

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan dengan judul “Praktik *Flash sale* E-commerce pada Aplikasi Shopee ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (studi kasus mahasiswa prodi HES STAIN Mandailing Natal)” ditemukan kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik *flash sale* pada aplikasi Shopee banyak diikuti oleh mahasiswa karena tawaran harga yang menarik dan waktu promosi yang terbatas. Namun, dalam pelaksanaannya masih ditemukan berbagai permasalahan seperti ketidaksesuaian produk dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, dan keraguan akan keaslian diskon. Hal ini menunjukkan adanya celah antara ekspektasi dan realita yang dialami konsumen.
2. Tinjauan dari hukum ekonomi syariah, praktik *flash sale* pada beberapa kasus mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian), *tadlis* (penipuan), dan ketidakjujuran yang bertentangan dengan prinsip dasar jual beli dalam Islam. Dalam syariah, transaksi harus dilakukan dengan transparansi, keadilan, dan kejujuran, sedangkan praktik *flash sale* seringkali tidak memenuhi prinsip-prinsip tersebut, terutama saat informasi produk dimanipulasi atau diskon disajikan secara menyesatkan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa merasa barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, ada yang cacat, bahkan berbeda jauh dari

gambar yang ditampilkan. Kondisi ini menandakan bahwa akad jual beli dalam *flash sale* seringkali tidak memenuhi unsur ridha dan keterbukaan, sehingga dapat digolongkan sebagai akad yang fasid menurut hukum Islam. Walaupun ada mahasiswa yang merasa diuntungkan karena mendapatkan harga murah dengan kualitas yang sesuai, namun ketidakpastian yang dirasakan mayoritas responden memperkuat adanya unsur *gharar* yang dilarang dalam muamalah.

3. Tinjauan dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menunjukkan bahwa praktik flash sale di Shopee pada beberapa kasus melanggar hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 dan Pasal 7. Banyak mahasiswa mengaku membeli secara tergesa-gesa tanpa sempat membaca deskripsi produk, sehingga barang yang diterima tidak sesuai ekspektasi. Ada pula yang merasa dirugikan karena promosi produk terlalu dilebih-lebihkan sehingga berbeda jauh dengan kenyataan. Hal ini jelas bertentangan dengan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar dan jujur. Namun, UU Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan bagi pihak yang dirugikan. Pasal 19 mengatur bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi berupa pengembalian uang, penggantian barang, atau perbaikan. Selain itu, Pasal 45 memberi hak kepada konsumen untuk menggugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau pengadilan. Dengan demikian, UU No. 8 Tahun 1999 tidak hanya menegaskan kewajiban

pelaku usaha, tetapi juga menyediakan mekanisme perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian.

B. SARAN

Saran-saran yang dapat peneliti berikan setelah melakukan penelitian ialah sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha E-commerce, disarankan untuk lebih memperhatikan prinsip kejujuran dan transparansi dalam menyajikan informasi produk serta memastikan bahwa promo *flash sale* tidak hanya sekadar strategi pemasaran yang menyesatkan. Penggunaan potongan harga harus benar-benar mencerminkan harga asli produk, dan informasi terkait stok serta spesifikasi produk harus disampaikan secara jujur.
2. Bagi Konsumen, khususnya mahasiswa, penting untuk meningkatkan literasi digital dan kehati-hatian sebelum melakukan transaksi *flash sale*. Konsumen harus lebih teliti membaca deskripsi produk dan menilai kredibilitas penjual agar terhindar dari kekecewaan serta kerugian.
3. Bagi Pelaku Usaha (Seller di *E-commerce*), hendaknya lebih mengedepankan prinsip kejujuran dan keterbukaan informasi. Informasi produk harus ditampilkan dengan benar, jelas, dan tidak berlebihan, serta kualitas barang yang dikirim harus sesuai dengan deskripsi. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan konsumen dan menciptakan transaksi yang berlandaskan keadilan.
4. Bagi Platform *E-commerce* (*Shopee* dan sejenisnya), sebaiknya memperketat pengawasan terhadap seller yang melakukan praktik

penipuan, serta memberikan mekanisme pengaduan yang lebih cepat dan efektif. Selain itu, platform juga perlu menyediakan edukasi bagi konsumen agar lebih waspada dalam belanja online, serta memastikan sistem *flash sale* berjalan dengan transparan sehingga tidak merugikan konsumen.

5. Bagi Pemerintah dan Lembaga Perlindungan Konsumen, perlu dilakukan pengawasan lebih ketat terhadap praktik perdagangan digital, khususnya model *flash sale* yang rentan menimbulkan kerugian. Sosialisasi mengenai hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 juga harus terus digencarkan agar masyarakat, khususnya generasi muda, lebih memahami dan mampu menuntut haknya apabila dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hlmim Barkatullah, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce* Yogyakarta: Nusamedia, 2021.
- Abdul Rahman Ghazali., *Fiqh Muamalat* Jakarta: Kencana 2010.
- Adi Rianto, *Metode Penelitian Sosial dan Hukum*, Jakarta: Granit, 2004.
- Ahmadi miru& Surtaman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada,2018
- Ahyar Azhari Lubis, *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Analisis UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Akad Konveksi Musly Group*. STAIN Mandailing Natal, 2021.
- Amalina Maryam Zakiiyyah, Pengaruh *Flash sale* Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online Pulchgallery, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 4 No. 1 Juni, 2018.
- Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Antonius Felix et al., “*Fitur-Fitur dalam Shopee dan TikTok Shop yang Mampu Meningkatkan Penjualan*,” *Jurnal Digital Media dan Relationship*, Vol. 6, No. 1 2024.
- Ayu Rahmawati & Fitri Ningsih, “*Pengaruh Kebijakan Pengembalian Barang Terhadap Loyalitas Konsumen Shopee*,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, Vol. 5, No. 1 2023.
- Badan Pusat Statistik, 2022, *Statistik E-commerce 2022*.
- Badan Pusat Statistik, 2024, *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2023*.
- bnu Mas’ud & Zainal Abidin, *Fiqh Madzhab Syafi’i*, Bandung: Pustaka Setia, 2007.
- Dedi Iskanto & Rizky Irawan Gunawan, “*Impulse Purchase Behaviour on The Shopee Platform and The Role of Real-Time Commerce Marketing*,” *Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 10, no. 2 2023
- Departemen Agama. *Al-Qur’an al-Karim dan Terjemahnya* Departemen Agama RI. 2011.
- Didin Hafidhuddin, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2007.
- Diva Leonita & Siska Wulandari, “*Pengaruh Fitur Shopee PayLater, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Shopee*,” *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol. 13, No. 2.
- Fitria, *Manajemen Pemasaran* Jakarta: Erlangga, 2013.
- Fradesa, F., Abadi, S. P., Maani, B., Hardi, E. A., & Sucipto, S.. *Fitur Shopee Barokah dan Tokopedia Salam: Inovasi Marketplace Hlmal Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Digital Berbasis Syariah*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.

- H. Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*, Yogyakarta: UII Press, 2007.
- Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Ilmu Fiqh Muamalat*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2000.
- Imam at-Tirmidzi, *Sunan at-Tirmidzi: Terjemah Hadis Shahih* Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.
- Imam Muslim, *Shahih Muslim: Terjemah Hadis Shahih* Bandung: Mizan, 2005..
- JusufSoeadi, *pengantar metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana media 2022.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
- M. Quraish Shihab, *Islam Ditinjau dari Berbagai Aspek*, Lentera Hati, Jakarta, 2008.
- M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- M. Syafi'i Antonio, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Melda Sari *Perlindungan Hak Konsumen terhadap Jual Beli Online (E-commerce) Menurut Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Suru-Suru All Delivery)*, STAIN MandailingNatal, 2021.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Navrillia, L. P. *pengaruh Warna Logo dan Desain Visual Terhadap Daya Tarik Konsumen E-Commerce (Studi Kasus Logo Shopee)*, Jurnal Komunikasi dan Bisnis, Vol. 8, No. 2. 2020.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rake Sarasin, 2000.
- Nurma Hlmiza Diputri *Sistem Jual Beli Flash sale pada E-commerce Tokopedia Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.
- Nurul Huda, *Hukum Ekonomi Syariah*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2017.
- Prabarini, dkk., *Strategi Ekonomi Perusahaan* Bandung: Alfabeta, 2019.
- Rachat Syafei, *Fiqh Muamalah*, Pustaka Setia, Bandung, 2001.
- Ryani, N. & Fauzan, T. R. *Pemasaran Digital Melalui Fitur Live pada Platform Marketplace terhadap Pengembangan Bisnis*, Jurnal Manajemen. 2023.

- Samiono, B. E. *Analisis purchase intention pada e-commerce model C2C marketplace dan C2C classified. Al Hisbah: Jurnal Akuntansi Keuangan dan Syariah*.2017.
- Sari, D. & Nugroho, A. (2020). “*Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Elektronik di Indonesia.*” *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, hlm. 120.
- Sari, N., Martini, A. I., & Kurnia.. *Pengaruh Flash sale, Cashback dan Free Ongkir Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Shopee, Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis*. 2023.
- Simamora, H. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers,2016.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2001.
- Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press, 1986
- Sri Utami, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-commerce pada Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Maqashid Syariah*, STAIN Mandailing Natal, 2023.
- STAIN Madina, *Buku panduan dan Kalender Akademik*.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2004
- Sutisna Baskara, *Manajemen Pemasaran Modern* Yogyakarta: Liberty Offset, 2018.
- Suwarni, E., Handayani, M. A., Fernando, Y., Saputra, F. E., Fitri, F., & Candra, A. *Penerapan Sistem Pemasaran berbasis E-commerce pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2020.
- Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Balai Pustaka, 2008.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, jo. UU No. 19 Tahun 2016, Pasal 9 dan 10.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Pasal 65-66.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 dan Pasal 7.
- Widi Hastuti & Hendra Riofita, “*Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen,*” *Jurnal Inovasi Pendidikan*, Vol. 6, No. 2, 2024.
- Zakiyah, *Strategi Pemasaran Digital* Jakarta: Sada Kurnia Pustaka, 2018