

**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)**



**Skripsi**

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Oleh :

**Mimi Cantika**

NIM : 21020055

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
MANDAILING NATAL  
TAHUN 2025**

**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)**



**Skripsi**

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan gelar  
Sarjana Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Oleh :

**Mimi Cantika**

NIM : 21020055

Pembimbing I



**Resi Atna Sari Siregar, M.S.I**  
NIP.199110252019032014

Pembimbing II



**Ilham Ramadan Siregar, M.Ag**  
NIP.199303212019031021

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
MANDAILING NATAL  
TAHUN 2025**

**LEMBAR PENGESAHAN MUNAQASYAH**

Skripsi yang berjudul “Praktik *Flash sale* E-commerce pada Aplikasi Shopee ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-undang no.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Prodi HES STAIN Mandailing Natal)”, a.n Mimi Cantika, NIM: 21-02-0055, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN MADINA) pada tanggal 22 Juli 2025.

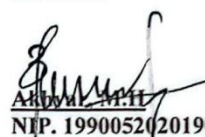
Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.

Panyabungan, Sepember 2025  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri  
Mandailing Natal  
Sekretaris

Ketua



Idris, M.H  
NIP. 199207172019081001



Abdul M.H  
NIP. 199005202019031012

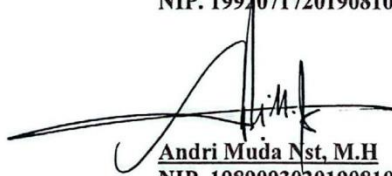
Anggota Penguji



Idris, M.H  
NIP. 199207172019081001



Abdul M.H  
NIP. 199005202019031012



Andri Muda Nst, M.H  
NIP. 198909302019081001



Asrul Hamid, M.H.I  
NIP. 198709072019031013

Mengetahui  
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal



Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag  
NIP. 197207132003121002

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama **Mimi Cantika**, NIM 21020055 dengan judul "**Praktik *Flash sale* E-commerce pada Aplikasi Shopee ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-undang no.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Prodi HES STAIN Mandailing Natal)**", memandnag bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang *Munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Panyabungan, 20 Juli 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Resi Atna Sari Siregar, M.S.I  
NIP.199110252019032014



Ilham Ramadan Siregar, M.Ag  
NIP.199303212019031021

## LEMBAR NOTA DINAS

Panyabungan, Juli 2025

Lamp : Kepada Yth  
Hal : Skripsi a.n Bapak Ketua STAIN Madina  
**Mimi Cantika** di  
Panyabungan

*Assalamu'alikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap Skripsi a.n Mimi Cantika , NIM. 21020055 dengan judul **“Praktik *Flash sale* E-commerce pada Aplikasi Shopee ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-undang no.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Prodi HES STAIN Mandailing Natal)”. Maka kami berpendapat Skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.**

Untuk itu dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan Skripsinya dalam sidang Munaqasyah.

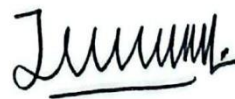
Dengan demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari bapak kami ucapkan terima kasih.

Pembimbing I



**Resi Atna Sari Siregar, M.S.I**  
NIP. 199110252019032014

Pembimbing II



**Ilham Ramadan Siregar, M.Ag**  
NIP. 199303212019031021

## LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Hal : Lembar persetujuan dan pengesahan

Lamp :-

Kepada Yth. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah  
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal  
di Panyabungan

*Assalamu'alikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa Skripsi Saudari:

Nama : Mimi Cantika

Nim : 21020055

Judul Skripsi : "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)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada bidang Hukum Ekonomi Syariah.

Dengan ini kami mengharapkan agar saudara tersebut di atas dapat segera di Munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Pembimbing I

Pembimbing II



**Resi Atna Sari Siregar, M.S.I**  
NIP.199110252019032014



**Ilham Ramadan Siregar, M.Ag**  
NIP.199303212019031021

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mimi Cantika  
NIM : 21020055  
Tempat/Tgl.Lahir : Panyabungan, 28 agustus 2003  
Pekerjaan : Mahasiswi  
Alamat : Kayujati

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang berjudul “**Praktik Flash sale E-commerce pada Aplikasi Shopee ditinjau dari Hukum Praktik Ekonomi Syariah dan Undang-undang no.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Prodi HES STAIN Mandailing Natal)**”, adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan -kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Panyabungan, 20 Juli 2025

  
**Mimi Cantika**  
**NIM. 21020055**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt atas rahmat, taufik, dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“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 Hukum Ekonomi Syariah STAIN Mandailing Natal)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah STAIN Mandailing Natal.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan dukungan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Teristimewa untuk mamaku tersayang, Ibu Nur Aini. Terimakasih sudah menjadi mama yang sangat hebat dalam hidup penulis, terimakasih karna mama selalu ada untuk penulis, mendukung, menyayangi, dan mendoakan tanpa henti. mama bukan hanya ibu, tapi juga ayah yang selalu mengusahakan yang terbaik untuk penulis. Setiap cinta, doa, dan perhatian mama selalu menjadi sumber semangat dan kekuatan penulis untuk terus berjuang, belajar, dan akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini. Tanpa mama, semua ini tidak mungkin tercapai. Semoga mama panjang umur dan sehat selalu.
2. Adik-adik yang penulis sayangi, Syadika Zahra, Ahmad Alfatih, Amaira Zahra, terima kasih atas dukungan, dan keceriaan yang selalu kalian berikan. Kehadiran kalian selalu menjadi penyemangat bagi penulis.

3. Bapak Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, Lc, M.Ag selaku ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
4. Bapak Asrul Hamid, M.H.I sebagai Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
5. Dosen Pembimbing I Skripsi sekaligus dosen PA, Ibu Resi Atna Sari Siregar, M.S.I yang telah sabar dan membantu mengarahkan penulis dari sebelum menemukan judul, hingga sampai saat ini terus membimbing penulis dalam perkuliahan dan memberikan arahan dengan keikhlasan selama penyusunan Skripsi.
6. Dosen Pembimbing II skripsi, Bapak Ilham Ramadhan Siregar, M.Ag., yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, masukan, ilmu, dan pengalaman berharga kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak/Ibuk Dosen beserta civitas akademik Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
8. Kepada sahabatku tersayang, Reza Yasandri, Ilmi Putri, Khoirunnisah, Nurul Adawiyah, Heni Safitri, Yarotun Nisa, dan Ida Aliza, terima kasih atas segala dukungan, motivasi, dan kebersamaan yang selalu kalian berikan. Kehadiran kalian telah menjadi teman setia dalam suka dan duka, memberikan semangat saat penulis lelah, dan tawa di tengah kesibukan penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman sekelas, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan keceriaan yang selalu kalian hadirkan selama masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi teman diskusi, motivator, dan sahabat yang selalu membantu ketika penulis menghadapi kesulitan.

10. Terahir untuk diriku sendiri, Mimi Cantika. Apresiasi sebesar-besarnya karna telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karna terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa yang akan datang.

Panyabungan, 20 Juli 2025

Penulis



Mimi Cantika

## **MOTTO**

“Jika kamu berbuat baik, (maka kebaikan) itu untuk dirimu sendiri; dan jika kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) itu untuk dirimu sendiri.”

QS. Al-Isra: 7

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan, Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan.”

(Maudy Ayunda).

"Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedih lah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia."

(Baskara Putra – Hindia)

“Pada akhirnya ini semua, hanyalah permulaan”

(Nadin Amizah)

“It’s Fine to fake it till you make it, till you do, till it’s True”

( Taylor Swift)

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN MUNAQASYAH

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR NOTA DINAS

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

KATA PENGANTAR.....	i
MOTTO .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
ABSTRAK .....	vii

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat .....	11
E. Penelitian terdahulu.....	12
F. Sistematika penulisan.....	16

### BAB II KAJIAN TEORI

A. Jual Beli .....	18
1. Pengertian Jual Beli.....	18
2. Landasan Hukum .....	19
3. Rukun dan Syarat Jual Beli.....	26
B. Aplikasi Shopee .....	28
1. Profil Perusahaan Shopee.....	28
2. Fitur Shope .....	29
C. E-commerce .....	31
D. <i>Flash sale</i> .....	33
E. Undang-undang no. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen .....	37

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	41
B. Sifat Penelitian .....	41
C. Pendekatan Penelitian .....	42
D. Sumber Data.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data .....	43
F. Teknik Analisis Data.....	44

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	46
B. Praktik <i>Flash sale</i> pada Aplikasi Shopee (Mahasiswa Prodi HES Stain Mandailing Natal.....	51
C. Analisis Praktik <i>Flash sale</i> menurut Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.....	61
D. Analisis Praktik <i>Flash Sale</i> menurut Undang-undang nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen.....	74

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	84
B. Saran-Saran .....	86

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **DOKUMENTASI**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## ABSTRAK

**Mimi Cantika NIM.21-02-0055 Judul Skripsi: “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)”.**

*Flash sale* merupakan salah satu strategi penjualan dalam e-commerce yang menarik perhatian konsumen melalui diskon terbatas dalam waktu singkat. Kreativitas dan strategi penawaran menjadi kunci utama dalam menarik minat pembeli di tengah persaingan yang semakin ketat. Di aplikasi Shopee, praktik *flash sale* sering ditemukan dengan penawaran produk yang sangat terbatas baik dari segi jumlah maupun waktu, sehingga menimbulkan unsur ketidakpastian bagi konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik *flash sale* pada platform e-commerce, khususnya aplikasi Shopee, ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Flash sale* merupakan strategi penjualan dengan diskon terbatas dalam waktu singkat yang menarik konsumen, namun juga menimbulkan risiko ketidakpastian dan potensi kerugian.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dengan mahasiswa sebagai konsumen, observasi terhadap praktik *flash sale* di aplikasi Shopee, serta kajian literatur terkait hukum ekonomi syariah dan perlindungan konsumen. Analisis dilakukan dengan mengkaji prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, dan larangan *gharar* (ketidakpastian), serta kesesuaian praktik *flash sale* dengan hak-hak konsumen yang diatur dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *flash sale* sering kali mengandung *gharar* dan ketidakpastian, misalnya informasi produk yang kurang jelas atau stok yang terbatas, namun sebagian besar platform berusaha memenuhi hak konsumen dengan menampilkan deskripsi produk dan kebijakan pengembalian barang. Dari perspektif hukum ekonomi syariah, praktik ini sah secara prinsip jika transaksi dilakukan secara jujur dan adil, tanpa menimbulkan penipuan atau kerugian yang signifikan bagi konsumen.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *flash sale* dapat diterapkan secara syariah dan sesuai Undang-undang Perlindungan Konsumen jika transparansi informasi, kejujuran penjual, dan perlindungan konsumen benar-benar diterapkan. Penulis menyarankan platform e-commerce untuk terus meningkatkan edukasi konsumen, serta memperjelas deskripsi produk agar transaksi lebih aman, adil, dan sesuai syariah.

**Kata kunci: *Flash sale*, E-Commerce, Hukum Ekonomi Syariah, Perlindungan Konsumen.**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman ditandai dengan peningkatan akses internet dan kemajuan teknologi komputer, telah mengubah pola belanja konsumen dari metode konvensional menjadi perilaku konsumen daring. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, persentase penduduk Indonesia usia lima tahun ke atas yang mengakses internet meningkat dari 66,48 persen pada tahun 2022 menjadi 69,21 persen pada tahun 2023.<sup>1</sup> Peningkatan ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia telah menjadikan internet sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari, termasuk dalam melakukan pembelian barang dan jasa secara daring. Selain itu, pada tahun 2023, sebesar 89,02 persen rumah tangga tercatat memiliki telepon seluler, sementara 18,06 persen memiliki perangkat computer. Data ini menunjukkan bahwa perangkat digital menjadi alat utama yang membantu masyarakat mengakses internet dan mempermudah mereka berbelanja secara online.

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) menjadi salah satu pendorong utama dalam perubahan perilaku konsumen tersebut. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Statistik *e-commerce* 2022, mayoritas pelaku usaha *e-commerce* merupakan usaha non-formal yang memanfaatkan internet, terutama melalui pesan instan dan media sosial, untuk menjual barang dan jasa. Metode pembayaran yang paling sering digunakan adalah *Cash On*

---

<sup>1</sup> Badan Pusat Statistik, 2024, *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2023*, h. 4.

*Delivery* (COD), dan sebagian besar usaha memiliki pendapatan di bawah Rp300 juta. Selain itu, jumlah usaha *e-commerce* di Indonesia terus mengalami peningkatan signifikan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022 terdapat sekitar 2,9 juta usaha *e-commerce* yang tersebar di berbagai wilayah, dengan konsentrasi terbanyak berada di Pulau Jawa.<sup>2</sup> Fakta ini menunjukkan bahwa *e-commerce* telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

Dengan internet yang semakin luas dan teknologi digital yang terus meningkat, perilaku konsumen Indonesia diperkirakan akan terus bergeser ke arah digital. Hal ini membuka peluang besar bagi pelaku bisnis untuk mengembangkan strategi pemasaran dan penjualan yang lebih efektif melalui platform digital.

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia dapat dikategorikan ke dalam beberapa model bisnis, berdasarkan cara interaksi dan alur transaksi antara penjual dan pembeli. Dua model yang paling umum dijumpai adalah *classified* dan *marketplace*. Model *classified* beroperasi sebagai platform iklan digital di mana penjual dan pembeli diperkenalkan, namun transaksi dilakukan di luar platform sering kali secara langsung atau menggunakan metode seperti COD (*Cash on Delivery*) tanpa dukungan sistem pembayaran atau logistik dari platform. Sebaliknya, model *marketplace* menyediakan ekosistem terpadu yang memfasilitasi seluruh proses jual beli secara online mulai dari penempatan produk, pembayaran, hingga pengiriman dan umumnya

---

<sup>2</sup> Badan Pusat Statistik, 2022, *Statistik E-commerce 2022*, h 15.

mengenaikan biaya layanan sebagai bentuk monetisasi.<sup>3</sup> Dalam kajian ini, fokus utama diarahkan pada model bisnis *marketplace*, yakni suatu platform digital yang berperan sebagai fasilitator transaksi jual beli secara daring (online) antara pihak penjual dan pembeli, tanpa memiliki inventarisasi barang secara langsung. Model ini memungkinkan pihak ketiga (penjual individu atau perusahaan) untuk menawarkan produk atau jasa kepada konsumen melalui satu sistem terpadu yang mencakup etalase digital, sistem pembayaran, layanan pengiriman, hingga penanganan keluhan pelanggan. Keunggulan utama dari model ini adalah kemampuannya untuk menjangkau pasar yang luas dengan efisiensi operasional yang tinggi, mengingat platform tidak perlu menanggung risiko logistik dan pengelolaan stok barang.

*Marketplace* digital merupakan platform yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu wadah daring tanpa keharusan mengelola stok barang secara langsung, sehingga model bisnis ini sangat diminati karena menawarkan efisiensi dan fleksibilitas. Keunggulan *marketplace* meliputi beragamnya pilihan produk dan penjual yang mempermudah konsumen dalam membandingkan harga dan kualitas, banyaknya promo seperti diskon dan cashback yang meningkatkan daya tarik belanja online, serta adanya sistem pembayaran *escrow* yang menjamin keamanan transaksi. Selain itu, *marketplace* memperluas jangkauan pasar hingga ke daerah terpencil dengan dukungan logistik yang terintegrasi dan program gratis ongkir, yang semakin memperkuat minat konsumen. Bagi pelaku usaha, khususnya UMKM,

---

<sup>3</sup> Samiono, B.E. (2017). *Analisis purchase intention pada e-commerce model C2C marketplace dan C2C classified*. *Al Hisbah: Jurnal Akuntansi Keuangan dan Syariah*, h. 29.

kehadiran *marketplace* mampu meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional melalui digitalisasi proses pemasaran dan penjualan.<sup>4</sup>

Salah satu strategi yang digunakan oleh *e-commerce* untuk meningkatkan jumlah pengunjung adalah melalui promosi penjualan (*sales promotion*) yang dilakukan lewat media sosial. Promosi ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka melakukan transaksi. Salah satu bentuk promosi yang cukup efektif adalah pemberian *loyalty gift* seperti *cashback*, voucher belanja, atau giveaway. Strategi ini dinilai mampu meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus memperluas jangkauan promosi karena seringkali konsumen ikut membagikan konten tersebut ke jejaring sosial mereka, sehingga eksposur terhadap brand atau toko pun meningkat.

Tujuan dari strategi promosi yang dilakukan *e-commerce* adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, menarik minat konsumen baru, serta mendorong pembelian berulang dari pelanggan yang sudah ada. Salah satu bentuk strategi tersebut adalah partisipasi rutin dalam event tahunan seperti Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas), di mana berbagai platform *e-commerce* menawarkan beragam promo menarik. Salah satu promo yang paling sering digunakan dalam momen seperti ini adalah *flash sale*. Strategi *flash sale* merupakan teknik pemasaran yang memberikan potongan harga besar dalam waktu sangat terbatas, dengan jumlah barang yang juga terbatas. Cara ini tidak hanya efektif dalam menciptakan kesan urgensi pada konsumen,

---

<sup>4</sup> ryani, N. & Fauzan, T. R.. *Pemasaran Digital Melalui Fitur Live pada Platform Marketplace terhadap Pengembangan Bisnis*, Jurnal Manajemen (2023), h. 121.

tetapi juga terbukti meningkatkan penjualan secara signifikan dalam waktu singkat.<sup>5</sup>

Strategi *flash sale* terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi publik dan menarik perhatian konsumen, sehingga banyak pelaku *e-commerce* di Indonesia menerapkannya. Karena dampaknya yang kuat, banyak *e-commerce* di Indonesia hanya menerapkan *flash sale* pada momen tertentu, agar kesan eksklusif dan langka tetap terjaga. Dengan cara ini, *flash sale* memberikan manfaat ganda: *e-commerce* meraih peningkatan penjualan dalam waktu singkat, sementara konsumen berpeluang memperoleh produk dengan harga yang jauh lebih terjangkau.<sup>6</sup>

Namun, di balik popularitasnya, *flash sale* menimbulkan sejumlah persoalan hukum dan etika. Banyak konsumen mengeluhkan produk yang tidak sesuai, keterlambatan pengiriman, hingga kesulitan pengembalian barang. Praktik ini juga menimbulkan kekhawatiran akan adanya unsur penipuan, ketidakjelasan informasi (*gharar*) seperti tidak disampaikannya informasi penting terkait produk, adanya cacat yang tidak diberitahukan, atau penyesatan konsumen (*tadlis*) kemunculan unsur SARA yang berpotensi menimbulkan konflik sosial, yang bertentangan dengan prinsip transparansi dan keadilan dalam hukum Islam.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> 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), h. 54.

<sup>6</sup> Nadya,. *Pengaruh Strategi Marketing Flash sale dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Impulse Buying pada Pengguna Shopee di Karawang*, (2023), h. 17.

<sup>7</sup> Abdul Hlmim Barkatullah, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce* (Yogyakarta: Nusamedia, 2021), h.75.

Salah satu keluhan yang paling sering muncul terkait *flash sale* adalah ketersediaan produk yang sangat terbatas atau bahkan tidak nyata. Banyak konsumen mengeluhkan produk *flash sale* yang cepat habis, meski mereka sudah mengakses aplikasi tepat waktu. Hal ini menimbulkan dugaan bahwa stok barang sangat terbatas atau bahkan tidak tersedia sama sekali. Ada juga kekhawatiran penggunaan bot oleh pihak tertentu untuk memborong produk. Selain itu, beberapa pelaku usaha diduga menerapkan diskon palsu (*false discount*), yaitu menaikkan harga semula agar diskon terlihat besar. Praktik-praktik ini dianggap menyesatkan dan merugikan konsumen.<sup>8</sup>

Beberapa pelaku usaha diduga menaikkan harga produk terlebih dahulu, lalu menurunkannya saat *flash sale* agar terlihat seperti potongan harga besar. Padahal, harga tersebut sering kali tidak jauh berbeda dari harga normal sebelum dinaikkan. Konsumen pun merasa tertipu karena diskon yang ditampilkan tidak mencerminkan potongan harga yang sebenarnya. Selain itu, banyak keluhan terkait kualitas produk yang tidak sesuai dengan informasi di laman penjualan. Dalam beberapa kasus, barang yang diterima berbeda dari foto, deskripsi, atau bahkan memiliki cacat dan spesifikasi yang tidak sesuai. Hal ini membuat konsumen merasa dirugikan karena tidak mendapatkan hak atas barang yang layak dan sesuai ekspektasi.<sup>9</sup>

Dalam praktik *flash sale*, pengalaman setiap konsumen dapat berbeda-beda, mulai dari yang merasa diuntungkan hingga yang mengalami

---

<sup>8</sup> Syaira Hafsha Tsabita & Muzakar Isa, "*Pengaruh Scarcity Promotion Pada Flash sale Terhadap Impulse Buying*," 2025, h.. 42

<sup>9</sup> Abdul Hlmim Barkatullah, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce* (Yogyakarta: Nusamedia, 2021), h. 86.

kekecewaan. Perbedaan ini biasanya dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas barang, kesesuaian dengan deskripsi produk, serta kejelasan informasi yang diberikan penjual. Untuk memahami lebih jauh, penulis melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa yang pernah mengikuti *flash sale*.

Salah satu contoh pengalaman nyata disampaikan oleh Afifah mahasiswa semester 2 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, yang mengaku pernah merasa kecewa setelah mengikuti *flash sale*. Barang yang ia pesan ternyata tidak sesuai dengan deskripsi yang ditampilkan di laman produk, baik dari segi kualitas maupun spesifikasinya.

*“Awalnya saya ikut flash sale karena tertarik dengan harganya yang jauh lebih murah dari biasanya. Saya memilih baju dengan warna merah, sesuai dengan yang ditampilkan di gambar. Tapi waktu barang datang, ternyata warnanya beda, yang dikirim justru orange terang. Padahal di deskripsi produknya jelas tertulis ‘merah’. Karena merasa tidak sesuai, saya akhirnya mengajukan pengembalian barang ke penjual.”<sup>10</sup>*

Merasa dirugikan, Afifah memutuskan untuk mengembalikan barang tersebut kepada penjual. Pengalaman ini memperkuat kekhawatiran bahwa konsumen sering kali menjadi pihak yang dirugikan dalam praktik *flash sale* yang kurang transparan.

Selain itu pengalan serupa juga dialami oleh Lia Mulyani semester 4:

*“Waktu itu saya ikut flash sale beli baju karena harganya murah banget dan kelihatan bagus di gambar. Tapi pas sampai, bahannya tipis banget dan beda sama yang di deskripsi. Padahal di keterangan katanya bahan tebal dan adem.”<sup>11</sup>*

---

<sup>10</sup> wawancara dengan Afifah Thahirah, mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah semester 2, pada 19 juni 2025.

<sup>11</sup> wawancara dengan Lia Mulyani, mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah semester 4, pada 21 juni 2025.

Lia tertarik mengikuti *flash sale* karena tergiur dengan harga murah dan tampilan produk yang menarik di aplikasi. Namun, setelah barang diterima, ia merasa kecewa karena bahan pakaian yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang dicantumkan penjual.

Pengalaman ini menambah gambaran bahwa dalam praktik *flash sale*, masalah ketidaksesuaian produk masih sering dialami konsumen. Hal ini menunjukkan perlunya pengawasan lebih ketat agar hak konsumen tetap terlindungi.

Dalam hukum positif Indonesia, perlindungan terhadap hak-hak konsumen telah diatur secara rinci dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 4 UU tersebut menyatakan bahwa “Setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.” Selain itu, Pasal 7 menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.<sup>12</sup>

Undang-undang ini bertujuan memberikan jaminan perlindungan agar konsumen tidak dirugikan oleh praktik perdagangan yang tidak adil, menyesatkan, atau merugikan. UU ini menjadi landasan utama dalam menjamin hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, keamanan produk, dan penyelesaian sengketa secara adil.<sup>13</sup> Namun, perkembangan pesat

---

<sup>12</sup> Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 dan Pasal 7

<sup>13</sup> Simamora, H. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers (2016), h. 45.

transaksi digital menimbulkan tantangan baru bagi efektivitas perlindungan konsumen tersebut. transaksi digital yang dilakukan di berbagai platform online kerap sulit diawasi, terutama karena adanya anonimitas pelaku usaha dan rendahnya literasi digital konsumen, sehingga penegakan hukum atas pelanggaran dalam perdagangan elektronik belum optimal<sup>14</sup>. Oleh sebab itu, diperlukan regulasi yang adaptif dan pengawasan yang lebih ketat untuk menjamin hak konsumen tetap terlindungi di era digital.

Sementara itu, dalam Hukum Ekonomi Syariah dijelaskan, transaksi jual beli merupakan *akad muamalah* yang harus memenuhi prinsip keadilan, kejujuran, dan keterbukaan informasi. Islam sangat menekankan bahwa transaksi harus dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak (*an-taraḍin*) serta bebas dari unsur penipuan (*tadlis*) dan ketidakpastian (*gharar*). Keabsahan akad dalam Islam sangat ditentukan oleh kejelasan objek akad, informasi yang transparan, serta kejujuran pelaku usaha dalam menawarkan produknya<sup>15</sup>. Dalam praktik *flash sale*, seringkali ditemukan manipulasi informasi, seperti penurunan harga palsu atau keterbatasan stok yang tidak diinformasikan secara jelas kepada konsumen. Ini menunjukkan adanya potensi pelanggaran terhadap prinsip keadilan dan keterbukaan yang diatur dalam hukum Islam.

Jual beli yang mengandung *gharar* atau penipuan termasuk dalam kategori jual beli yang dilarang, karena merugikan salah satu pihak. Jika penjual

---

<sup>14</sup> Sari, D. & Nugroho, A. "Perlindungan Konsumen dalam Perdagangan Elektronik di Indonesia." *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, (2020), h. 120.

<sup>15</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.123.

menyembunyikan kekurangan barang atau memanipulasi harga untuk menarik minat pembeli, maka praktik tersebut dapat menyebabkan ketidakadilan dalam akad. Dalam Islam juga menjelaskan bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan secara tidak jujur dan menyesatkan tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga bertentangan dengan nilai-nilai spiritual dan tanggung jawab moral seorang Muslim dalam bermuamalah.<sup>16</sup> Oleh karena itu, meninjau ulang praktik *flash sale* dari sisi hukum Islam menjadi penting agar kegiatan jual beli di ranah digital tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang menjamin keadilan dan perlindungan bagi semua pihak.

Berdasarkan hal tersebut, penulis merasa perlu melakukan penelitian mengenai tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap praktik *flash sale* di *e-commerce*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai perlindungan konsumen dalam era perdagangan digital modern.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan yang diambil dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana praktik *Flash sale E-commerce* pada aplikasi *Shopee* oleh mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAIN Mandailing Natal?
2. Bagaimana praktik *Flash sale E-commerce* pada aplikasi *Shopee* ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah?

---

<sup>16</sup> Didin Hafidhuddin, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2007, h, 85.

3. Bagaimana Perlindungan hukum terhadap konsumen pengguna *Flash sale E-commerce* pada aplikasi *Shopee* ditinjau dari dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

### **C. Tujuan penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana praktik *Flash sale E-commerce* pada aplikasi *Shopee* oleh mahasiswa prodi HES STAIN Mandailing Natal
2. Untuk mengetahui bagaimana praktik *Flash sale E-commerce* pada aplikasi *Shopee* ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah.
3. Untuk mengetahui bagaimana Perlindungan hukum terhadap konsumen pengguna *Flash sale E-commerce* pada aplikasi *Shopee* ditinjau dari dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

### **D. Manfaat**

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka manfaat yang ingin dicapai adalah:

1. Penelitian ini bertujuan untuk menambah khazanah ilmu dalam bidang hukum perlindungan konsumen dan hukum ekonomi syariah, khususnya terkait praktik *flash sale* di *e-commerce*. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi referensi akademik bagi studi selanjutnya yang membahas perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Menjadi referensi akademik untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi digital berbasis *e-commerce*.

2. Memberikan pemahaman kepada masyarakat, khususnya konsumen, mengenai hak-hak yang dimiliki dalam transaksi *flash sale* di *e-commerce*. Memberikan panduan kepada pelaku usaha agar menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen dan etika bisnis dalam Islam. Meningkatkan kesadaran hukum baik dari sisi pelaku usaha maupun konsumen agar tercipta transaksi elektronik yang adil, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai hukum Islam.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan judul yang peneliti angkat, maka peneliti juga menggali informasi sebagai bahan pertimbangan dan acuan dari skripsi terdahulu untuk mendukung penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Nurma Haliza Diputri (2023) dengan Judul: “*Sistem Jual Beli Flash sale pada E-commerce Tokopedia Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam*” Penelitian ini dilakukan di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.<sup>17</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji praktik sistem *flash sale* pada platform Tokopedia ditinjau dari perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem *flash sale* berpotensi mengandung unsur *gharar* dan *tadlis*, terutama jika informasi barang tidak dijelaskan secara transparan. Penulis menekankan pentingnya

---

<sup>17</sup> 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.

perlindungan konsumen serta pemenuhan prinsip keadilan dalam jual beli menurut syariah. Adapun persamaan kedua penelitian ini sama-sama menyoroti praktik *flash sale* dalam *e-commerce*. Dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai dasar analisis. Adapun perbedaannya, Penelitian Nurma menyoroti aspek *gharar* dan *tadlis* lebih kuat, Sedangkan penelitian ini fokus pada apakah aturan jual beli (akad) dalam *flash sale* di Shopee sudah sesuai hukum, terutama dari Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penelitian juga menilai bagaimana perlindungan konsumen dijalankan secara adil dan transparan sesuai prinsip syariah dan peraturan yang berlaku.

2. Penelitian oleh Ahyar Azhari Lubis (2021) berjudul “*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Analisis UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Akad Konveksi Musly Group*”. Penelitian ini dilakukan di STAIN Mandailing Natal<sup>18</sup>. Penelitian ini membahas akad antara konsumen dan pelaku usaha (Musly Group) dalam praktik bisnis konveksi. Fokus utamanya adalah menganalisis keabsahan akad dari perspektif hukum ekonomi syariah, serta bagaimana pelaksanaan akad tersebut berkaitan dengan perlindungan konsumen berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999. Persamaan kedua penelitian ini yakni sama-sama menggunakan kerangka hukum ekonomi syariah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Tujuan keduanya juga serupa, yaitu menilai

---

<sup>18</sup> 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.

praktik bisnis dari dua sudut hukum tersebut dan melihat dampaknya terhadap konsumen. Adapun perbedaannya Penelitian Ahyar Azhari Lubis terbatas pada satu perusahaan konveksi, sedangkan penelitian ini lebih luas karena membahas fenomena *flash sale* yang banyak terjadi di ranah digital. Dari segi praktik, penelitian terdahulu fokus pada akad atau perjanjian bisnis, sementara penelitian ini lebih menyoroti strategi promosi *flash sale* dalam *e-commerce*, dengan data diperoleh melalui wawancara mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah (HES) sebagai responden yang memahami praktik tersebut..

3. Penelitian oleh Sri Utami (2023) berjudul “*Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-commerce pada Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Maqashid Syariah*”<sup>19</sup>. Penelitian ini dilakukan di STAIN Mandailing Natal. Penelitian ini membahas bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online di aplikasi *Shopee* ditinjau dari maqashid syariah. Fokus utamanya adalah menilai sejauh mana praktik *e-commerce* di *Shopee* selaras dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam Islam. Persamaan kedua penelitian ini yakni sama-sama membahas perlindungan konsumen dalam transaksi di platform *Shopee* dan menggunakan pendekatan hukum Islam. Tujuan keduanya juga sejalan, yaitu untuk menilai apakah praktik dalam *e-commerce* sudah sesuai dengan prinsip-prinsip hukum yang melindungi konsumen. Adapun perbedaannya, penelitian Sri Utami menggunakan

---

<sup>19</sup> Sri Utami, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-commerce pada Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Maqashid Syariah*, STAIN Mandailing Natal, 2023.

pendekatan *maqashid syariah* secara umum, sedangkan penelitian ini menggunakan hukum ekonomi syariah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, penelitian ini lebih spesifik membahas praktik *flash sale* dan dilakukan dengan studi kasus pada mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAIN Mandailing Natal.

4. Penelitian oleh Melda Sari (2021) berjudul “*Perlindungan Hak Konsumen terhadap Jual Beli Online (E-commerce) Menurut Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Suru-Suru All Delivery)*”<sup>20</sup>. Penelitian ini dilakukan di STAIN Mandailing Natal. Penelitian ini meneliti praktik jual beli online melalui platform Suru-Suru All Delivery dengan fokus pada bagaimana hak-hak konsumen dilindungi berdasarkan prinsip etika bisnis syariah. Penelitian ini menilai sejauh mana pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis sesuai dengan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab yang merupakan bagian dari etika bisnis Islam. Persamaan penelitian ini terletak pada kesamaan objek, yaitu jual beli online dan sama-sama menggunakan pendekatan hukum Islam dalam menilai praktik *e-commerce*. Keduanya juga memiliki tujuan yang serupa, yaitu menilai kesesuaian praktik bisnis terhadap prinsip-prinsip perlindungan konsumen. Adapun perbedaannya, penelitian Melda Sari menggunakan pendekatan etika bisnis syariah dan berfokus pada satu platform lokal (Suru-Suru All Delivery), sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan hukum

---

<sup>20</sup> Melda Sari *Perlindungan Hak Konsumen terhadap Jual Beli Online (E-commerce) Menurut Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Suru-Suru All Delivery)*, STAIN MandailingNatal, 2021.

ekonomi syariah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta membahas praktik *flash sale* yang terjadi di platform *E-commerce* nasional yaitu *Shopee*.

#### **F. Sistematika penulisan**

Guna memperjelas penulisan skripsi ini yang berjudul Tinjauan Hukum Islam dan Undang-undang Perlindungan konsumen nomor 8 tahun 1999, maka sistematika penulisan skripsi yang dimaksud terdiri dari 5 bab yaitu:

BAB I berisi Pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, , serta sistematika penulisan skripsi ini.

BAB II berisi Tinjauan umum tentang *Flash sale* dan *e-commerce*. jual beli online ditinjau dari hukum ekonomi syariah dan undang-undang no. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

BAB III Metode Penelitian bab ini membahas tentang jenis penelitian, sifat penelitian, pendekatan penelitian, Teknik pengumpulan data, dan Teknik analisis data.

BAB IV analisis terhadap praktik *flash sale* ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta bagaimana praktik *flash sale e-commerce* pada aplikasi *shopee* oleh mahasiswa prodi HES STAIN Mandailing Natal. Analisis penelitian ini dilakukan di lingkungan kampus STAIN Mandailing Natal sebagai bentuk studi terhadap pemahaman dan respons mahasiswa terhadap praktik *flash sale* yang marak terjadi di platform *e-commerce*.

BAB V berisi Penutup yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat diberikan untuk perbaikan praktik *flash sale* agar sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen dalam hukum Islam dan hukum nasional.