyai nilai manfaat yang dibenarkan dalam syariat islam<sup>48</sup>.

selain terdapat syarat yang melekat pada rukun jual beli, disamping itu ulama fikih mengemukakan beberapa syarat lain, meliputi:

a. syarat sah jual beli

ulama fikih menyatakan bahwa jual beli akan dianggap sah apabila telah memenuhi dua hal berikut:

- 1) jual beli terhindar dari cacat, seperti kriteria barang yang diperjualbelikan itu tidak diketahui, baik jenis, kualitas, kuantitas, jumlah harga tidak jelas, mengandung unsur paksaan, mudarat, mengandung unsur tipuan serta adanya syarat-syarat lain yang membuat jual beli itu rusak
- 2) apabila barang yang diperjualbelikan itu benda bergerak, maka barang itu bisa langsung dikuasai pembeli dan harga barang bisa

---

<sup>48</sup> Nasrun Haroen, Fiqh Muamala...119-120

dikuasai penjual. adapun untuk barang tidak bergerak bisa dikuasai pembeli setelah surat-suratnya diselesaikan sesuai dengan 'urf (kebiasaan).

b. syarat yang berkaitan dengan pelaksanaan jual beli

jual beli baru dapat dilaksanakan apabila 'gidain punya kekuasaan **untuk** melakukan jual beli.

c. syarat yang terkait dengan kekuatan hukum akad jual beli para ulama fikih sepakat menyatakan bahwa suatu jual beli akan bersifat mengikat setelah terbebas dari khiyar. apabila syarat ini terpenuhi maka jual beli dianggap sah.

#### 4. macam-macam jual beli

dasar hukum jual beli yakni diperbolehkan selama tidak ditemukan dalil yang dilarang (haram) dan rusak (fisid). ada beberapa jenis jual beli dalam fiqh muamalah, yaitu:

a. berdasarkan subjek dagangan yakni pertukaran barang atau jasa dengan uang (*al-mulaqah*), barang dengan barang. uang dengan uang (*al-sharti*), jual beli surat berharga tidak dengan praktik riba, perdagangan hak cipta seperti logo, merek, nama<sup>49</sup>.

b. berdasarkan cara penetapan harga, yaitu:

1) penjual tidak memberi tahu harga pokok /laba (*al-musawamah*).

---

<sup>49</sup> Ascarya, Akad Dan Produk Bank Syariah...77.

- 2) penjual tidak memperoleh keuntungan dalam jual beli amanah).
  - 3) jual beli menempelkan harga pada barang langsung diketahui.
  - 4) jual beli lelang yang saling menawarkan barang antara pihak pembeli dan penjual (al-muz yadah).
  - 5) jual beli tidak boleh dengan penawaran harga termurah
  - 6) pembeli boleh memberitahukan keinginannya membeli untuk dapat membeli barang dari penjual (al-tirid atau musiqashah)<sup>50</sup>.
- c. berdasarkan cara pembayaran, yaitu; pembayaran atau penyerahan barang secara langsung, barang dan pembayarannya bersamaan tertunda. Pembayaran menggunakan kartu<sup>51</sup>.

### **5. jual beli yang terlarang**

banyak permasalahan timbul dalam jual beli yang sering terjadi melalui akad-akad transaksi di antara masyarakat yang tidak memenuhi syarat dan rukun jual beli dapat menimbulkan tidak sahnya jual beli<sup>52</sup>. karena itu para ulama menjelaskan beberapa macam jual beli yang terlarang dalam islam sebagai berikut:

- a. jual beli terlarang berdasarkan objeknya, yakni menjual khamar, berhala, babi, bangkai, anjing, melakukan pekerjaan melacur dan alat musik permainan yang mengandung maksiat<sup>53</sup>.

<sup>50</sup>Hendi Suhendi, Fiqh Muwalah (Jakarta Sinar Grafika, 2009), 75

<sup>51</sup>Ibid..75.

<sup>52</sup>Suqiyah Musafa'ah, Hukum K Om Dan Bisnis Isla (Struktur Akad Jury Dalam Lokum Islam . 68

<sup>53</sup>Andri Soemitra, Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer...78

- b. jual beli yang mengandung riba, seperti jual beli emas dan perak yang mengandung kelebihan, kurma kualitas baik dan buruk dengan harga sama dan barang yang masih belum siap dipanen atau masih belum terlihat secara nyata.
- c. jual beli yang mengandung gharar, seperti jual beli hewan yang masih dalam kandungan induknya, objek yang masih masih di perairan dan benda yang memiliki dua akad<sup>54</sup>.
- d. jual beli yang mengandung tipuan dan paksaan, seperti jual beli menghadang penjual yang akan menuju pasar, menawarkan harga palsu dan menetapkan harga secara paksa kepada masyarakat.
- e. jual beli yang terikat dengan pihak lain, seperti menjual barang yang sudah dipilih oleh pembeli kepada orang lain dan tidak boleh melakukan jual beli dalam satu transaksi dan satu harga.
- f. jual beli yang terkait dengan suatu hal, seperti haram jual beli saat azan jumat dan barang yang akan digunakan untuk berbuat haram.
- g. jual beli yang kecakapan pihak berakad, seperti jual beli dengan orang gila jual beli ini tidak sah jika akad dilakukan tidak sadar, dengan terpaksa jual beli ini tidak sah dikarenakan salah satu pihak tidak ada kerelaan, dan dengan orang bodoh, jual beli ini tidak sah karena tidak memiliki kecakapan dalam berucap<sup>55</sup>.

---

<sup>54</sup> Ibid.,79.

<sup>55</sup> Ibid. 80.

## 6. etika dalam jual beli

jual beli tidak dilakukan dengan sembarangan tentu masing-masing pihak harus memiliki etika yang baik dalam bertransaksi, etika tersebut diantaranya<sup>56</sup>:

- a. Jual beli dengan dasar suka sama suka islam sudah memberikan penjelasan sangat rinci antara yang boleh dan tidak boleh dalam mencari rezeki. Hidup melalui jual beli untuk tujuan kemaslahatan umum.
- b. Jual beli harus mempunyai sifat baik hati dengan sesama, yang berarti dalam membeli sederhana dalam penilaian tidak menyepelekan posisi pembeli dan penjual. Bahwa rasulullah mewajibkan sikap baik hati dengan berjualan, membeli, menagih hutang dan membayar hutang yang artinya tidak berlaku pelit, tidak mematok harga yang terlalu tinggi, tidak mencari keuntungan yang lebih, dan menunjukkan jiwa yang mulia.
- c. Jual beli setiap orang harus mempunyai hak khiyar (pilihan melanjutkan atau membatalkan transaksi) sehingga transaksi memperoleh kepuasan harga dan kualitas barang
- d. Jual beli diharamkan melakukan kebohongan dan kecurangan.
- e. Jual beli tidak boleh dilakukan dengan paksaan karena akan mengakibatkan jual beli tersebut tidak sah kecuali ada kerelaan dari

---

<sup>56</sup>Havis Aravik, *Ekonomi Islam: Konsep, Teori Dan Aplikasi Serta Pandangan Pemikir Ekonomi Dari Abu Ubaid Samu Al-Maududi* (Malang: Empatus, 2016). 45.

jual beli tersebut rasulullah bersabda "sesungguhnya nabi saw melarang jual beli dengan unsur paksaan, jual beli dengan unsur penipuan, dan jual beli buah sebelum diketahui buahnya.

## **7. Tujuan jual beli**

Sebagaimana yang sudah dijelaskan manusia tidak akan bisa hidup secara individu pasti membutuhkan orang lain, salah satu manusia dapat bersosialisasi yaitu dengan jual beli yang semestinya bisa mempunyai nilai ibadah jika dilakukan sesuai dengan syari'at, diantaranya:

- a. Penjual memperoleh rahmat dan keberkahan dari Allah jika melakukan jual beli sesuai dengan syariat.
- b. Merasakan kepuasan hati ketika jual beli dilakukan dengan syariat.
- c. Memperoleh ridho dan rahmat dari Allah dengan melakukan jual beli.
- d. Menyenangkan orang lain karena memenuhi kebutuhan sehari-hari.
- e. Dapat menerapkan sikap jujur dan ikhlas kepada orang lain<sup>57</sup>.

## **8. Kesepakatan penjual dan pembeli**

Dalam jual beli ada beberapa hal yang mesti diperhatikan dalam kesepakatan untuk para pihak yang melakukan jual beli, diantaranya<sup>58</sup>:

- a. Penjual dan pembeli harus sepakat dengan nilai objek jual beli yang direalisasikan dalam harga

---

<sup>57</sup>Suqlyah Musafa'ah, Hukum Ekonomi Dan Bisnis Islam (Struktur Akad Tijary Dalam Hukum Islam. 61.

<sup>58</sup>Peraturan Mahkamah Agung RI No.2 Tahun 2008, Kongsi Hukum Ekonomi Syariah (Khes) Buku II. 24-43.

- b. Penjual harus menyerahkan barang jual beli yang sesuai dengan harga kesepakatan para pihak. Pembeli harus memberikan uang atau benda yang senilai dengan barang jual beli.
- c. Jual beli terjadi dan mengikat saat barang jual beli diterima pembeli.
- d. Penjual bebas menawarkan barang dengan harga borongan dan mendapat persetujuan pembeli untuk membeli semua barang dengan harga kesepakatan.

## **9. Jual beli dengan syarat**

Jual beli dengan bersyarat merupakan jual beli dengan latar belakang adanya syarat tertentu dari pihak penjual maupun pembeli<sup>59</sup>. Para ulama mazhab memiliki pendapat masing-masing dalam menghukumi jual beli dengan syarat diantaranya:

- a) Mazhab Hanafi, bahwa jual beli dengan adanya fisid yaitu syarat tidak sesuai dengan akad yang tidak dibenarkan oleh syari'at dan bukan menjadi kebiasaan masyarakat. Namun syarat ini mempunyai manfaat untuk salah satu pihak yang berakad, maka akad tersebut sah tetapi syarat yang batil tidak diperhatikan<sup>60</sup>
- b) Mazhab Maliki, bahwa jual beli dengan syarat itu batal, jika syaratnya harus melarang pembeli dari penggunaan secara umum ataupun khusus kecuali mensyaratkan manfaat yang tidak menghalangi pokok barang yang dijual.

---

<sup>59</sup>Indri, *Hadist Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi* (Surabaya: Uin Sunan Ampel Press 2014). 92.

<sup>60</sup>Wahbah Az-Zuhayli, *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu* (Beirut-Lubnan: Daar Al-Fikr. 1409 H), 91

- c) Mazhab syafi'i, menegaskan bahwa hukum jual beli seluruhnya mubah<sup>61</sup> dengan syarat memiliki akad yang sah jika memiliki masalah bagi salah satu pelaku akad kecuali syaratnya bertentangan dengan ketentuan akad maka jual beli menjadi batal.
- d) Mazhab hanbali, bahwa jual beli dengan syarat itu sah apabila memiliki manfaat bagi salah satu pihak kecuali memiliki dua syarat maka jual beli dengan syarat tidak sah.

Jual beli ini memiliki 3 syarat dalam jual beli yaitu syarat sah, syarat *fasid*, syarat batal.

- a) Syarat sah merupakan syarat yang diterima oleh shara yang mengikat dengan kedua belah pihak, yaitu:
  - 1) Syarat yang memiliki tujuan transaksi, seperti beralihnya kepemilikan, serah terima dan menahan barang untuk tujuan timbal balik.
  - 2) Syarat yang menyerahkan barang di waktu yang akan mendatang dan hak memiliki hak khiyar bagi salah satu pihak.
  - 3) Syarat yang sejalan dengan transaksi seperti melakukan kesepakatan harga dibayar secara kredit dengan syarat pembeli menyerahkan jaminan.
  - 4) Syarat sah yang menjadi kebiasaan masyarakat (*urf*)<sup>62</sup>.
- b) Syarat rusak (*fasid*) merupakan syarat yang dapat merusak transaksi karena syarat ini hanya menguntungkan salah satu pihak. Seperti tidak

---

<sup>61</sup> Ahmad Sarwad, Fiqh Jual Beli (Jakarta Selatan: Rumah Fiqh Publishing, 2018), 8.

<sup>62</sup> Idri, *Hadist Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi..* 92.

memiliki tujuan transaksi, tidak sesuai dengan tujuan transaksi, melanggar syariat dan bukan urf

- c) Syarat sia-sia atau bat al merupakan syarat yang mengandung kerugian bagi salah satu pihak. Jual beli seperti ini boleh tetapi syaratnya batal<sup>63</sup>.

### **C. Sistem Banting Harga (*Dumping*)**

#### **1. Pengertian banting harga**

Dalam islam disebut sebagai siyasah al-igrag (*dumping*) adalah aktivitas perdagangan yang bertujuan untuk mencari keuntungan dengan jalan menjual barang dengan tingkat harga yang lebih rendah dari harga yang berlaku di pasaran. Siyasah al-igrag dilakukan oleh seseorang dengan maksud agar para saingan dagangannya mengalami kebangkrutan, dengan demikian ia akan leluasa menentukan harga di pasar. Siyasah al-igran atau banting harga dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat serta dapat mengacaukan stabilitas harga di pasar<sup>64</sup>.

Islam sangat menganjurkan bagi para pedagang untuk arif dalam menetapkan harga bagi para pembeli. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah dan dapat dijangkau oleh para pembeli. Dengan kata lain banting harga adalah kegiatan dagang yang dilakukan oleh produsen yang dengan sengaja menjual rugi atau menjual dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga jual.

---

<sup>63</sup>Ibid.,92

<sup>64</sup>Rahmadi Usman, Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, (2004).

Cara perdagangan seperti ini dianggap tidak sehat dan sekaligus dapat mendatangkan kerugian pelaku usaha sejenis disekitarnya. Menurut pendapat rahmadi usman dalam kamus hukum ekonomi elips dumping diartikan sebagai praktik dagang yang dilakukan eksportir dengan menjual barang, jasa atau barang jasa di pasar internasional dengan harga kurang dari nilai yang wajar atau lebih rendah dari harga barang tersebut di negerinya sendiri atau daripada harga jual dalam negeri atau negara lain, dengan harapan dapat mematikan usaha pesaing di pasar yang bersangkutan. Praktik dagang yang demikian dianggap sebagai praktik dagang yang tidak sehat dan sekaligus bisa mendatangkan kerugian pelaku usaha sejenis di negara pengimpor<sup>65</sup>.

## 2. Jenis banting harga

Siyasah al-igra (dumping) diklasifikasikan menjadi tiga macam, yaitu:

- a. *Siyasah al-igra (dumping) terus menerus atau international price discrimination* adalah kecenderungan terus menerus dari suatu perusahaan untuk memaksimalkan keuntungannya dengan menjual barang dengan harga rendah
- b. *Siyasah al-igrag (dumping) harga yang bersifat predator* praktek penjualan dibawah harga yang jauh lebih murah daripada harga aslinya.

---

<sup>65</sup> Ibid.76.

Diskriminasi harganya sangat tajam sehingga mematikan produk bersaing lainnya dalam waktu singkat.

- c. *Siyasah al-igra (dumping)* sporadis adalah suatu komoditi dibawah harga atau penjualan komoditi itu ke luar negeri dengan harga yang sedikit lebih murah daripada produk domestik, namun hanya terjadi saat ingin mengatasi surplus yang sesekali terjadi<sup>66</sup>.

Maka terciptalah pasar bebas yang sehat, sedangkan praktik monopoli tidak diizinkan, persaingan tidak sehat, menjual dengan harga lebih murah untuk mematikan pedagang lain dilarang pula. Logikanya sangat sederhana: harga jual harus cukup untuk menutup ongkos produksi barang dalam kondisi produsen yang amat tidak menguntungkan. Dengan demikian tidak ada alasan bagi produsen untuk tidak membawa produknya ke pasar. Pada dasarnya islam sangat menghargai mekanisme pasar dalam perdagangan. Penghargaan tersebut dari ketentuan allah swt. Bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dan rasa suka sama suka atau rela<sup>67</sup>.

Adapun beberapa ulama mazhab maliki yang berbeda pendapat tentang menurunkan harga:

- a. Ulama bahdad berkata: yang dimaksud dengan menurunkan harga adalah apabila orang yang menjual dengan 5 ritel dengan 1 dirham, sedangkan masyarakat menjualnya dengan 8 titel dengan 1 dirham.

---

<sup>66</sup> Ali Yafi, Perdagangan Bebas (Bandung: Teraju. 2003). 96.

<sup>67</sup> Ibid.,98

- b. Ulama bashrah berkata: bahwa yang disebut dumping atau banting harga adalah orang yang menjual 8 ritel dengan 1 dirham, sedangkan masyarakat menjual 8 ritel dengan 1 dirham.

Dalam islam konsep ekonomi dan perdagangan harus dilandasi nilai-nilai dan etika yang bersumber dari nilai-nilai agama dan atau sesuai syariat yang menjunjung tinggi tentang kejujuran dan keadilan. Barang siapa menjual barangnya di pasar yang kualitasnya sama seperti barang penjual lainnya maka ia dilarang untuk menjual barangnya di pasar yang kualitasnya sama seperti barang penjual lainnya. Maka ia dilarang untuk menjual dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar apabila hal itu terjadi akan merusak harga pasar dan membuat resah para pelaku pasar dan hal tersebut harus dihindari<sup>68</sup>.

### **3. Hukum banting harga**

Banting harga (dumping) atau siyash al-igrag dilarang dalam undang-undang nomor 5 pasal 20 tahun 1999 yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan tidak sehat<sup>69</sup>.

---

<sup>68</sup>Ash Shidiq Abdurahman Al-Gharyani, *Fatwa-Fatwa Muamalah Kontemporer* (Surabaya: Pustaka Progresif, 2004) 32-33

<sup>69</sup>Edwin, Mustafa Nasution, *Pengenalan Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), 6.

seperti yang telah difirmankan oleh Allah SWT dalam al-Qur'an surah al-Hajj ayat 25:

وَمَنْ ذُو فَهٍ يَأْتِدِ يَظَلِمُ نَفْسَهُ مِنْ عَذَابِ الْآلِيمِ ﴿٢٥﴾

Artinya : “dan siapa yang bermaksud di dalamnya melakukan kejahatan secara zalim, niscaya akan kami rasakan kepadanya sebagian siksa yang pedih.” (al-hajj: 25).

Harga merupakan indikasi utama terjadinya suatu transaksi perdagangan di pasar. Meskipun pada masa Nabi Muhammad SAW. Pernah terjadi penolakan oleh Nabi untuk menetapkan harga barang di pasar, kebijakan Umar untuk Harga pasar bukan berarti bertentangan dengan contoh yang diberikan Nabi. Kebijakan Umar juga tidak bertentangan dengan mekanisme pasar murni yang memandang bahwa keseimbangan harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran.

Riwayat yang menjelaskan tentang larangan menurunkan harga dapat dijelaskan sebagai berikut<sup>70</sup>:

- a. Aibnu Hazm berpendapat, apabila atsar-atsar di atas benar, maka Umar tidak melarang menurunkan harga dengan perkataan "hendaklah kamu nalkan harganya agar Hathib menjual dengan takaran yang lebih banyak dari yang di jual dengan harga yang sama. Ibnu Hazm dalam pendapatnya berdalil pada apa yang diriwayatkan dari Amru bin Syu'aib dia berkata, "Umar mendapatkan Hathib bin Abi Balta'tah menjual kismis di Madinah, maka ia berkata "bagaimana kamu menjual, wahai Hathib? Maka Hathib berkata, dua mud." maka Umar berkata, "kalian menjual di

<sup>70</sup>Jaribah Bin Ahmad Al-Haritsi, *Al-Fiqh Al-Tarishadi Li Amiril Mu'minin Umar Bin Khatab*, Terj. H. Asmuni Solihan Zamakhsyari (Jakarta: Khalifa, 2003), 542-543.

pintu-pintu kami, dan kalian menjual sesuai dengan kehendak kalian, jual lah satu sha', apabila tidak, maka jangan menjual di pasar kami. Apabila tidak, maka berjalanlah di muka bumi dan ambilah barang, kemudian jualah sesuai kehendak kalian atsar ini menjelaskan bahwa hathib menjual dua dua mud kismis dengan satu dirham, maka umar memerintahkan untuk menjual satu 30 sha' dengan

Satu dirham inilah yang dimaksud dengan menurunkan harga sebagaimana pendapat ibn hazm. Disisi lain perkataan umar: kalian menjual di pintu pintu kami, dan kalian membunuh kami dan pasar kami, kalian jual lah satu sha'. Apabila tidak maka jangan menjual di pasar kami, apabila tidak, maka pergi lah keliling burni dan ambilah barang, kemudian jual lah sesuai kehendak kalian." adalah dalil bagi yang berpendapat bahwa penentuan harga ada pada penentuan pasar.

- b. Imam syafi'i berpendapat bahwa umar ra menarik sikapnya terhadap hathib dengan riwayat yang menyempurnakan riwayat, muhammad bin al qasmi di dalam disebutkan, "ketika umar sadar dia menghisab dirinya, kemudian datang hathib di rumah nya dan berkata: "sesungguhnya apa yang aku katakan bukanlah ketetapan dan keputusan dariku, akan tetapi sesuatu yang aku ingin kebaikan darinya untuk penduduk negeri ini, kapan kamu kehendaki, maka jual lah, bagaimana kamu kehendaki, maka jual lah."
- c. Secara umum dapat dikatakan bahwa riwayat-riwayat diatas menunjukkan adanya campur tangan umar untuk mengatasi kerancuan harga, baik permintaan menaikkan harga atau menurunkanya. Adapun atsar yang diriwayatkan tentang penarikan sikap umar, sanad nya dhaif. Apabila atsar tersebut benar, maka telah jelas bagi umar adanya bukti yang menjelaskan hathib menjual kismisnya dengan harga yang rendah, sebagaimana ditunjukkan oleh beberapa riwayat di atas.

Kembali nya sikap umar ini juga berarti bahwa umar tidak melarang menjual dengan harga yang lebih rendah dengan harga pasar, apabila

penjualan tersebut diperlukan seperti dekatnya masa berlakunya barang (kadaluarsanya) atau jeleknya kualitas barang atau lain sebagainya. Disisi lain penurunan harga tidak mempunyai akibat negatif terhadap pasar. Umar tidak melarangnya, tetapi berterimakasih atasnya.

Majelis ulama fikih yang bergabung dalam organisasi konferensi islam (OKI) yang dilakukan dalam pertemuan kelima di Kuwait telah melakukan diskusi tentang pembatasan keuntungan para pedagang. Mereka membuat ketetapan sebagai berikut:

- a. Hukum asal yang diakui oleh nash dan kaidah-kaidah syariat adalah membiarkan umat bebas dalam jual beli mereka, dan mengoperasikan harta benda mereka dalam bingkai hukum syariat islam yang penuh perhatian dengan segala kaidah di dalamnya.
- b. Tidak ada standarisasi dalam mengambil keuntungan yang mengikat para produsen dalam melakukan berbagai transaksi jual beli mereka. Hal itu dibiarkan sesuai kondisi dunia usaha secara umum dan kondisi pedagang serta kondisi komoditi barang dagangan, namun dengan tetap memperhatikan kode etik yang disyariatkan dalam islam, seperti sikap santun, qana'ah, toleransi dan memudahkan .
- c. Terdapat banyak dalil-dalil dalam ajaran syariat yang mewajibkan segala bentuk muamalah bebas dari hal-hal yang diharamkan atau bersentuhan dengan hal-hal yang haram seperti, penipuan, keuntungan, manipulas keuntungan (memonopoli penjualan), yang kesemuanya adalah mudharat bagi masyarakat umum maupun kalangan khusus.

- d. Pemerintah tidak boleh ikut campur menentukan standar harga kecuali jika melihat adanya ketidak sesuaian di pasar dan ketidak sesuaian harga karena berbagai faktor yang dibuat-buat.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# **BAB III**

## **PRAKTIK JUAL BELI PADA SAAT FLASH SALE DALAM MARKETPLACE SHOPEE**

### **A. Deskripsi Umum Objek Penelitian**

#### **1. Profil PT Shopee Internasional Indonesia**

Shopee adalah marketplace online untuk jual beli di online dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk mulai dari fashion sampai dengan kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile dan website untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan belanja online baik melalui smartphone maupun melalui PC. Berikut adalah logo dari PT. Shopee:



Sumber : [www.shopee.co.id](http://www.shopee.co.id)

Gambar 3. 1

Shopee indonesia merupakan salah satu marketplace yang dimiliki oleh garena (ganti nama menjadi SEA Group) yang terdapat di Singapura, bisnis C2C (*customer to customer*) mobile *marketplace* yang dikelola shopee

memungkinkan untuk mampu diterima dengan mudah oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk di Indonesia<sup>71</sup>.

Shopee terdapat di beberapa negara di kawasan asia tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, Myanmar dan Indonesia, sedangkan untuk shopee indonesia beralamat di wisma 77 tower 2, jalan letjen s. Parman, palmerah, dachrah khusus Ibu kota Jakarta, 11410, indonesia, shopee indonesia resmi terdapat di indonesia pada desember 2015 di bawah naungan PT Shopee International Indonesia. Sejak peluncurannya, shopee indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, bahkan hingga oktober 2017 aplikasinya sudah didownload oleh lebih dari 43 juta pengguna.

Shopee hadir di indonesia untuk mengenalkan pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk dapat berjualan dengan mudah serta memberi kemudahan pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan jasa logistik yang telah terintegrasi. Pada saat ini aplikasi belanja shopee menempati posisi nomor satu di *google play store* dalam kategori belanja online, dengan *tagline* "belanja online se-indonesia gratis ongkir dan garansi harga termurah" mampu membuat para calon konsumen tertarik untuk menggunakannya.

---

<sup>71</sup> shopee shopee indonesia, dalam id.wikipedia.org diakses pada tanggal 10 oktober 2020 pukul 20.00 wib.

Sasaran pengguna shopee adalah kalangan muda yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan *smartphone* termasuk Indonesia dalam kegiatan berbelanja. Untuk itu shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* guna untuk menunjang kegiatan berbelanja yang mudah dan cepat.

Shopee indonesia sebagai sarana jual beli online yang menyediakan berbagai produk untuk menunjang kebutuhan sehari-hari yang mencakup fashion, gadget, kosmetik, alat elektronik, perlengkapan olahraga, perlengkapan rumah, hobi dan koleksi, fotografi, otomotif, makanan dan minuman, souvenir dan pesta, hingga voucher belanja<sup>72</sup>. Seperti pada yang terlihat pada tampilan awal yang terdapat pada website shopee berikut ini :

Gambar 3. 2 Tampilan beranda shopee



Sumber : [www.shopee.co.id](http://www.shopee.co.id), 2020

<sup>72</sup>[www.shopee.co.id](http://www.shopee.co.id). Diakses pada tanggal 15 oktober 2020 pukul 12.30 wib

## 2. Investasi PT Shopee Internasional Indonesia

Sebagai anak perusahaan dari sea group, shopee indonesia mendapatkan dukungan finansial penuh dari SEA Group, untuk wilayah indonesia sendiri, pada saat peluncurannya shopee indonesia mendapatkan dukungan dana dari SEA dan beberapa modal Ventura, Seperti Farallon Capitalmanagement, Hillhouse Capital, Gdp Venture, JG Summit Holdings Inc untuk melakukan penetrasi pasar pada *marketplace* di indonesia.

## 3. Sistem Pembayaran Dan Pengiriman Barang

Shopee indonesia menerapkan sistem layanan jual beli secara interaktif antara penjual dan pembeli melalui fitur *live chat*. Shopee menyediakan berbagai sistem pembayaran melalui transfer bank, indomaret, kredivo, hingga kartu kredit. Selain itu, tersedia juga *e-dompet* yaitu *shopee pay* yang dapat menyimpan seluruh dana, baik dari penjualan atau pembelian,

Shopee indonesia juga memiliki fitur koin shopee, yaitu berupa koin virtual yang diperoleh dari hasil pembelian barang dengan promo tertentu melalui sistem *cashback*. Nantinya, "*koin shopee*" dapat ditukarkan dengan diskon secara langsung saat melakukan pembelian barang berikutnya. Untuk memastikan barang yang dikirim penjual shopee sampai ke pembeli dengan selamat, shopee indonesia memberlakukan sistem garansi shopee sebagai jaminan uang akan kembali seratus persen apabila barang yang telah dibeli tidak sampai ke konsumen.

Shopee juga terdapat fitur lacak pesanan yang nantinya dapat digunakan oleh konsumen dan penjual untuk dapat mengetahui lokasi paket yang telah

dikirimkan, sehingga produk yang telah dikirimkan akan dapat terdeteksi secara terus-menerus guna memastikan bahwa produk yang dikirimkan dalam keadaan aman.

## **B. Gambaran Umum Flash Sale Shoope**

### **1. Pengertian promosi**

Promosi dalam bentuk apapun merupakan suatu usaha untuk memengaruhi pihak lain. Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang didalamnya berisi aktivitas menginformasikan, mempengaruhi dan kemudian membelinya<sup>73</sup>.

Fandy tjiptono menyebutkan bahwa promosi merupakan bentuk persuasive secara langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang diatur untuk dapat merangsang pembelian suatu produk dengan segera guna meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Sedangkan menurut kotler dan armstrong promosi adalah kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk (*persuading*) para pembeli untuk bersedia membeli produk tersebut.

Definisi promosi penjualan menurut american marketing association (AMA) yang dikutip dalam bukunya sustina adalah *promotion is media and non media marketing pressure applied for a predetermined, limited period of*

---

<sup>73</sup> Agustina Shinta, Manajemen Pemasaran, (Malang: UB Press, 2011). 127.

*time in order to stimulate trial, increase consumer demand, or improve product quality*<sup>74</sup>.

Dengan demikian fungsi promosi adalah untuk memprospek seseorang agar dapat menjadi konsumen untuk produk yang diciptakan sehingga dapat mendorong dikenalnya produk melalui saluran distribusi yang dipilih dengan cara menciptakan produk dengan merek yang mudah dikenal oleh penyalur maupun konsumen di berbagai tempat sepanjang saluran distribusi dan rangkaian pembelian

## **2. Tujuan promosi**

Tujuan promosi menurut Kotler dan Armstrong yaitu :

- a. Mendorong pembelian dalam jangka pendek serta meningkatkan hubungan pelanggan dalam jangka panjang.
- b. Mendorong pengecer untuk dapat menjual barang baru dan menyediakan persediaan lebih banyak
- c. Mengiklankan produk perusahaan serta memberikan ruang gerak perusahaan yang lebih banyak.
- d. Untuk tenaga penjualan, berfungsi untuk mendapatkan banyak dukungan tenaga penjualan bagi produk lama atau baru serta mendorong para penjual mendapatkan pelanggan baru.

### **1. Jenis-jenis promosi**<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> Ibid., 128

<sup>75</sup> Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol* (Jakarta PT. Prehallindo, 2001). 28.

a. Periklanan (*advertising*)

Bentuk presentasi yang bukan personal dan promosi atas gagasan, barang atau jasa oleh seseorang atau sponsor yang teridentifikasi dalam media. Menurut Kotler dan Armstrong tujuan periklanan adalah komunikasi tertentu yang dicapai dengan calon konsumen pada sasaran tertentu dan selama periode waktu tertentu. Tujuan dari periklanan itu bisa digolongkan berdasarkan tujuan utama yaitu menginformasikan (*informing*) *membujuk* (*persuading*), dan mengingatkan (*reminding*).

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Merupakan kegiatan pemasaran selain penjualan pribadi, iklan dan publikasi yang menstimulasi pembelian konsumen serta efektifitas penyalur yang mempunyai jangka waktu pendek. Menurut Kotler dan Armstrong banyak sarana yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan promosi penjualan, yaitu :

- 1) Alat promosi konsumen, meliputi contoh produk, kupon, cashback, harga khusus, premi, barang khusus iklan, undian, serta permainan
- 2) Alat promosi dagang *membujuk* penjual perantara untuk menjual merek, memberikan ruang gerak dan mempromosikan merek itu dalam iklan yang pada akhirnya menawarkannya kepada konsumen, beberapa alat promosi dagang yang biasanya digunakan oleh produsen adalah kontes, diskon langsung dari harga resmi, produk gratis yang berupa kemasan ekstra yang ditujukan kepada penjual perantara yang membeli dalam jumlah tertentu.
- 3) Alat promosi bisnis alat promosi penjualan yang digunakan untuk menghasilkan tujuan bisnis, meningkatkan jumlah penjualan, menghargai

pelanggan serta memotivasi penjual. Dalam hal ini perusahaan fokus pada dua alat tambahan komponen promosi bisnis utama yaitu konvensi dan pameran dagang. Perusahaan yang menjual produk mereka menampilkan keunggulan produk mereka pada sebuah pameran dagang.

c. Hubungan masyarakat (*public relations*)<sup>76</sup>

Berhubungan dengan sejumlah usaha dalam berkomunikasi untuk mendukung sikap dan pendapat publik terhadap organisasi serta produknya. *Public relations* dapat dilakukan dengan menyampaikan secara lengkap tentang informasi perusahaan atau produk. Menurut Kotler dan Armstrong hubungan masyarakat dapat dilaksanakan satu atau semua fungsi berikut :

- 1) Hubungan pers : menciptakan dan menyampaikan informasi penting di media berita yang bertujuan untuk dapat menarik perhatian pada seseorang terhadap produk atau jasa.
- 2) Publisitas produk : mempublikasikan produk atau jasa tertentu.
- 3) Kegiatan masyarakat menciptakan dan mempertahankan hubungan yang erat dalam komunitas lokal.
- 4) Melobi : membangun dan mempertahankan hubungan dengan pembuat kebijakan

d. Penjualan personal (*personal selling*)

Presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong

---

<sup>76</sup> Ibid 30.

penjualan personal adalah salah satu profesi yang paling tua di dunia. Banyak perusahaan menggunakan penjualan personal karena dapat berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dan Pelanggannya. Dalam banyak kasus, penjualan personal mewakili dua komponen penting yaitu penjual dan pembeli.

e. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Yaitu sebuah presentasi langsung dalam pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli yang bertujuan untuk melakukan penjualan. Menurut Kotler dan Armstrong terdapat dua manfaat dari pemasaran langsung baik dari pihak pembeli maupun pihak penjual. Bagi pembeli, pemasaran langsung bersifat menyenangkan, mudah dan personal. Pemasaran langsung bersifat interaktif dan segera, dimana pembeli dapat berinteraksi dengan penjual melalui telepon atau di situs web penjual untuk menciptakan informasi yang tepat. Bagi penjual, pemasaran langsung merupakan sarana yang kuat untuk membangun hubungan pelanggan. Selain itu pemasaran langsung juga menawarkan alternatif biaya yang relatif rendah, efisien dan cepat untuk menjangkau pasar penjual.

2. Strategi bauran promosi

Menurut Kotler dan Armstrong pemasar dapat memilih dari dua strategi bauran promosi dasar yaitu promosi tarik dan promosi dorong strategi dorong lebih melibatkan untuk mendorong produk melalui sarana pemasaran kepada konsumen akhir. Penjualan personal dan promosi dagang termasuk dalam strategi dorong. Sedangkan untuk strategi tarik, produsen memfokuskan pada kegiatan promosinya kepada konsumen akhir untuk membujuk mereka agar tertarik untuk membeli produk. Iklan dan promosi konsumen termasuk dalam strategi tarik ini.

jadi dapat ditarik kesimpulan, apabila strategi tarik ini efektif dan berjalan sesuai rencana, maka konsumen akan meminta produk dari anggota saluran distribusi, yang kemudian meminta produk dari produsen. Dalam hal merancang strategi bauran promosi, perusahaan mempertimbangkan banyak faktor ketika merancang strategi bauran promosi mereka, termasuk jenis produk/pasar. Setelah menetapkan anggaran dan bauran promosi, ada beberapa langkah untuk mengintegrasikan bauran promosi, yaitu :

- a. Menganalisis tren secara internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melaksanakan suatu bisnis.
- b. Mengaudit saku pembelanjaan komunikasi keseluruhan organisasi.
- c. Mengenali semua titik sentuh pelanggan untuk perusahaan dan mereknya.
- d. Membentuk tim dalam perencanaan komunikasi.
- e. Menciptakan tema nuansa, dan kualitas yang cocok, pada semua media komunikasi.
- f. Menciptakan ukuran kinerja yang berlaku bagi semua elemen komunikasi.
- g. Menunjuk seorang direktur yang bertanggung jawab atas usaha komunikasi.

### 3. Indikator promosi

Menurut kotler dan keller, indikator promosi yaitu sebagai berikut :

- A. Jangkauan promosi, yaitu jumlah promosi yang dilakukan oleh perusahaan dalam waktu tertentu melalui media promosi yang tersedia.
- B. Kualitas promosi, yaitu tolak ukur yang menjadi acuan penilaian dari promosi yang telah dilakukan.

- C. Kuantitas promosi, yaitu penilaian yang diberikan konsumen dari promosi yang telah dilakukan
- D. Waktu promosi, yaitu jangka waktu promosi yang dilakukan oleh perusahaan.
- E. Ketepatan sasaran promosi, yaitu kesesuaian target yang diperlukan ketika melakukan promosi untuk mencapai sasaran yang menjadi tujuan perusahaan

### C. Tahapan pembelian barang dalam flash sale shopee

Shopee sebagai salah satu platform jual beli berbasis online memberikan manfaat yang luar biasa dalam transaksi masyarakat di dunia. Banyak fitur yang disediakan oleh shopee meliputi shopee mall, shopee mart, shopeepay deals rp.1, shopee fashion, cashback dan voucher, serta fitur lain yang tersedia. Dibawah ini tampilan shopee pada saat flash sale:

Kosmetik day 70%



Gambar 3. 3 Tampilan Flash Sale

Salah satu yang dilakukan para penjual di marketplace shopee yakni dengan flash sale, merupakan bentuk promosi penawaran produk tertentu dengan harga yang lebih

rendah serta kuantitas yang minim dalam waktu yang singkat. Flash sale atau juga disebut daily deal merupakan promosi yang ditawarkan penjual pada barang yang kuantitasnya sedikit dalam waktu yang singkat<sup>77</sup>. Berikut merupakan tahapan konsumen dalam membeli produk pada masa flash sale di aplikasi shopee, meliputi<sup>78</sup>:

1. *Findi it* (mencari jenis produk), dalam tahap pertama konsumen menggunakan metode browse, yaitu melihat-lihat produk yang tersedia dalam menu. Setelah itu menggunakan metode search, yaitu konsumen lebih dimudahkan untuk memperoleh jenis produk dengan memasukkan kata kunci produk yang dicari.
2. *Explore it* (mendalami jenis produk), tahapan kedua setelah pencarian produk. Dalam tahapan ini konsumen mencari tahu mengenai detail spesifikasinya, penilaian serta ulasan konsumen lain terhadap produk tersebut. Kemudian jika konsumen merasa cocok terhadap barang tersebut maka ditambahkan ke dalam item cart (keranjang belanja) untuk melakukan transaksi selanjutnya.
3. *Select it* (menyeleksi produk), tahapan ini tindak lanjut dari penyimpanan produk oleh konsumen dalam keranjang untuk melanjutkan pembelian atau menghapusnya dari item cart.
4. *Buy it* (membeli produk), setelah menyeleksi produk yang akan dibeli maka dilakukanlah cek out yang kemudian dilanjutkan dengan mengisi formulir yang telah disediakan penjual atau marketplace yang berisi seputar identitas konsumen serta jenis pembayaran untuk menyelesaikan transaksinya.

---

<sup>77</sup> Amalina Maryam Zakiiyah, *Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online Pulchgallery, Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, Vol. 4 No. 1* (Juni, 2018), 64.

<sup>78</sup> Admin Shoope, Wawancara Pada Tanggal 22 Juli 2021

5. *Ship it* (mengirimkan barang), setelah proses sebelumnya selesai dan telah dilakukan pembayaran atas barang yang hendak dibeli konsumen, maka pihak marketplace atau penjual mengirimkan barang tersebut sesuai dengan spesifikasi yang dipilih oleh konsumen.

Untuk mengetahui jadwal flash sale yang dilakukan oleh beberapa toko yakni dengan membuka aplikasi shoope. Setelah masuk maka layar akan menampilkan jadwal dilakukannya flash sale lengkap dengan informasi mengenai jenis produknya, merk, tanggal, jam dan produk yang terbatas. Pada saat jadwal *flash sale* dimulai maka konsumen langsung mencari produk yang ingin dibeli dengan langsung melihat spesifikasinya secara cepat sebab adanya keterbatasan waktu. Jika dirasa cocok maka konsumen langsung pada tahap pembayaran untuk menyelesaikan transaksinya.

Promo *flash sale* tidak hanya pada produk yang dijual oleh toko yang bermitra dengan shopee, tetapi juga pada voucher. Voucher gratis ongkir senilai 50.000 bisa ditebus dengan harga rp. 10.000,- pada saat flash sale produk lain juga mengalami penurunan drastis hingga 75% dari harga awal pada saat *flash sale* ini. Pada suatu kasus terdapat produk *flash sale* yang mencantumkan harga Rp.40.000 persentase harga diskon *flash sale* 90% sehingga harganya menjadi Rp.9.999,- dan promo tersebut berlangsung hanya dalam hitungan menit. Hal inilah yang mendorong masyarakat untuk segera cekour karena tidak semua orang mendapatkan kesempatan promo tersebut<sup>79</sup>.

---

<sup>79</sup> Zeraaraf, Pemilik Toko Zeraaraf\_Hijab Di Shoope. Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2021.

## **BAB IV**

# **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI VOUCHER PADA SAAT PROGRAM *FLASH SALE* DI SHOPEE**

### **A. Jual Beli Pada Saat Promo Flash Sale Di Marketplace Shopee**

Melakukan suatu transaksi elektronik sebagaimana dalam penelitian ini diperbolehkan oleh hukum meskipun tidak dalam satu majelis. Hal tersebut berdasar pada hasil *ijtihad* ulama mengenai transaksi atas pihak yang tidak dapat bertemu langsung layaknya di pasar. Setiap perjanjian yang dilakukan oleh para pihak maka hukum perjanjian tersebut bersifat mengikat pada para pihak

Transaksi pada masa sekarang memiliki banyak cara untuk menjangkau masyarakat diseluruh daerah, yakni dengan adanya internet. Fungsi internet sebagai penghubung masyarakat diseluruh wilayah indonesia juga menjadi sarana kemudahan dalam aktivitas masyarakat, terutama dalam pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat yang disebut dengan muamalah. Dalam hal ini penulis menyajikan terkait salah satu akad dalam islam yang sering dan biasa dilakukan masyarakat, yakni akad jual beli. Dalam islam akad jual beli dikenal dengan sebutan akad *bai* merupakan tukar menukar barang dengan harga yang telah ditentukan dan diketahui serta persetujuan dari para pihak termasuk salah satu unsur terpenting dalam sahnya suatu akad.

Shopee sebagai salah satu marketplace terbesar di indonesia memiliki banyak konsep marketing untuk memasarkan brand dari toko-toko yang menjadi partner banyak fitur pelayanan shopee mulai dari game shopee untuk memperoleh koin *shopeepay* sebagai salah satu *e-commerce* khusus yang hanya dimiliki aplikasi

ini serta promo *flash sale* yang biasa dilakukan pada saat tanggal cantik, misalnya tanggal 11 bulan 11 begitu pula seterusnya. Dalam program *flash sale* ini produk yang dijual yakni produk dengan kuantitas terbatas dalam waktu yang singkat serta jarang ditemukan respon penjual, sebab dalam program *flash sale* menerapkan harga yang sangat miring dan potongan hingga 90% dari harga normal.

Hal inilah yang mendorong konsumen untuk melakukan cek our produk sebab harga yang rendah, terkadang juga konsumen belum sempat untuk mengecek terkait spesifikasi dari produk tersebut sehingga tidak menutup kemungkinan adanya cacat pada barang yang hendak dibeli. Sebagaimana pembelian yang dilakukan oleh mahbubatus zahroh yakni pada saat melakukan pembayaran terhadap produk yang telah dimasukkan ke dalam item cart dan selanjutnya dikirimkan oleh pihak toko ternyata produk yang datang tidak sesuai dengan pesanan dalam hal warna. Pada saat itu ia memasukkan case handphone yang berwarna biru dalam keranjang akan tetapi yang dikirimkan berwarna coklat<sup>80</sup>.

Hal lain juga didapati saat mewawancarai admin pihak shoope melalui website shoope, yang mana ia mengatakan bahwa pada saat *flash sale* memang sengaja tidak diberitahukan terkait jumlah agar antusias para konsumen atau pengguna semakin membludak, sehingga banyak konsumen yang mau *checkout* barang tersebut. Namun terkait hal lain pihak shoope bukan penjamin kemiripan barang asli dengan gambar, akan tetapi hal tersebut tergantung pada para pemilik toko atau penjual<sup>81</sup>.

---

<sup>80</sup> Mahbubatus Zahroh, Wawancara Pada Tanggal 25 Oktober 2020.

<sup>81</sup> Bagian admin shoop, wawancara pada tanggal 20 juni 2021.

Selain dikhawatirkan adanya cacat pada produk disaat flash sale, juga dikhawatirkan adanya kecurangan (*fraud*). *Fraud* yang timbul dalam penerapan *flash sale* banyak terjadi dalam proses dan sistem yang digunakan oleh pihak shopee. Sebagaimana telah diketahui oleh khalayak bahwa terjadinya *fraud* dalam *flash sale* disinyalir selama jual beli online yang berlangsung selama 1x24 jam. Yang mana setiap konsumen yang melakukan transaksi dalam rash sale di shopee memiliki pengalaman yang dianggap menjadi bagian dari penipuan atau *fraud* sehingga butuh perhatian khusus, bahkan penanganan cepat dari pihak shopee.

Sebagaimana dilakukan oleh siti zainab, bahwa saat ia hendak memasukkan produk mini bluetooth pada keranjang belanjaan pada saat itu masih tertera tulisan tersedia pada produk tersebut kemudian saat dilakukan pembayaran dalam waktu yang relatif singkat dari memasukkan ke troli ternyata pada aplikasi tertulis barang yang anda pesan sudah habis atau kata lain tidak tersedia<sup>82</sup>. Hal ini menunjukkan adanya *fraud* pada aplikasi shopee dan membuat kecewa konsumen sehingga dapat memicu turunnya rating aplikasi dan munculnya ulasan negatif dari konsumen.

Hal inilah yang menunjukkan adanya ketidak tegasan pihak shopee dalam menangani kasus pada saat *flash sale*. Dengan adanya kejadian seperti disebutkan di atas menunjukkan bahwa pihak shopee belum memberikan pelayanan yang aman dan nyaman terhadap konsumen.

---

<sup>82</sup> Siti Zainab, Wawancara Pada Tanggal 26 Oktober 2020.

## **B. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Pada Saat Program Flash Sale Shopee**

Transaksi yang dibahas penulis yakni akad jual beli melalui media elektronik dalam marketplace shopee. Selain itu objek jual beli ini yakni pada masa promo terhadap produk dengan kuantitas terbatas, jangka waktu yang singkat serta harga yang sangat murah. Sebagai suatu akad tentunya dalam fiqh muamalah telah diatur terkait hukum akadnya. Sebagai salah satu bentuk transaksi, di dalamnya harus ada beberapa hal agar akadnya dianggap sah dan mengikat. Pengertian akad yakni kesepakatan salam suatu perjanjian antara kedua belah pihak atau lebih untuk melakukan dan/atau tidak melakukan perbuatan hukum tertentu. Menurut Hasby ash-shiddiqy, akad adalah perikatan ijab dan qabul yang dibenarkan *syara'* yang menetapkan kerelaan para pihak<sup>83</sup>.

Sebagaimana dijelaskan pada bab dua bahwa dalam hukum islam akad jual beli harus dilakukan berdasarkan asas-asas berikut:

1. *Ikhtiyari* atau sukarela, setiap akad dilakukan berdasarkan kemauan sendiri tanpa adanya intimidasi dan paksaan dari pihak manapun.
2. *Amanah* atau menepati janji, bahwa setiap akad harus dilakukan sesuai kesepakatan dan perjanjian yang telah ditetapkan oleh para pihak agar menghindari cedera janji atau mudharat.
3. *Ikhtiyati* atau kehati-hatian, mensyaratkan suatu perjanjian harus dilakukan dengan pertimbangan yang matang dan dilakukan dengan cermat dan secara tepat.

---

<sup>83</sup> Abdul Rahman Ghazaly...51.

4. *Luzun* atau tidak berubah, merupakan dampak dari akad yang dilakukan dengan tepat dan cermat bisa menghindar darinya adanya bentuk spekulasi atau *maisir*.
5. Saling menguntungkan, tujuan suatu akad yakni untuk memperoleh keuntungan masing-masing pihak sehingga mencegah dari adanya kerugian atas salah satu pihak.
6. *Taswiyah* atau kesetaraan, para pihak dalam setiap akad memiliki kedudukan serta hak dan kewajiban yang seimbang.
7. Iktikad baik, akad harus dilakukan dalam rangka menegakkan kemaslahatan dan tidak mengandung unsur jebakan dan perbuatan buruk lainnya.
8. Sebab yang halal, bahwa setiap akad yang dilakukan harus sesuai dengan hukum dan syariat serta tidak haram.

Sehingga jika ditinjau dari sisi akad berdasarkan hukum islam, maka ada asas yang akan digunakan penulis untuk meninjau *flash sale*, yakni asas iktikad baik. Inti dari adanya asas ini adalah agar para pihak mendapatkan kemaslahatan bagi para pihak tanpa terkecuali dari dilakukannya suatu akad. Asas ini dilakukan untuk menghindari pelaku akad dari unsur jebakan atau perbuatan buruk lainnya.

Menilik promosi *flash sale*, pihak *marketplace* sengaja tidak mencantumkan detail jumlah produk yang dijual pada saat promo berlangsung. Selain itu harga diskon pada suatu produk hanya menampilkan presentase besaran diskon tanpa ada detail harga yang pasti. Kedua hal ini bisa dikategorikan sebagai iktikad tidak baik dari pihak *marketplace* karena menjadikan konsumen berspekulasi terhadap suatu produk pada saat *flash sale* berlangsung yang disebabkan kurangnya informasi yang diberikan oleh pihak *marketplace*.

Asas kemudahan asas ini sangat penting dalam melakukan akad agar setiap pihak saling memberikan pertimbangannya dalam mengambil keputusan untuk tidak menyulitkan keduanya.

Terkait promosi *flash sale*, dimana pihak *marketplace* selaku pelaku pelaksana promosi hanya menampilkan produk yang ditawarkan pada iklan tanpa mencantumkan dengan jelas berapa jumlah produk yang ditawarkan saat promosi berlangsung. Hal ini menyebabkan konsumen yang tertarik untuk membeli harus bersaing dengan konsumen lain untuk mendapatkan produk *flash sale* tersebut padahal berdasarkan data yang dikutip dari bisnis.com, bahwa pembeli aktif shopee berjumlah sekitar 49,9 juta. Dengan jumlah pengguna sebanyak itu maka tidak menutup kemungkinan server dapat mengalami gangguan saat diakses pada waktu yang bersamaan. Oleh karena itu, tidak sedikit konsumen yang mengalami kesulitan untuk melakukan cekout pada saat promo *flash sale* berlangsung.

Jadi promo *flash sale* disini tidak sejalan dengan tujuan hukum islam membentuk suatu akad untuk mempermudah manusia dalam melakukan aktivitasnya. Sesuai dengan firman allah yang berbunyi: "jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri" (qs. Al isra':7) kemudian yang terakhir yakni asas saling menguntungkan, setiap akad dilakukan untuk memnuhi kepentingan para pihak sehingga tercegah dari praktik manipulasi dan merugikan salah satu pihak<sup>84</sup>. Dengan kata lain terbentuknya suatu akad harus memiliki nilai

---

<sup>84</sup> Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 21..

kemaslahatan bagi para pihak dan bukan justru sebaliknya yakni menimbulkan kerugian.

Sehubungan dengan ketidakjelasan informasi yang diperoleh konsumen yakni pengguna shopee pada iklan *flash sale*, dipandang dari segi moril bahwa satu pihak merasa dirugikan karena pihak lainnya tidak dapat memenuhi perjanjian yang telah disepakati bersama tersebut dalam hal ini nasution mengungkapkan pendapatnya, bahwa iklan atau periklanan sangat erat kaitannya dengan kegiatan penawaran barang dan/atau jasa untuk dijual atau digunakan oleh konsumen<sup>85</sup>. Konsumen yang telah tertarik pada iklan promosi *flash sale* merasa dirugikan secara moril karena informasi yang diberikan tidak lengkap dan jelas sehingga konsumen tidak memperoleh apa yang ia inginkan dari iklan tersebut. Bahwa yang dimaksud merugikan disini bukan hany pada persoalan materi akan tetapi kerugian merupakan melakukan sesuatu yang bermanfaat untuk dirinya tetapi menyebabkan orang lain mendapatkan *mudharat*.

Selain suatu perjanjian atau akad harus memenuhi syarat sahnya akad maka juga dilihat dari sisi akad yang digunakan. Akad promo *flash sale* diatas menggunakan akad jual beli (*bai'*) dan sah tidaknya suatu akad merupakan suatu dasar halal atau haramnya hasil yang diperoleh dari transaksi tersebut. Adapun akad jual beli yang dijalankan haruslah sesuai rukun dan syarat yang berlaku dalam syariat.

---

<sup>85</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yede, Hukum Perlindungan Konsumen (Jakarta PT. Raja Grafindo, 2006), 102.

Rukun yang pertama yakni *aqidain* (para pihak), dalam jual beli orang yang melakukan perjanjian menjadi unsur utama karena besar pengaruhnya terhadap akibat hukum suatu transaksi yang dilaksanakan. Adapun syarat orang yang melakukan akad memerlukan hal-hal berikut:

1. Baligh (dewasa) dan mempunyai akal sehat, tidak gila, bodoh/mabuk.
2. Terhindar dari paksaan, dalam arti para pihak saling rela atau rida.
3. Memiliki hak penuh terhadap jasa barang atau uang yang akan dijual.
4. Menyepakati harga jual beli masing-masing antar pihak dan melakukan transaksi saat kesepakatan termasuk juga ijab dan qabul<sup>86</sup>.

Dalam hal ini kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli merupakan pihak yang telah dewasa dan mempunyai akal yang sehat serta tidak gila, hal ini ditandaidengan cara melakukan transaksi hingga akhirnya menyepakati untuk membeli barang tersebut. Sebab dalam transaksi di shopee bisa dikatakan sulit jika dilakukan oleh orang yang tidak berpengalaman melakukan transaksi di shopee. Dalam sisi saling ridha seharusnya kesepakatan telah menjadi bukti secara empiris adanya kerelaan atas transaksi yang dilakukan para pihak. Selain itu penjual merupakan orang yang berhak atas barang yang dijual karena dalam shopee barang merupakan sesuatu yang dijual di toko dengan nama pemilik. Terkait uang yang dijadikan alat pembayaran yang sah merupakan hak pembeli, karena pembayara dilakukan langsung oleh pembeli sehingga mencegah adanya harta milik orang lain yang digunakan pembeli.

---

<sup>86</sup> Ahmad Azhar Basyir. *Asas-Asas Hukum Muamalar: Hukum Perdana Islam* (Yogyakarta: UII Press, 2000). 32.

Pada syarat ke empat *aqidain* yakni adanya kesepakatan harga oleh para pihak. Dalam promo *flash sale* harga telah ditetapkan pihak penjual dengan harga yang murah dan bertujuan untuk branding. Hal ini bertujuan agar toko atau produk yang dijual dikenal banyak masyarakat dan memperoleh konsumen serta profit yang tinggi. Jika pada saat *flash sale* terjadi kesepakatan untuk membeli, maka hal tersebut menjadi ukuran adanya kesepakatan terkait harga produk tersebut. Rukun yang kedua yakni *maqud 'alaih* yakni barang yang diperjual belikan. Dalam hal ini objek menjadi sasaran atas *khiyar* pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan jual belinya. Objek jual beli memiliki syarat berikut yang harus dipenuhi agar akad jual belinya menjadi sah, yakni:

1. Objek harus jelas dan bisa diserahkan pada saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati para pihak.
2. Mempunyai nilai manfaat yang dibenarkan dalam syariat islam<sup>87</sup>.
3. Milik seseorang. Barang yang sifatnya belum dimiliki seseorang tidak boleh menjualnya, seperti menjual ikan di laut atau menjual burung yang terbang. Sebab barang tersebut belum dimiliki penjual

Dari jual beli pada saat flash sale di atas telah memenuhi syarat dari objekjual beli. Bahwa ma'qud 'alaih jelas namun terkadang terdapat informasi tentang objek yang tidak ditampilkan terkait jumlah dan spesifikasi lain seperti warna produk. Serta produk tersebut memiliki manfaat sesuai kegunaan dan fungsi

---

<sup>87</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamal...* 119-120

produk yang dijual serta milik seseorang, sehingga akad jual belinya memenuhi syarat objek akad.

Rukun yang ketiga yakni harga (*tsaman*) merupakan harga yang ditetapkan pihak penjual atas barang yang dijual. Pada saat *flash sale* harga bisa turun hingga 90% dari harga normal. Agar akad jual beli yang dilakukan dapat dikategorikan sah, maka harus memenuhi syarat-syarat mengenai harga, yakni:

1. Harga telah disepakati para pihak dan jelas jumlahnya.
2. Dapat diserahkan pada waktu akad, meskipun secara hukum pembayaran bisa dilakukan dengan transfer atau dengan cek. Jika barang tersebut pembayarannya diakhir (hutang) maka harus jelas waktu pembayarannya kapan.

Dalam transaksi yang dilakukan pembeli dengan marketplace shopee dalam program flash sale telah terpenuhi syarat harga ini, yakni harga produk jelas dan dicantumkan sehingga para pihak jika menyetujui jual belinya akan langsung melakukan checkout dibuktikan dengan pembayaran. Hal ini dapat menjadi tanda bahwa para pihak setuju dengan jumlah harga yang ditetapkan. Serta untuk pembayarannya bisa langsung dilakukan dengan cara transfer agar barang segera di *keep* untuk pembeli.

Rukun yang keempat yakni ijab qabul, merupakan unsur utama setiap transaksi yakni adanya kerelaan kedua belah pihak. Apabila ijab dan qabul telah diucapkan maka kepemilikan terhadap barang dan uang telah berpindah pada pihak yang berhak atas itu. Ulama fikih mengemukakan bahwa syarat ijab qabul adalah sebagai berikut:

1. Orang yang mengucapkannya telah akil baligh dan berakal.
2. Qabul harus sesuai dengan ijab, seperti ucapan pembeli: "*saya menjual ini seharga 10 ribu*" maka pembeli menjawab: "*saya membeli dengan harga 10 ribu*"
3. Ijab dan qabul dilakukan dalam satu majlis.

dalam praktik jual beli pada saat promo flash sale di shopee telah sesuai dengan syarat ijab qabul. Mulai dari akad yang dilakukan oleh pihak yang telah akil baligh serta berakal. Dan keduanya (*ijab dan qabul*) bersesuaian saat telah selesai melakukan pembelian atau cekout dan membayarnya. Akad jual beli disini dikategorikan sebagai ijab dan qabul dengan cara isyarat dikarenakan adanya produk yang ditampilkan dalam situs marketplace itu bisa didasari dari niatan penjual untuk memposting untuk ditawarkan pada konsumen (*ijab*) kemudian proses konsumen melakukan cekour dan pembayaran disebut sebagai qabul.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penjabaran poin-poin di atas, penulis mengambil suatu kesimpulan sebagaimana berikut:

1. Dalam praktik jual beli saat promo *flash sale* berlangsung di *marketplace* shopee yang dilakukan pada jumlah barang yang tidak ditentukan dan cenderung sedikit, hal ini tidak sebanding dengan pengguna aktif shopee yang berjumlah sekitar 49,9 juta orang. Selain itu ketidakjelasan informasi terkait harga pada saat produk tersebut diiklankan. Hal tersebut dapat menimbulkan kesulitan bagi konsumen yang hendak melakukan pembelian. Dari kesulitan yang timbul tadi menyebabkan tujuan utama suatu akad tidak terpenuhi yakni untuk mendatangkan kemaslahatan dan mencegah munculnya *mafsadat*. Promo *flash sale* biasa dilakukan pihak shopee pada waktu-waktu tertentu seperti pada tanggal 12 bulan desember (12.12) dan seterusnya. Selain itu sebagai pelaku usaha terkadang setelah dilakukan pengiriman barang pada konsumen yang setuju membeli justru tidak sesuai spesifikasi, misalnya mengenai warna produk, terkadang tidak sesuai dengan iklan yang dipajang di *marketplace*.
2. Jual beli saat promo *flash sale* berlangsung jika dilihat dari segi rukun jual beli sudah terpenuhi sebagaimana mestinya. Akan tetapi, apabila konsumen yang tertarik untuk membeli pada saat promo dan kemudian timbul rasa ragu terkait dengan berapa banyak kuantitas ketersediaan produk yang dijual saat promo

*flash sale* serta dengan jangka waktu yang sangat singkat, sedangkan konsumen butuh terhadap barang tersebut maka hal ini bisa menimbulkan rasa keterpaksaan, yang mana tidak memenuhi unsur kerelaan yang terdapat dalam syarat akad. Sehingga penulis mengategorikan bahwa jual beli ini disebut akad yang fasad, atau akad yang dibatalkan karena pertimbangan maslahat. Kemudian promosi *flash sale* apabila ditinjau dari segi asas perjanjian dalam hukum islam juga tidak terpenuhinya terhadap beberapa asas, khususnya terhadap asas kejujuran dan asas iktikad baik. Penulis juga berpendapat bahwa tindakan pelaku usaha karena dapat menghilangkan rasa kepercayaan konsumen dan cenderung menimbulkan kerugian sehingga tujuan dari akad jual beli dalam hukum islam tidak terpenuhi dan mengakibatkan pada akad yang *fasad*

## B. Saran

Untuk menyempurnakan skripsi ini penulis ingin memberikan beberapa saran kepada para pihak yang terlibat dalam penelitian ini untuk selanjutnya menjadi pertimbangan bagi para pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi pada saat promo *flash sale* pada aplikasi *marketplace* shopee, berikut saran yang hendak diberikan penulis:

1. Bagi pelaku usaha yakni mitra yang berjualan di shopee hendaknya lebih memperhatikan lagi terkait ketelitian informasi pada produk yang dijual. Khususnya produk yang diiklankan pada saat promo *flash sale*. Karena banyak konsumen yang menanti waktu promo flash sale untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan dengan harga yang lebih rendah dari harga normal.

2. Bagi konsumen yakni harus lebih selektif untuk melakukan transaksi pada saat promo *flash sale*, dengan mencari informasi yang jelas terhadap produk yang hendak dibeli guna mencegah dari terjadinya kerugian serta mencegah dari munculnya *mafsadat*.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rianto. *Aspek Hukum Dalam Penelitian*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2011
- Aravik, Havis. Ekonomi Islam: Konsep, Teori Dan Aplikasi Serta Pandangan Pemikir Ekonomi Dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi*, Malang: Empatdua, 2016.
- Arikunto, Suharsimi. *Metode Research Ii* Yogyakarta: Andi Offset, 2000. Ascarya, Akad Dan Produk Bank Syariah, Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- As Shan'ani, Subulus Salam Iii, Terj. Abu Bakar Muhammad, Surabaya: Al-Ikhlash, 1995.
- Ashri, Muhammad. *Hak Asasi Manusia Filosofi, Teori Dan Instrumen Dasar*, Makassar: Cv. Sosial Politic Genius, 2018.
- Azhar Basyir, Ahmad. *Asas-Asas Hukum Muamalat: Hukum Perdata Islam*, Yogyakarta: Ull Press, 2000. Ghazali, Rahman, Dkk. *Fiqh Muamalat*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017.
- Harun, *Fiqh Muamalah* Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Hasan, M. Iqbal. Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Idri, *Hadist Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi)*, Surabaya: Uin Sunan Ampel Press, 2014
- Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Prenada Media, 2017.
- Masruhan, Metodologi Penelitian Hukum*, Surabaya: Hilal Pustaka, 2013.
- Mas'ud, Figh Madzhab Syafi"*, Jakarta: Pustaka Setia, 2000,
- Muhammad Ath-Thayyar, Abdullah. Dkk. Eksiklopedia Fiqh Muamalah Dalam Pandangan 4 Madzhab*, Riyadh: Madarul-Wathan Lin-Nasyr, 2009.

- Musafa'ah, Suqiyah. Hukum Ekonomi Dan Bisnis Islam / (Struktur Akad Tijary Dalam Hukum Islam), Surabaya: Iain Press, 2013.*
- Nasir, Moch. Metodologi Penelitian, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988.*
- Pasaribu, Chairuman. Hukum Perjanjian Dalam Islam, Jakarta: Sinar Grafika, 2004.*
- Prastowo, Andi. Metode Penelitian Kualitatif, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.*
- Sabiq, Sayyid. Fiqh As-Sumah, Bandung: Pt. Al-Ma'arif, 1987.*
- Sarwad, Ahmad. Fiqh Jual Beli, Jakarta Selatan: Rumah Fiqh Publishing, 2018.*
- Singarimbun, Masri Dan Sofian Effendi, Metode Penelitian Surval, Jakarta: Lp3es, 1989.*
- Suhendi, Hendi. Fiqh Muamalah, Jakarta: Sinar Grafika, 2009,*
- Sunggono, Bambang. Metodologi Penelitian Hukum, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.*
- Soemitra, Andri. Huku Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer, Jakarta: Premadamedia, 2019.*
- Syafe'i, Rahmat. Fiqh Muamalah, Bandung: Pustaka Setia, 2006.*
- Zuhaily, Wahbah. Al-Fiqh Al-Islam Wa Adillah, Penerjemah Abdul Hayyie Al Kattani, Dkk, Jakarta: Gema Insani, 2011.*

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A