

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PROMO
FLASH SALE HEWAN KURBAN
(Studi Kasus di Lembaga Human Intiative)**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Guna Memenuhi Gelar Sarjana S1



Disusun oleh:
Mohammad Izza Naufal (1802036122)

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
2022**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Semarang Telp/Fax. (024) 7601291
Semarang 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi An. Sdr. Mohammad Izza Naufal

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Walisongo
di - Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudara :

Nama : Mohammad Izza Naufal

NIM : 1802036122

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HES)

Judul Skripsi : **"TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PROMO
FLASH SALE HEWAN KURBAN
(Studi Kasus di Lembaga Human Initiative)**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 04 Desember 2022
Pembimbing I,

Dr. H. Maksun, MAg.
NIP. 196805151993031002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Semarang Telp/Fax. (024) 7601291 Semarang
50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi An. Sdr. Mohammad Izza Naufal
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Walisongo
di - Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudara :

Nama : Mohammad Izza Naufal

NIM : 1802036122

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HES)

Judul Skripsi **"TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PROMO
FLASH SALE HEWAN KURBAN
(Studi Kasus di Lembaga Human Initiative)**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 05 Desember 2022
Pembimbing II,

Muhammad Ichrom, M.S.I.
NIP. 1968409162019031003

MOTTO

وَعَسَىٰ أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا
شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

Boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui. (Q.S Al-Baqarah ;216)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur alhamdulillah Kepada Allah SWT. Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam tak lupa saya haturkan kepada Nabi panutan kita semua Nabi Muhammad SAW yang telah menyelamatkan umat manusia dari kegelapan

Sebagai rasa cinta dan tanda terimakasih, penulisan Skripsi ini penulis ingin mempersembahkan kepada:

1. Wali studi saya Bapak Dr. H. Mashudi, M.Ag yang telah membimbing dan mengarahkan saya dari awal masuk kuliah hingga lulus.
2. Dosen pembimbing Bapak Muhammad Ichrom, M.S.I., dan Bapak Drs., H. Maksun, M.Ag., yang telah berkenan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta kesabaran dalam memberikan arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi.
3. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah Bapak Supangat, M.Ag serta Sekretaris Prodi Bapak Saifuddin M. H yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalaman selama berkuliah.
4. Kedua orang tua saya. Bapak Muhammad Rofi'i dan Ibu Siti Mardiyah yang selalu memberikan cnita dan kasih sayangnya serta tak pernah lelah untuk mendoakan, memberi dukunagan, bimbingan, serta kepercayaan dalam setiap langkah di kehidupan.

5. Teman-teman seperjuangan HES angkatan 2018 yang telah menjadi wadah untuk bersama-sama berjuang mencari ilmu.
6. Untuk diri sendiri terimakasih telah mau berjuang dan bertahan sejauh ini, dengan melawan segala ego dan mood yang tidak menentu selama penulisan skripsi.
7. Almamater tercinta UIN Walisongo yang memberiku ilmu dan pengalaman serta bekal dalam menggapai cita-cita dan impianku.
8. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah mendukung dan membantu terselesaikannya skripsi ini.

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mohammad Izza Naufal

NIM : 182036122

Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Syariah dan Hukum

Program Studi : S1

Judul Skripsi : **“TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PROMO *FLASH SALE* HEWAN KURBAN (Studi Kasus di Lembaga Human Intiative)”**

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai rujukan.

Semarang, 01 Desember 2022

Mohammad Izza Naufal
NIM.1802036122

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No.158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang sudah diserap kedalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap kedalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistic atau kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
س	Sa	S	Es (dengan titik

			di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zei (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	S	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dal	D	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	T	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik dibawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
a = ا		ā = آ
i = اِ	ai = اِي	ī = اِيّ
u = اُ	au = اُو	ū = اُوّ

3. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh: مَرَأَةٌ جَمِيلَةٌ ditulis *mar'atun jamilah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh: فَاطِمَةٌ ditulis *fatimah*

4. Syaddad (tasydid geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh: رَبَّنَا ditulis *rabbana* الْبِرُّ ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشَّمْسِ Ditulis *Asy-syamsu*

الرَّجُلِ Ditulis *Ar-rojulu*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata

yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang

Contoh:

القَمَرُ Ditulis Al-Qomaru

الْبَيْعُ Ditulis Al-Badi'u

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan akan tetapi jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof '/'

Contoh:

أَمْرٌ Ditulis Umirtu

شَيْءٌ Ditulis Syaiu

ABSTRAK

Jual beli *as-salam* merupakan sesuatu penjualan dengan memiliki kriteria tertentu yang masih berada dalam tanggungan dengan pembayaran yang disegerakan. *Flash sale* hewan kurban merupakan promo yang memberikan penawaran eksklusif untuk jangka waktu terbatas. Dalam melakukan transaksi jual beli dengan promo *flash sale* kurang begitu memperhatikan rukun dan syarat jual beli *as-salam*, misalnya, harga yang semestinya dilakukan diawal transaksi dilakukan dengan cara memberikan uang muka harga harus dinyatakan jelas namun praktiknya tidak dinyatakan dengan jelas atau hanya dinyatakan dengan perkiraan dan pembatalan akad yang menyebabkan kerugian salah satu pihak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mekanisme promo *flash sale* hewan kurban pada Lembaga Human Intiative, dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap promo *flash sale* hewan kurban pada Lembaga Human Intiative.

Adapun jenis penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis deskriptif.

Penelitian ini menghasilkan dua temuan. *Pertama*, mekanisme akad dalam jual beli promo *flash sale* hewan kurban di Human Intiative sudah sesuai dengan hukum Islam karena syarat pembayarannya terpenuhi. *Kedua*, kesepakatan harga dalam promo *flash sale* hewan penetapan harga dijelaskan diawal, namun lain halnya dengan harga yang diberikan menggunakan perkiraan yang bisa berubah sewaktu-waktu karena adanya syarat mendapatkannya. Maka dalam hal ini tidak sesuai dengan hukum Islam.

Kata Kunci: Promo, Flash Sale, Hukum Islam

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah *robbil'alamin*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan Judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Promo Flash Sale Hewan Kurban (Studi Kasus Di lembaga Human Intiative)” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, beserta para pengikutnya.

Dalam penulisan ini tentunya tidak luput dari berbagai kesalahan yang dihadapi, tetapi berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak bimbingan, bantuan dan dorongan, baik bersifat moral, material, maupun spiritual. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Drs, H. Maksun, M.Ag., selaku Pembimbing I dan Bapak Mohammad Ichrom M.S.I, selaku Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta kesabaran dalam memberikan arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi dan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan Skripsi ini masih jauh dari kaa sempurna, baik secara materi maupun penulisan. Maka bagia siapa saja yang membaca penulis mengharapkan kritik dan saran supaya tulisan ini menjadi lebih baik. Kemudian diharapkan pula semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca yang budiman. *Amin ya robbal alamin.*

Semarang, 01 Desember 2022

Mohammad Izza Naufal
NIM.1802036122

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	11
D. Kajian Pustaka	12
E. Metodologi Penelitian	14
F. Sistematika Penuisan Penelitian	22
BAB II	24
TINJAUAN UMUM TENTANG JUAL BELI SALAM DAN KONSEP HARGA	24
A. Pengertian Jual Beli Salam	24
1. Dasar Hukum Jual Beli Salam	25
2. Rukun dan Syarat Jual Beli Salam	28
3. Syarat Jual Beli Salam	30
4. Kaitan as-salam pada flash sale kurban	33
5. Khiyar	34
B. Konsep Harga Menurut Perspektif Ekonomi Islam ..	40
1. Pengertian Harga	41
2. Dasar Hukum Islam	45
3. Konsep Harga Yang Adil Dalam Islam	47
4. Pengertian Promo	51
5. Tujuan Promo	53
6. Hukum Promosi Penjualan	56
7. Flash Sale	58
BAB III	64

PRAKTIK JUAL BELI PROMO <i>FLASH SALE</i> HEWAN KURBAN DI LEMBAGA HUMAN INTIATIVE	64
A. Profil Dan Sejarah Human Intiative	64
B. Visi dan Misi Lembaga Human Initiative.....	67
C. Struktur Organisasi Human Initiative.....	68
D. Kegiatan Umum Perusahaan	69
E. Praktik Jual Beli <i>Flash Sale</i> Hewan Kurban di Human Intiative.....	71
F. Sistem Penetapan Harga Dalam Pelaksanaan <i>Flash Sale</i> Kurban 1/7 Sapi.....	75
BAB IV	81
ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTEK PROMO FLASH SALE PADA JUAL BELI HEWAN KURBAN.....	81
A. Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem <i>Flash Sale</i> Hewan Kurban	81
B. Analisis Hukum Islam Terhadap Ketetapan Harga Dalam Promo <i>Flash Sale</i> Hewan Kurban.....	90
BAB V.....	96
PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang sempurna yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, baik akidah, ibadah, akhlak, maupun muamalah. Islam mengajarkan berbagai sifat yang harus dimiliki oleh setiap manusia. Salah satunya adalah rasa syukur dan apabila kita perhatikan bahwa islam mendorong umatnya untuk bersyukur dalam suatu kegiatan yaitu dengan berkorban. Dengan berkorban kita hendaknya menyadari bahwa kenikmatan hidup yang kita terima dari Allah Swt tidak terhitung banyaknya. Adanya hari raya kurban dan hari-hari Tasyrik mensyariatkan adanya kewajiban bermasyarakat bagi setiap muslim sebagai realisasi kebersamaan dalam ukhuwah islamiyah.¹

Hari seyogyanya setiap umat muslim berupaya untuk ikut berkorban sesuai kemampuannya. Akan tetapi setiap yang dinamakan kurban diterima Allah karena nilai suatu pengurbanan tidaklah ditentukan atau diukur dengan harganya, bentuk barangnya atau jumlahnya, tetapi pengurbanan diterima berdasarkan niat, keikhlasan dan kelayakan yang berimbang sesuai dengan kemampuannya dan semata-mata melaksanakan taqwa kepada Allah Swt.

¹Wahbah Az-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu* (Dimsiyiq: Dar al-fikr,1998) juz . 3

Orang Islam yang melaksanakan ibadah kurban akan mendapat manfaat (*fadhilah*), salah satunya hewan kurban akan mendatangi orang yang mengorbankannya di hari kiamat dan akan menjadi kendaraanya. Allah telah menyebutkan perintah dan keutamaanya dalam Surah Al-Kautsar 1-3.²

إِنَّا أَنْعَمْنَا عَلَيْكَ الْكَوْثَرَ فَصَلِّ لِرَبِّكَ وَأَنْحَرْ إِنَّ شَانَكَ
هُوَ الْأَبْتَرُ

“Sungguh, Kami telah memberimu (Muhammad) nikmat yang banyak.” “Maka laksanakanlah salat karena Tuhanmu, dan berkurbanlah (sebagai ibadah dan mendekatkan diri kepada Allah).” Sungguh, orang-orang yang membencimu dialah yang terputus (dari rahmat Allah).” (QS. Al-Kautsar [105]:1-3)

Adapun berkurban yang dimaksud dalam surah Al-Kautsar yaitu menyembelih hewan kurban dan mensyukuri nikmat karena Allah bernikmat yang banyak, agar hamba-hambanya selalu bersyukur dan tidak kufur (mengingkari) nikmat yang telah Allah berikan kepada hamba-hambanya. Adanya ibadah kurban umat Islam diharapkan mengingat akan kepatuhan Nabi Ibrahim kepada Sang Khaliq sekalipun perintah itu berupa penyembelihan anak yang sangat dicintainya. Kurban merupakan syiar yang nyata, dimana orang yang mampu seharusnya senantiasa

²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. 286.

melaksanakannya. Sedangkan untuk hukumnya adalah sennah muakkadah.³

Manusia dalam menjalani hidupnya selalu dituntut dan diburu oleh kebutuhan-kebutuhan guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk melakukan itu semua, mereka melakukan upaya dan usaha dengan bekerja (bertani, bisnis, pegawai,dll), supaya tidak terjadi pelanggaran atau keserakahan yang berlebihan dalam memenuhi keperluan atau kebutuhannya, perlu adanya penerapan aturan yang mengatur dan menjaga tentang pemenuhan kebutuhan ini. Prinsip ini sesuai dengan muamalah yang menyebutkan dan menjelaskan jika segala bentuk aspek muamalah boleh kecuali yang telah ditentukan oleh al-Qur'an dan as-Sunnah. Dasar perekonomian Islam sesungguhnya sangat melarang pelanggaran riba serta jual beli yang bertentangan dengan kaidah atau aturan. Selain itu dalam al-Qur'an juga banyak menyebutkan larangan untuk berbuat garar, zalim, batil, penimbunan, dan nilai lainnya yang merugikan orang lain dalam kegiatan ekonomi.⁴

Teknologi dari masa ke masa mengalami perkembangan dan kemajuan yang sangat pesat dengan adanya bantuan internet. Dalam konteks ini, Islam memuat dasar dan prinsip yang mengatur persoalan muamalat yang dihadapi dalam kehidupan yang terjadi di sekarang ini.

³ Abdul Rahmat Ghazaly et al, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Gruop, 2010),

⁴ Abdul Rahmat Ghazaly et al,146

Dewasa ini jual beli semakin berkembang pesat seiring perkembangan zaman seperti jual beli online. Jual beli sendiri telah diatur sedemikian rupa oleh Allah sehingga jual beli saat ini dipermudah dengan adanya *e-commerce* berbasis *marketplace* yang di bekali dengan nilai etik, moral, susila atau akhlak dan perilaku orang islam yang diarahkan serta dikendalikan dengan al-Qur'an dan hadis sebagai nilai sendi kehidupan termasuk dalam bisnis.⁵

Semakin maraknya perkembangan industri banyak pebisnis maupun dari masyarakat memanfaatkan internet sebagai sarana aktivitas setiap hari. Internet kini sudah merambah menjadi kebutuhan manusia karena kegunaanya yang praktis dan evisien. Dalam memenuhi kebutuhan seperti halnya jual beli juga memanfaatkan *e-commerce* yang memanfaatkan media elektronik sebagai sarana perdagangan baik melalui televise, internet, www, atau jaringan computer lainnya.⁶

Jual beli adalah tukar menukar barang dengan maksud untuk saling memiliki. Jual beli merupakan akad antara penjual dan pembeli yang menyebabkan berpindahnya kepemilikan objek yang dipertukarkan (barang dan harga). Akad jual beli harus dinyatakan secara jelas dan tegas dan serta dimengerti dan dipahami dengan baik oleh keduanya.

⁵Ali Hasan, "*Manajemen Bisnis Syariah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*". (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009) 172

⁶Deni Apriadi dan Arie Yadi Saputra, *E-commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian*, Jurnal Resti (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi) Vol.1 No.2 (2017).

Pembeli dan penjual berupa individu baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum, kemudian terkait nilai dan harga pembayaran barang yang diperjualbelikan harus dinyatakan secara pasti pada saat akad dan pembayaran harga.⁷

Orang yang melakukan kegiatan jual beli harus berdasarkan pada prinsip dasar suka sama suka antara penjual dan pembeli, dalam hal ini bertolak ukur pada kejujuran, kepercayaan dan ketulusan. Akan tetapi yang terjadi pada saat ini masyarakat sering meremehkan batasan syariat dalam praktik jual beli, sehingga sebagian besar praktik jual beli yang terjadi dimasyarakat dipenuhi dengan unsur kezaliman dan penipuan. Dalam Islam transaksi jual beli ini telah ditegaskan tentang kebolehan dan hal-hal yang dilarang dalam transaksi tersebut. Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba dan segala bentuk transaksi jual beli yang mengandung unsur gharar.

Dalam fiqh muamalah, salah satu bentuk ketidakjelasan dalam transaksi jual beli disebut dengan istilah gharar. *Gharar* berarti suatu manifestasi yang menimbulkan kerusakan, atau sesuatu yang tampaknya menyenangkan, namun memunculkan kebencian. Transaksi yang terdapat unsur *gharar* dipandang sebagai transaksi yang tidak benar, dan haram untuk dilaksanakan. *Gharar* merupakan situasi dengan penuh ketidakpastian

⁷ Musafa'ah Suqiyah. dkk, *Hukum Ekonomi Dan Bisnis Islam I*, (Surabaya: IAIN SA Press, 2013), 61.

yang terjadi pada pihak-pihak yang bertransaksi. Ketidakpastian ini menyangkut kualitas, harga, maupun waktu terjadinya transaksi.⁸

Promosi merupakan aspek yang paling penting dalam sebuah manajemen pemasaran karena sebagai sarana komunikasi antara produsen dan konsumen. Ada beberapa hal yang perlu diingat ketika merancang strategi promosi yang tentunya dapat mengembangkan penjualan suatu perusahaan, yaitu target pasar harus diperjelas agar segmentasi dapat difokuskan pada sumber daya yang telah disiapkan, kejelasan produk yang ditawarkan dalam desain dan promosi yang menarik untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang dapat dicapai dalam jangka panjang. Promosi yang dilakukan dalam rangka pemasaran dalam menarik konsumen untuk membeli produk yang dijual.

Sistem promosi yang terkenal yaitu dengan menggunakan sistem potongan harga/*discount*. Potongan harga diberikan kepada pembeli saat melakukan pembelian barang atau jasa. Program *flash sale* menawarkan diskon harga pada suatu produk yang terbatas dalam waktu jangka pendek. Demikian juga dengan program *flash sale* kurban. Program *flash sale* ini dapat menguntungkan konsumen dengan menawarkan harga yang lebih murah melalui

⁸Hendi Suhendi, *fiqih muammalah*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2002). 64.

potongan biaya pengiriman, biaya perawatan, serta dapat merasakan kemanfaatannya.⁹

Sering berjalanya waktu praktik jual beli saat ini tidak hanya dilakukan di pasar tradisional saja, melainkan di zaman modern seperti saat ini praktik jual beli telah banyak dilakukan oleh lembaga sosial atau masyarakat umum dengan sistem perbelanjaan. Umumnya didalam lembaga sosial selalu menyediakan wadah bagi siapapun yang ingin membantu sesama. Selain itu dalam lembaga sosial juga menarik para donatur-donaturnya yang terkadang membantu melakukan promo atau harga murah. Sistem promo yang dilakukan oleh Lembaga Human Intiative tujuanya untuk menyalurkan hewan kurban ke pelosok terpencil serta wilayah yang sedang dilanda bencana alam dan krisis kemanusiaan.¹⁰

Flash sale adalah program promosi yang memberikan konsumen kesempatan membeli produk dengan harga yang lebih murah daripada harga biasanya dalam batasan durasi waktu tertentu. Jika *flash sale* ini dipraktikkan dalam kurban, artinya promo itu diberikan oleh lembaga pengelola dan penyalur kurban kepada para calon pembeli yang membeli kurban jauh sebelum hari raya Idul Adha. Program *flash sale* hewan kurban yang

⁹Abdullah Siddik al-Haji, *Inti Dasar Hukum Dagang Islam* (Jakarta: Balai Pustaka, 1993), 17

¹⁰ Munir Salim, *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*, Al-Daulah, Vol. 6, No. 2, Desember 2017, 378

diselenggarakan oleh Human Initiative dimana pembeli mendapatkan potongan harga pada waktu yang telah ditentukan.

Adanya sistem potongan harga sangat menarik masyarakat untuk membeli suatu hewan kurban karena harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Praktik *flash sale* merupakan salah satu solusi pada zaman modern ini dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, meskipun karakteristik dari *e-commerce* yang digunakan masih diterapkan secara umum.

Flash sale sendiri merupakan sistem penjualan dalam dunia *e-commerce*, di mana konsepnya akan memberikan tawaran harga yang lebih rendah (diskon), tetapi penjualan ini hanya berlaku dalam jangka waktu yang sudah ditentukan. Dalam *flash sale* tersebut telah ditentukan waktu dan jumlah produk (stock). Dengan produk yang murah tetapi dibatasi oleh waktu dan jumlah produk, maka ini akan membuat penjualan semakin tinggi.¹¹

Salah satu strategi Human Initiative dalam meningkatkan pembelian konsumen pada suatu produk, setiap momentum hari raya Idul Adha melakukan sentra lapak jual beli hewan kurban. Untuk Membantu masyarakat agar dapat berqurban dengan mudah dan ringan, human initiative mengadakan program *flash sale* kurban. Salah satu promo yang ditawarkan yaitu *flash sale*

¹¹Munir Salim, *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*, 380.

kurban. Dalam jual beli *flash sale* hewan kurban sendiri konsumen mendapatkan potongan harga berdasarkan syarat. Dimana syarat tersebut yaitu konsumen sudah terdaftar dalam anggota yang telah ditentukan. Dengan kata lain, syarat untuk mendapat potongan harga harus sudah terdaftar sebagai anggota serta telah membayarkannya diawal. Lalu konsumen dapat mendapat potongan harga yang telah ditentukan. Selain itu dalam program *flash sale* kurban ini telah menentukan total kebutuhan yang harus dicapai, dimana secara otomatis, anggota yang telah terdaftar diharuskan untuk mengajak orang lain untuk ikut serta kedalamnya guna mencapai target yang telah ditentukan.

Promo yang dilakukan oleh Lembaga Human Intiative sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan tidak menipu konsumennya, sebagai contoh pada catalog yang tertulis pada promo *flash sale* kurban 1/7 sapi yang sebelumnya seharga 1.770.000 menjadi 1.550.000. Mulai dari tanggal 18-31 Mei 2022. Dalam catalog tersebut, ditemukan ketika sudah berakhirnya waktu yang ditentukan maka promonya akan ditetapkan. Namun, pada kenyataannya, sistem promo yang diterapkan oleh lembaga Human Intiative mengandung *gharar* atau ketidak jelasan yaitu dalam penetapan harga, dimana apabila promo tidak

berlaku maka biaya yang sudah dibayarkan diawal diharuskan untuk menambahkan biaya kekuranganya.¹²

Kata *flash sale* ini seakan menghipnotis masyarakat untuk ikut berkorban, karena besarnya potongan harga yang ditawarkan dapat mempengaruhi pembeli untuk ikut berkorban, dalam hal ini pada saat pembelian hewan kurban, terlebih besarnya promo harga sampai menggiurkan masyarakat untuk membeli barang tersebut. Selain itu, pembeli mendapat kesempatan bergabung dalam program penjualan untuk meraih keuntungan dengan cara memasarkan kepada orang-orang terdekat, terlebih penjual menyediakan bonus bagi pembeli yang dapat meyakinkan pihak lain untuk ikut berkorban yang nantinya bonus tersebut dijadikan sedekah. Apabila pembelian hewan kurban merupakan syarat untuk dapat mendapat potongan harga, tujuan utama orang yang membeli hewan kurban adalah untuk ikut meraih diskon yang telah dijanjikan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih lanjut mengenai penjualan hewan kurban. Oleh sebab itulah penulis ingin menganalisis judul mengenai **“TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PROMO *FLASH SALE* HEWAN KURBAN”**.
(Studi Kasus di Lembaga Human Intiative)

¹² Hasil wawancara dengan Hanif Saputra, staff administrasi Human Intiative

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka perlu adanya rumusan masalah atau fokus permasalahan yang akan dibahas nanti. Adapun yang menjadi pokok permasalahannya yaitu:

1. Bagaimana ketentuan promo *flash sale* hewan kurban pada Lembaga Human Initiative?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap promo *flash Sale* hewan kurban pada Lembaga Human Initiative?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan dilakukan penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui bagaimana sistem promo *flash sale* yang diterapkan oleh Human Initiative
2. Mengetahui bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap sistem promo *flash sale* yang dilaksanakan oleh Human Initiative.

Adapun manfaat dari penulisan ini diantaranya sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Menambah keilmuan bagi para pengemban ilmu hukum ekonomi syariah. Sebagai referensi penelitian serupa dimasa depan serta dapat dikembangkan lebih lanjut agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan perkembangan zaman.

b. Manfaat Praktis

Bagi peneliti, manfaat dari penelitian ini yaitu untuk menambah pengetahuan mengenai tentang sistem *flash sale* hewan kurban dan sebagaipemenuhan syarat

dalam memperoleh gelar sarjana hukum (S.H)
Universitas Negri Islam UIN Walisongo Semarang

D. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan di seputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada. Berdasarkan deskripsi tersebut, posisi penelitian yang akan dilakukan harus dijelaskan.

Pertama, Juwanto Edy Saputro yang Berjudul "Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah" Fakultas Syari'ah, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro.¹³ Diskon yang dibahas yaitu terhadap barang yang didiskon dalam pelaksanaan jual beli di pasar Cendrawasih Kota Metro merupakan barang yang tidak laku atau berkualitas jelek, barang yang didiskon telah berumur tahunan ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah. Penulis kaji yaitu sistem promo *flash sale* dimana pembeli mendapat kesempatan mendapatkan harga murah dengan syarat target yang ditentukan telah tercapai terlebih dahulu.

Kedua, M. Ikhsan yang Berjudul "Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon (Studi

¹³ Juwanto Edy Saputro "Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah" *Skripsi* Fakultas Syari'ah, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro

Pada Toko Bata Jl. Yos Sudarso Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung)”, Fakultas Syariah Dan Hukum IAIN Raden Intan Lampung.¹⁴Pada skripsi tersebut penulis meneliti toko yang sering mengadakan diskon, dan ingin mengetahui sistem diskon tersebut sudah sesuai dengan hukum islam atau belum karena pemilik toko tersebut adalah muslim. Dan hasilnya yaitu sesuai karena diskon dilakukan secara diam-diam dan pembeli tidak tahu.

Penulis kaji yaitu sistem promo *flash sale* dimana pembeli mendapat kesempatan mendapatkan harga murah dengan syarat target yang ditentukan telah tercapai terlebih dahulu.

Ketiga, Dian Maulina dengan judul “Perspektif Hukum Islam Terhadap Sistem Discount Pakaian Pada Matahari Mall Banda Aceh (Studi Terhadap Penetapan Harga Dan Taghrihnya)”, Fakultas Syari’ah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh. sistem discount yang dilakukan oleh Matahari Mall Banda Aceh mengandung gharar atau ketidakjelasan yaitu dalam penetapan harga. Dimana pakaian yang diberi label discount sebenarnya harga pakaian tersebut hampir sama

¹⁴ M. Ikhsan “*Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon (Studi Pada Toko Bata Jl. Yos Sudarso Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung)*”, Skripsi Fakultas Syariah Dan Hukum IAIN Raden Intan Lampung.

dengan harga barang yang tidak berlabel discount yang dijual di tempat lain.¹⁵

Penulis kaji yaitu sistem promo *flash sale* dimana pembeli mendapat kesempatan mendapatkan harga murah dengan syarat target yang ditentukan telah tercapai terlebih dahulu.

E. Metodologi Penelitian

Data-data yang diperoleh dapat diolah sesuai dengan metode yang telah ditetapkan, sehingga hasil dari pengolahan data tersebut mampu menjadi jawaban atas rumusan masalah. Berikut ini adalah metode penelitian yang penulis gunakan:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang didasarkan pada data langsung dengan melihat objek yang diteliti dengan memilih orang-orang tertentu yang sekiranya dapat memberikan data yang penulis butuhkan. Penelitian ini bersifat kualitatif yaitu peneliti bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek peneliti secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan

¹⁵ Dian Maulina “*Perspektif Hukum Islam Terhadap Sistem Discount Pakaian Pada Matahari Mall Banda Aceh (Studi Terhadap Penetapan Harga Dan Taghriarnya)*”, *Skripsi* Fakultas Syari’ah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh

bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian hukum merupakan suatu proses untuk menentukan aturan hukum guna menjawab isu hukum yang sedang dihadapi. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian atau penulisan skripsi ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah satu bentuk penelitian yang mengumpulkan data dengan menggunakan metode ilmiah dan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan sumber atau sasaran yang diamati. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus lapangan, penelitian ini dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap fenomena jual beli promo *flash sale* yang dilakukan oleh Lembaga Human Initiative.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian normatif yaitu penelitian yang diteliti dari sifat dan ruang lingkup. Penelitian ini berfokus dengan apa yang tertulis di dalam undang-undang yang berpatokan pada perilaku manusia. Penelitian ini merupakan riset pustaka, penelitian ini juga disebut dengan penelitian Doctrinal.¹⁶

¹⁶ Depri Liber Sonata, "Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris: Karakteristik Khas dari Metode Meneliti Hukum", *Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum*, vol. 8 no.1, Januari-Maret 2014, 15-33

3. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data adalah dari mana data tersebut diperoleh. didalam penelitian ini terdapat dua jenis sumber data yaitu:

a. Sumber data primer

Data yang diperoleh oleh seorang peneliti langsung dari sumbernya tanpa pihak lain, setelah itu dikumpulkan dengan cara diolah sendiri atau seseorang, atau organisasi. Data primer yang didapatkan penulis adalah data yang diperoleh dari penjual dan konsumen yang melakukan transaksi jual beli promo *flash sale* hewan kurban di Lembaga Human Intiative.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang berasal dari pihak atau sumber lainnya yang dapat dijadikan penunjang penelitian. Biasanya sumber data ini berasal dari penelitian sebelumnya dan atau buku lainnya yang masih memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Bahan-bahan sekunder berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku, teks, kamus hukum, jurnal hukum, dan putusan pengadilan, sehingga dapat memberikan petunjuk ke arah mana penulis dapat melangkah. Data sekunder yang diperoleh peneliti berupa buku,

dokumen, atau peraturan yang membahas tentang promo *flash sale*.¹⁷

4. Bahan Hukum Primer

a. Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer sendiri merupakan data pokok yang diperoleh secara langsung dari sumbernya atau objek yang diteliti. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat autoritatif. Dimana artinya bahan hukum tersebut memiliki otoritas, mengikat dan atau membuat orang taat pada hukum. Bahan hukum primer biasanya adalah perundang-undangan, catatan, fatwa, dokumen yang memuat mengani hukum secara resmi. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Al-Qur'an, Hadits, serta Kaidah Fiqh.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder merupakan data yang berasal dari pihak atau sumber lainnya yang dapat dapat dijadikan penunjang penilitian. Atau data yang tidak mengika namun dapat menjelaskan atau mendukung bahan hukum primer. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bahan hukum sekunder sebagai berikut:

- 1) Hasil karya ilmiah dari para sarjana
- 2) Jurnal penelitian

¹⁷ Suteki, Galang Taufani. *Metodologi Penelitian Hukum*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2018), 214.

- 3) Jurnal hukum
 - 4) Buku-buku yang berkaitan dengan jual beli promo flash sale hewan kurban.¹⁸
5. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang paling utama dalam melakukan penelitian karena tujuan dari sebuah penelitian adalah mendapatkan data. Dalam memperoleh data terdapat banyak teknik yang dapat digunakan. Namun, penulis hanya menggunakan teknik yang cocok dalam penelitian ini, yaitu:¹⁹

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara untuk memperoleh informasi atau data dengan cara bertanya langsung dengan narasumber. Hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan memengaruhi arus informasi, yaitu pewawancara, yang diwawancarai, topik penelitian yang tertuang, dalam daftar pertanyaan dan situasi wawancara. Teknik ini digunakan oleh peneliti guna memperoleh data primer. Metode yang dilakukan oleh peneliti adalah metode wawancara tidak terarah atau tidak terstruktur dimana seluruh wawancara tidak didasarkan pada suatu sistem atau daftar pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu

¹⁸ Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), 47.

¹⁹ Munir Fuady, *Metode Riset Hukum Pendekatan Teori dan Konsep*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2018)

dan memberikan kebebasan menjawab kepada seseorang yang diwawancarai. Penulis melakukan wawancara secara langsung kepada konsumen yang melakukan jual beli promo *flash sale* hewan kurban di Lembaga Human Intiative.²⁰

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah proses mencari data yang memiliki variabel berupa catatan, transkrip, buku, undang-undang, catatan dan lainnya. Metode ini sangat diperlukan untuk melengkapi data dan informasi yang telah di peroleh. Dalam penelitian ini, peneliti akan mencari data-data dari catatan, buku-buku, dan dokumentasi yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian berupa praktik jual beli promo *flash sale* hewan kurban.

c. Metode Analisis Data

Kegiatan menganalisa data dalam suatu penelitian merupakan kegiatan inti yang pada akhirnya akan menghasilkan hasil dari penelitian berupa kesimpulan dan saran. Neong Muhadjir mengemukakan pengertian analisis data sebagaiupaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawacara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang sedang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.

²⁰ Suteki, Galang Taufani. *Metodologi*, 226.

Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna. Teknik yang digunakan dalam analisis ini adalah dengan metode induktif. Metode induktif merupakan suatu penelitian yang bersifat khusus dari pengalaman nyata yang dirumuskan dengan konsep, teori, definisi yang bersifat umum. Karena dalam skripsi ini merupakan program promo *flash sale* yang ditemukan oleh peneliti di aplikasi jual beli online yang kemudian dirumuskan menjadi teori. Data yang diperoleh selanjutnya dapat dianalisis dengan langkah sebagai berikut.²¹

d. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data diperlukan karena banyaknya data dari *masing-masing* informan yang dianggap tidak relevan dengan fokus penelitian sehingga perlu di buang atau dikurangi. Data yang sudah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan dapat mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data atau proses pemilihan/pemusatan pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan tranformasi data kasar yang ada dalam catatan yang diperoleh dari penelitian.²²

²¹ Ahmad Rijali, “*Analisis Data Kualitatif*”, Jurnal Alhadharah, vol. 17, no. 33, Januari-Juni 2018, 81-95.

²² Saifudin Azwar, *Metodelogi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 91.

e. *Display Data* (Penyajian Data)

Penyajian data merupakan data yang sudah terorganisasikan, tersusun, dalam pola hubungan, sehingga mudah dipahami. Dalam penyajian data penelitian kualitatif, penyediaan data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan hubungan, dan sejenisnya. Penelitian kualitatif lebih sering menyajikan data dengan teks yang bersifat naratif.²³

f. *Conclusion Drawing* (Penarikan Kesimpulan)

Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif diharapkan mendapatkan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Tahap ini dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep-konsep dasar penelitian ini lebih tepat dan obyektif. Sehingga dapat mengetahui kejelasan bagaimana transaksi jual beli promo *flash sale* hewan kurban.

²³ Sugiono, *Metode Penelitian Hukum Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 247.

F. Sistematika Penuisan Penelitian

Untuk memahami lebih jelas mengenai penelitian ini, maka materi-materi yang tertera pada penelitian dikelompokkan menjadi sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan bagaimana gambaran peneliti secara keseluruhan dan hal-hal yang menyebabkan penulis melakukan penelitian ini, Pendahuluan pada umumnya memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, kajian pustaka, , metode penelitian yang digunakan serta bagaimana sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG JUAL BELI SALAM DAN KONSEP HARGA

Bab ini menjelaskan mengenai teori yang berupa tinjauan jual beli salam, dasar hukum jual beli salam, syarat dan rukun jual beli salam, konsep jual beli salam, khiyar, promo, dan konsep harga dalam ekonomi Islam.

BAB III

PRAKTIK JUAL BELI PROMO FLASH SALE HEWAN KURBAN DILEMBAGA HUMAN INTIATIVE

Pada bab ini membahas mengenai sejarah dan profil Lembaga Human Intiative serta praktik jual beli promo *flash sale* hewan kurban

BAB IV

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI PROMO FLASH SALE HEWAN KURBAN DI LEMBAGA HUMAN INTIATIVE

Bab ini akan menjelaskan mengenai analisis hukum yang memaparkan hasil penelitian tentang jual beli promo flash sale hewan kurban di Lembaga Human Intiative dalam tinjauan hukum islam.

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan tahap terakhir yang berisi mengenai kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dan uraian serta saran-saran dari penulis dari pembahasan penelitian.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG JUAL BELI SALAM DAN KONSEP HARGA

A. Pengertian Jual Beli Salam

Salam merupakan sinonim dengan kata salaf. Dikatakan salam karena orang yang memesan menyerahkan harta pokoknya dalam majelis atau menyerahkan uangnya terlebih dahulu sebelum menerima barang dagangannya²⁴. Menurut Imam ‘Alauddin Al-Kasani salam merupakan menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya jelas dengan pembayaran modal lebih awal, sedangkan barangnya diserahkan kemudian hari.²⁵

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah salam adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembiayaannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang. Sedangkan menurut fatwa DSN-MUI menjelaskan bahwa jual beli dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu.²⁶

²⁴ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2012), 113.

²⁵ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 146-147.

²⁶ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, 117

Salam termasuk dalam hal yang dilakukan ketika bertransaksi dalam menjual dan membeli suatu barang yang memiliki unsur tanggungan tetapi membayar dengan lunas di muka disebut dengan cash. Ada pula pemahaman yang lain yaitu salam ini diartikan dengan kontrak atas jual-beli benda yang dimana membayarnya di awal setelah adanya kesepakatan akan tetapi bendanya akan diserahkan di hari nanti setelah hari dimana antar pihak telah setuju.²⁷

1. Dasar Hukum Jual Beli Salam

Jual beli salam sebagai sarana tolong menolong antar sesama umat manusia mempunyai landasan kuat dalam Al qur'an dan sunnah. Terdapat beberapa ayat yang berbicara tentang jual beli salam antara lain sebagai berikut:

a. Landasan Al-qur'an

Dalam masalah muamalah, Alquran memberikan gambaran secara global (umum) dalam jual beli salam.

Allah SWT berfirman dalam surat al-Baqarah ayat 282;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ
مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

²⁷Tim Laskar Pelangi, Metodologi *Fiqh Muamalah Diskursus Metodologis Konsep Interaksi Sosial-Ekonomi*, (Kota Kediri, Lirboyo Press, 2015), 86.

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. (Q.S. Al-Baqarah : 282)²⁸

Ayat ini menjelaskan dalam pelaksanaan jual beli salam bahwa pembeli membayar terlebih dahulu sesuai dengan harga yang disepakati berdasarkan ciri-ciri tertentu yang mana barangnya diserahkan kemudian hari. Maka diharuskan menuliskannya dan adanya kesaksian dan kesepakatan oleh kedua belah pihak. Hal ini dikarenakan jika kedua belah pihak dapat dipercaya atau terkadang salah satunya meninggal dunia, sehingga tidak dapat diketahui lagi pihak penjual atas pembeli dan sebaliknya.

b. Landasan As-sunnah

قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ ،
وَهُمْ يُسَلِفُونَ بِالتَّمْرِ السَّنَتَيْنِ وَالثَّلَاثَ ، فَقَالَ
« مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ
وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ ، إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ رَوَاهُ بَخَارِي
وَمُسْلِمٌ

“Ketika Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam tiba di Madinah, mereka (penduduk Madinah)

²⁸ Depertemen Agama RI, .83.

mempraktikkan jual beli buah-buahan dengan sistem salaf (salam), yaitu membayar di muka dan diterima barangnya setelah kurun waktu dua atau tiga tahun kemudian. Lantas Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda, "Siapa yang mempraktikkan salam dalam jual beli buah-buahan, hendaklah dilakukannya dengan takaran yang diketahui dan timbangan yang diketahui, serta sampai waktu yang diketahui." (HR. Bukhari, no. 2240 dan Muslim, no. 1604)²⁹

c. Landasan Ijma'

Menurut madzhab Malikiyyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah, akad salam diperbolehkan atas dasar kebiasaan manusia terhadap syarat dan ketentuan tertentu. Diantara syarat tersebut adalah penyerahan seluruh harga (alat pembayaran) dalam majlis akad, Menurut Syafi'iyah salam itu hukumnya sah, baik masa penyerahan barang dipesan ditentukan atau tidak, termasuk apabila diserahkan secara tunai.³⁰

d. Kaidah Fiqh

الأصل في العقود والمعاملات الصحة حتى
يقوم دليل على البطلان والتحریم

²⁹ *Al-Imta' bi Syarh Matn Abi Syuja' fii Al-Fiqh Asy-Syafii*. Cet. pertama, Tahun 1432 H. Hisyam Al-Kaamil Haamid. Penerbit Daar Al-Manaar. 47

³⁰ Muhammad Syafi'i Antoni., 114

Hukum asal dalam berbagai perjanjian dan muamalat adalah sah sampai adanya dalil yang menunjukkan kebatilan dan keharamannya.³¹

Maksud kaidah ini bahwa dalam setiap muamalah dalam transaksi, pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, kerja sama, kecuali yang tegas tegas diharamkan seperti mengakibatkan kemadhorotan.

2. Rukun dan Syarat Jual Beli Salam

a. Rukun Jual Beli Salam

Ulama' Hanafiah menyatakan bahwa jual beli pesanan ini hanya ijab dan qabul. Adapun rukun jual beli salam menurut jumhur ulama' selain Hanafiyah terdiri atas,³²

- 1) "Aqid, yaitu al-muslim dan Muslam ilaih (pembeli dan penjual)
- 2) Ma'qud 'alaih, yaitu muslam fiih (barang yang dipesan) dan harga (ra'sul mall as-salam)
- 3) Sighat (Ijab qabul)

Adapun penjelasan lebih jelas mengenai rukun transaksi salam meliputi:³³

³¹ A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*, Cet. Ke-3, Jakarta: Kencana, 2006,130.

³² Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Yogyakarta: STAIN Metro Lampung, 2014), h. 73

³³ Rizal Yahya, dkk, *Akutansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktek Kontemporer*,(Jakarta: Salemba, 2009), 254.

- 1) Aqid, yakni pembeli (musalam) dan penjual (al-muslam ilaih)

Aqid terdiri atas pembeli dan penjual kedua transaktor diisyaratkan memiliki kompetensi berupa akil baligh dan memiliki kemampuan yang optimal seperti tidak gila, tidak sedang dipaksa, dan lain-lain yang sejenis. Adapun untuk transaksi dengan anak kecil dapat dilakukan dengan izin dan pantauan dari walinya. Penjual diperbolehkan menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang telah disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga.

- 2) Objek akad meliputi barang dan harga barang salam

Terkait dengan barang Salam DSN dalam fatwanya menyatakan bahwa ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi. Ketentuan tersebut adalah;

- a) Harus jelas spesifikasinya.
- b) Penyerahannya dilakukan kemudian.
- c) Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditentukan berdasarkan kesepakatan.
- d) Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
- e) Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang yang sejenis sesuai kesepakatan.

- f) Memerlukan proses pengiriman setelah akad disepakati.
 - g) Barang yang diserahkan harus sesuai dengan spesifikasi pemesan, bukan barang massal.
- 3) Ijab dan kabul yang menunjukkan pernyataan kehendak jual beli salam kedua belah pihak.

Pelapasan perjanjian dapat dilakukan dengan lisan, isyarat (bagi yang tidak bisa bicara), tindakan maupun tulisan. Tergantung pada praktek yang lazim di masyarakat dan menunjukkan keridhaan satu pihak untuk penjual barang Salam dan pihak pembeli barang Salam. Dan pada dasarnya Salam tidak dapat dibatalkan, kecuali memenuhi kondisi sebagai berikut:

- a) Kedua belah pihak setuju untuk menghentikannya.
- b) Akad batal demi hukum karena timbul kondisi hukum yang dapat menghalangi pelaksanaan atau penyelesaian akad.

3. Syarat Jual Beli Salam

Syarat jual beli salam adalah sebagai berikut :

- a. Pembayaran dilakukan dengan kontan, dengan emas, atau perak , atau logam.³⁴
- b. Komuditinya harus dengan sifat-sifat yang jelas.

³⁴ Abdul Fatah Idris dan Abu Ahmadi, *Fikih Islam Lengkap*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), h. 161.

- c. Waktu penyerahan komoditinya harus ditentukan.
- d. Penyerahan uang dilakukan di satu majelis.

Adapun syarat yang diajukan ulama untuk memperbolehkannya transaksi jual beli sistem pesanan adalah:

- a. Adanya kejelasan jenis, ukuran, macam dan sifat barang karena ia merupakan objek transaksi yang harus diketahui spesifikasinya.
- b. Merupakan barang yang biasa ditransaksikan atau berlaku dalam hubungan antar manusia. Dalam arti, barang tersebut bukanlah barang aneh yang tidak dikenal dalam kehidupan manusia.
- c. Diharuskan adanya penentuan jangka waktu, jika jangka waktu penyerahan barang tidak ditetapkan, maka kontrak ini akan berubah menjadi akad Istishna, menurut pandangan Abu Hanifah

Akad dalam salam memiliki kriteria yang ada pada harga dan barang yang wajib di lunaskan. Adapun yang terdapat dalam buku "metodologi fiqh muamalah" oleh duskursus metodologi konsep interaksi sosial ekonomidari penyusun buku laskar pelangi oleh lirboyo" menjelaskan syarat akad pada salam adalah :

- a. kategori pada benda objek pesanan secara jelas harus dijabarkan secara spesifik benda yang akan di jual ini seperti kualitas barang, harga barang,

- warna barang, berat barang, jenis barang seperti apa.
- b. penjual menjaminkan waktu datang nya barang ke tangan pembeli maka dari itu adanya tempo batasan waktu terkait pengiriman barang . Seperti "kak,ini barang estimasi nya kapan yah datangnya? Kurang lebih sekitar 3-4 hari masa pengiriman sesuai kondisi kurir yang kami pilih kak".
 - c. lokasi. Penjual juga harus jelas menanyakan alamat customer apakah alamat yang akan dikirimkan sudah jelas dan kemana barang ini akan sampai, apakah langsung ditangan customer atau ada pihak kedua yang menerimanya atas perintah pihak pembeli. Pada dasar nya penjual harus melaksanakan amanah dari costumer sesuai dengan kesepakatan bersama di awal perjanjian ketika pembeli telah melunaskan pembayaran di awal.
 - d. Akad ini harus dilakukan secara terang-terangan tidak berlaku (khiyar) bagi akad dalam kedua belah pihak baik dari nominal harga ataupun objek benda yang dijual.

Terkait syarat syarat benda yang dijual diharuskan adanya ukuran dan spesifikasi dalam benda objek yang dijual yaitu:

- a. Barang dapat diketahui dengan jelas unsurnya beserta sifat dan spesifikasinya jenis barang dan mencari tahu bahwa benda mana yang lebih diminati oleh pembeli dan perbandingan harga

- b. Barangnya memiliki kualitas dan jumlah yang baik sehingga dapat masuk kategori jual beli barang yang diperbolehkan.
- c. Dalam hal ini masuk kedalam barang yang memiliki penglafalan kedalam golongan hutang piutang.
- d. Adanya perizinan berdagang, tidak boleh barang yang sulit dicari. Barang ini harus mudah didapatkan dan bukan barang ilegal.

4. Kaitan as-salam pada *flash sale* kurban

Adanya barter antara uang dengan benda yang diperjualbelikan ini sah-sah saja. Menurut Sayyid sabiq, jual beli atau berdagang ialah perpindahanya hak milik dengan cara saling menyetujui dan kesepakatan antara dua pihak dengan cara yang diperbolehkan.³⁵

Ada pula pandangan Haris faulidi bahwasanya, salam dikatakan juga dengan salaf yang berasal dari bahasa arab memiliki arti pemberian. Untuk lebih jelasnya salam adalah pertanggungan barang dengan syarat tertentu yang diharuskan nya pembeli membayar diawal harga yang sudah dijelaskan dan ada pada spesifikasi deskripsi di tempat kontrak dengan ini

³⁵As-Sayyid Sabiq, *Fiqh Al-Sunnah*, (Beirut: Dar Al-Kitab Al-Arabi, 1977), 126

disebut jual-beli yang dipertanggungjawabkan dengan harga yang akan segera dibayarnya.³⁶

Transaksi yang di perbolehkan sesuai Al-Quran dan Sunnah meliputi :

- “*Maslahah al-iqtishadiyyah*” harus ada komponen yang sejalan dengan kemanfaatan dalam ekonomi manusia.
- “*Ruqsah*” adanya peringatan untuk manusia.
- Memberikan masalah mempermudah pada manusia.

Ketiga komponen ini harus ada dalam bertransaksi. Tak dapat di pungkiri bagaimana jadinya jika terbentuknya transaksi tetapi tidak melibatkan "orang" untuk bertransaksi. Banyak sekali komponen yang disebutkan dan dijelaskan untuk terwujudkannya suatu kesempurnaan. Banyak sekali syarat tertentu yang membentuknya adanya transaksi ini (*as salam*).³⁷

5. Khiyar

Suatu pertemuan antara pedagang (penjual) dan pembeli (customer) pasti tidak lepas dari tawar-

³⁶Haris Faulidi, *Transaksi Bisnis E-commerce*, (Yogyakarta : Magistra, 2004), 92.

³⁷Zainul Arifin. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Pustaka Alfabet, 2012, 26-27

menawar harga. Mencari titik kesepakatan harga yang pas untuk disetujui oleh kedua belah pihak, yang paling utama pada pelanggan/pembeli. Setiap pembeli ingin mendapatkan harga yang sesuai dengan kualitas barang ,terlebih untuk mencukupi kebutuhan sehari hari agar tidak boros dalam mengelola keuangan dalam kebutuhan hidup .³⁸

Tawar-menawar ini diperuntukan agar menyeimbangi antara harga dan kualitas barang agar sesuai, inilah yang menjadi alasan utama. Untuk menjauhi dari hal yang tidak di inginkan atau adanya etika yang melanggar hak maka didalam islam muncul nya hukum islam yang disebut dengan istilah "khiyar". Khiyar berasal dari bahasa arab yakni "*khara-yakhiru-wa khiyaran*" memiliki makna pilihlah dengan pilihan yang tepat(terbaik). Khiyar masuk dalam bagian jual beli pada akad. Yang mana pedagang dan pembeli dalam menentukan pilihannya akan di putuskan untuk meneruskan jual-belinya ataupun membatalkan.

Secara terminologis khiyar di definisikan oleh ahli fiqh sebagai "kesepakatan dalam hak memilih antara kedua belah pihak yang menjalankan transaksi untuk menyetujui ataupun membatalkannya transaksi yanh

³⁸Muhammad Majdy Amiruddin, Khiyār (hak untuk memilih) dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi antara Lazada, Zalara dan Blibli, FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah, 2016,1.1:47-62.Diaksesmelalui<http://ejournal.umm.ac.id/index.php/JES/article/view/2695/3382>pada5 November 2022

disetujui sesuai kondisi situasi masing masing pihak". Kewajiban khiyar tercantum dalam syari'at islam untuk yang menjalankan transaksi perdata untuk tak merugikan pada transaksi yang antar pihak jalankan, hingga manfaat yang di tuju didalam transaksi terwujud dengan sebaik mungkin. Posisi khiyar menurut pemahaman ulama Fikih yaitu memperbolehkan dengan sebab sesuatu kepentingan yang mendesak perihal memutuskan agar menimbulkan manfaat dari antar pihak yang melakukan transaksi.

Sebagaimana terdapat dalam hadits shahih al Bukhori

حَدَّثَنَا سُلَيْمَانُ بْنُ حَرْبٍ حَدَّثَنَا شُعْبَةُ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ
صَالِحِ أَبِي الْخَلِيلِ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ الْحَارِثِ رَفَعَهُ
إِلَى حَكِيمِ بْنِ جَزَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ
اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا
أَوْ قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي
بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

Telah menceritakan kepada kami Sulaiman bin Harb kemudian menceritakan kepadaku kami Syu'bah dari Qatadah dari Shalih Abu AL Khalil dari 'Abdullah bin Al Harits yang dinisbatkannya kepada Hakim bin Hizam radliallahu 'anhu berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Dua orang yang melakukan jual beli boleh melakukan khiyar (pilihan untuk melangsungkan atau membatalkan jual beli) selama keduanya belum berpisah", Atau sabda Beliau: "hingga keduanya berpisah. Jika keduanya jujur dan menampakkan dagangannya maka

keduanya diberkahi dalam jual belinya dan bila menyembunyikan dan berdusta maka akan dimusnahkan keberkahan jual belinya".³⁹

Adapun macam macam khiyar dan akan di jelaskan macam macam khiyar berikut ini:⁴⁰

a. Khiyar Majelis

Pendapat imam syafii berkata "jika jual beli sudah terlaksanakan, dua belah pihak mempunyai Hak "khiyar majlis" semasa kedua pihak tidak pisah dan menentukan keputusannya untuk melaksanakan jual-beli nya. Ada pula pendapat imam maliki serta abu hanifah mentiadakan "khiyar majlis" ataupun sesuatu yang mengikat jika sudah selesainya ijab-qobul maka sudah tak ada khiyat, kecuali "khiyar syarat" .ulama berbeda pendapat mengenai pengertian "khiyar majlis" ,akan tetapi dasar "khiyar majlis" yakni khiyar yang di kerjakan didalam jual-beli pada waktu dan tempat yang sama atau belom berpisahny kedua pihak.

b. Khiyar syarat

Menjelaskan mengenai situasi masyarakat yang berlangsungnya ikatan dengan melakukan syarat berupa perjanjian bahwa dia memiliki hak

³⁹Hadits dan terjemahan shahih al-bukhori no.1937

⁴⁰Siah Khosiy'ah, *Fiqh Muamalah Perbandingan*, (Bandung, Pustaka Setia, 2014), 128.

untuk memilih dan menyetujui atau tidak menyetujuinya (membatalkan). Jadi, "khiyar syarat" ialah hak dalam memilih yang sudah di janjikan diawal. Dari satu pihak ataupun keduapihak setuju untuk membuat perjanjian tersebut. Jadi adanya peluang untuk bisa membuat perjanjian syarat inipun kepada pihak ketiga.

Akan tetapi ada batasan waktu lama nya "khiyar syarat" ini : "Menurut iamm syafii dan hanifah memiliki pendapat bahwa jangka waktu khiyar ini kurang lebih tiga hari tak boleh melebihi dari jangka waktu yang di tentukan. Namun adapula menurut imam maliki yang mengizinkan untuk sekedar keperluan. Dikarenakan lama khiyar ini memiliki perbedaan barang yang di khiyar kan. Maka khiyar (syarat) digunakan untuk yang perlu-perlu saja

c. Khiyar ai'bi

Menjelaskan bahwa khiyar aib' ini menjelaskan pembatalan ataupun melanjutkan jual-beli untuk kedua pihak yang melakukan akad jika mana terdapat sesuatu yang cacat reject di objek barang yang di jual belikannya dan reject barang ini tak diketahui oleh yang membeli ketika akad ini sedang berlangsung dijalankan. Pada inti dari pemahaman (khiyar aib') jika terbukti reject atau kualitas barang nya tidak sesuai, pembeli atau

konsumen dapat menukar dan mengembalikan objek yang di jual belikan kepada penjual untuk digantikan dengan yang kualitas sesuai atau digantikan dengan uang kembali.

d. Khiyar Ru'yah

Khiyar ru yah adalah Diperbolehkannya hak memilih ini (khiyar) untuk para pembeli atau customer untuk memilih dan mengatakan batal dalam jual-beli yang dilakukan pada barang yang tidak dilihat sebelum akad ini terjadi. Namun menurut imam syafii "khiyar ru'yah" tidak berfungsi dikarenakan akad ini memiliki unsur menipu yang akan menyebabkan timbulnya konflik perselisihan.⁴¹

e. Khiyar al-washfi

Berisikan penjelasan bahwa khiyar ini (al washfi) hak pilih dalam batal atau setuju dalam jual-beli barang ketika tahu bahwa barang yang di beli tak sama dengan deskripsi yang di inginkannya. Dengan situasi itu dibolehkannya pembeli melanjutkan atau batal dalam berlangsung akad atau bisa menegosiasi harga barang yang dijual belikan pada saat akad.

f. Khiyar Naqd

⁴¹Darmawan Nurwan, *Fiqh Ringkas Jual Beli Hak-Hak Khiyar*, (Jakarta : Gramedia Digital , 2020).67

Pengertian khiyar naqd' yaitu menjualnya barang yang berdasarkan pembeli akan bayar harga barang ini saat akad berlangsung disetujui, namun pembeli tidak mampu membayar barang ini maka dibolehkannya membatalkan jual-belinya. Ini biasanya terjadi pada sistem kredit ataupun tempo jangka waktu tertentu dimana jika penjual ini mempunyai khiyar naqd' dimana bisa batalkan atau melanjutkan jual-belinya apabila pembeli tak bisa membayar full harga barang sesuai tempo yang disepakat saat awal.

g. Khiyar Ta'ayin

Menjualkan barang dari beberapa barang yang yang ditentukan harganya pada tiap barang yang ia kehendaki, lalu pembeli diberikan kesempatan memilih barang yang dijual-beli yang customer suka ataupun memilih barang yang beda kualitasnya didalam jual beli adalah penjelasan dari Khiyar ta'ayin, jadi ini adalah dua pihak yang sudah melaksanakan jual-beli dan setuju untuk adanya penundaan dalam pemilihan barang yang di jual sampai menentukannya saat waktu tertentu ketika adanya hak dapat menentukan untuk menyerahkan kepada pihak pembeli dari pihak penjual.

B. Konsep Harga Menurut Perspektif Ekonomi Islam

1. Pengertian Harga

Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran.⁴²

Pengertian harga dalam fikih islam, ada dua istilah yang berbeda yang menyangkut harga suatu barang, yaitu *as-samandan as-si'r*. *As-saman* adalah patokan harga satuan barang, sedangkan *as-si'r* adalah harga yang berlaku secara aktual di pasar. Ulama' fikih menyatakan bahwa fluktuasi harga suatu komoditas berkaitan erat dengan *as-sir*, bukan *as-saman*.⁴³

Ulama' Fikih membagi *as-sir* menjadi dua macam:

- a. Harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Mengenai harga seperti ini, para pedagang bebas menjual barangnya sesuai dengan

⁴²Soemarsono, *Peranan Pokok dalam Menentukan Harga Jual*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 1990), 17

⁴³Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, jilid 12, (Bandung: Alma'arif, 1987), 124

harga yang wajar, dengan pertimbangan keuntungannya. Sedangkan pemerintah, dalam harga yang berlaku secara alami ini, tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus seperti ini dapat membatasi hak para pedagang.

- b. Harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan bagi pedagang dan keadaan ekonomi masyarakat. Penetapan harga dari pemerintah ini disebut dengan *at-tas'ir al-jabari*. *at-tas'ir al-jabari* adalah penetapan harga secara paksa, biasanya melalui suatu kekuasaan (pemerintah).

Menurut fatwa DSN No.16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam murabahah, Harga (*tsaman*) dalam jual beli adalah suatu jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak, baik sama dengan nilai (*qimah*) benda yang menjadi objek jual beli, lebih tinggi maupun lebih rendah.⁴⁴

Adapun pengertian harga dalam ilmu ekonomi, Menurut Kasmir, harga adalah sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Menurut Heru Kristanto, harga adalah nilai uang (*monetary value*) dari produk atau jasa di

⁴⁴Fatwa DSN No.16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam murabahah

pasar. Dari pengertian penetapan dan harga di atas dapat diketahui, penetapan harga adalah menetapkan atau penentuan sejumlah nilai terhadap suatu produk, baik yang sama dengan nilai benda yang menjadi objek jual beli, lebih tinggi maupun lebih rendah.⁴⁵

Jumhur ulama telah sepakat bahwa Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, maka hanya dalam kondisi tertentu saja pemerintah dapat melakukan kebijakan penetapan harga. Prinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil, harga yang normal, atau sesuai dengan harga pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dari kekuatan yang bersifat massal, yaitu merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna akan mampu menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Berdasarkan hal demikian, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme yang sempurna.

Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Hal tersebut merupakan sesuatu yang impersonal. Ibnu Taimiyah juga membedakan dua faktor penyebab pergeseran kurva permintaan dan penawaran yaitu tekanan pasar yang otomatis dan perbuatan melanggar hukum dari penjualan, misalnya

⁴⁵Heru Kristanto, *kewirausahaan* (entrepreneurship), (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 113.

penimbunan. Islam mengatur agar persaingan dipasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan dilarang, yaitu sebagai berikut:⁴⁶

- a. *Talaqqi rukban* dilarang karena pedagang yang menyongsong dipinggir kota mendapat keuntungan dari ketidaktahuan penjual dikampung akan harga yang berlaku dikota. Mencegah masuknya pedagang desa kekota ini (*entry barrier*) akan menimbulkan pasar yang tidak kompetitif.
- b. Mengurangi timbangan dilarang karena barang dijual dengan harga yang sama dengan jumlah yang sedikit.
- c. Menyembunyikan barang cacat dilarang karena penjual mendapatkan harga yang baik untuk kualitas yang buruk.
- d. Menukar kurma kering dengan basah dilarang karena takaran kurma basah ketika kering bisa jadi tidak sama dengan kurma kering yang ditukar.
- e. Menukar satu takar kurma kualitas bagus dengan dua tukar kurma kualitas sedang dilarang karena setiap kualitas kurma mempunyai harga pasarnya. Rasulullah

⁴⁶Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Ketiga (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2011) , 144

- menyuruh menjual kurma yang satu, kemudian membeli kurma yang lain dengan uang.
- f. Transaksi *najasy* dilarang karena si penjual menuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.
 - g. Dilarang mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit harga barang di atas harga normal.

2. Dasar Hukum Islam

Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Dalam ekonomi Islam sendiri memiliki beberapa sumber, yaitu:

a. Al-Qur'an

Dalam Al-Qur'an surat Hud ayat 85 dinyatakan:

وَيَقَوْمٍ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا
النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Dan wahai kaumku! Penuhilah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan jangan kamu membuat kejahatan di bumi dengan berbuat kerusakan(QS. Al-Hud[11]: 85).⁴⁷

⁴⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, .31

b. Hadis

عَنْ أَنَسٍ قَالَ غَلَا السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ
فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ سَعِّرْ لَنَا فَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ
الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي
وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Dari Anas, ia berkata: Harga kebutuhan pokok pernah naik tinggi pada zaman Rasulullah saw. Maka orang-orang menuntut: “Wahai Rasulullah saw, turunkan harga untuk kami.” Rasul saw menjawab: “Sesungguhnya Allah lah Yang Mengendalikan harga, Yang Menahan, Yang Membuka, Yang Maha Pemberi rizki. Dan sungguh aku ingin agar ketika bertemu Rabbku tidak ada seorang pun di antara kalian yang menuntutku karena terzhalimi darah dan hartanya.” (Sunan at-Tirmidzi kitab al-buyu’ bab at-tas’ir no. 1314; Sunan Abi Dawud kitab al-ijarah bab fit-tas’ir no. 3453).⁴⁸

Asy-Syaukuni menyatakan bahwa hadis di atas dijadikan dalil pengharaman pematokan harga dan merupakan suatu kezholiman (yaitu penguasa memerintahkan para penghuni pasar agar tidak menjual barang mereka kecualli dengan harga yang sekian). Kemudian melarang mereka untuk menambah atau mengurangi harga tersebut. Alasannya bahwa manusia dikuasakan atas mereka sedangkan pematokan

⁴⁸ Sunan at-Tirmidzi kitab al-buyu’ bab at-tas’ir no. 1314

harga adalah pemaksaan terhadap mereka. Padahal seorang imam diperintahkan untuk memelihara kemaslahatan umat Islam.

3. Konsep Harga Yang Adil Dalam Islam

Penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang Islami. Bahkan, keadilan seringkali dipandang sebagai inti sari dari ajaran Islam dan dinilai Allah sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan. Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga dan juga sekaligus melindungi hak keduanya. Islam membolehkan bahkan mewajibkan pemerintah melakukan intervensi harga, bila kenaikan harga disebabkan oleh distorsi terhadap permintaan dan penawaran.⁴⁹

Keadilan merupakan nilai paling asasi dalam ekonomi Islam, yakni menegakkan keadilan dan membrantas kezaliman adalah tujuan utama dari risalah para Rasul-Nya. Keadilan sering kali diletakkan sederajat dengan kebajikan dan ketakwaan. Seluruh ulama terkemuka sepanjang sejarah Islam menempatkan keadilan sebagai unsur paling utama dalam maqashid syariah. Adapun suatu harga yang adil

⁴⁹ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Ekonomisia, 2002), 203

telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi Islami.⁵⁰

Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan secara adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syari'ah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil. Keadilan sering kali dipandang sebagai intisari dari ajaran Islam sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketaqwaan.⁵¹

Menurut Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), berdasarkan makna adil yang ada dalam Al-Qur'an sebagaimana disebutkan di atas, maka bisa dirutunkan nilai turunan yang berasal darinya sebagai berikut :⁵²

- a. Persamaan kompensasi. Persamaan kompensasi adalah pengertian adil yang paling umum, yaitu bahwa seseorang harus memberikan kompensasi yang sepadan kepada pihak lain sesuai dengan

⁵⁰ M. Faruq an-nabahan, *Sistem Ekonomi Islam (pilihan setelah kegagalan kapitalisme dan sosial)* (Yogyakarta: UII Pres, 2002), 20

⁵¹ Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Cetakan Keempat (Jakarta : Robbani Press, 2004), 35

⁵² Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta Rajawali Press, 2009), 59.

pengorbanan yang telah dilakukan. Pengorbanan yang telah dilakukan ini yang menimbulkan hak kepada seseorang yang telah melakukan pengorbanan untuk memperoleh balasan yang seimbang dengan pengorbanannya.

- b. Persamaan hukum. Persamaan hukum disini berarti setiap orang harus diperlakukan sama dimuka hukum. Tidak boleh adanya diskriminasi terhadap seseorang di muka hukum atas dasar apa pun juga. Dalam konteks ekonomi, setiap orang harus diperlakukan sama dalam setiap aktivitas maupun transaksi ekonomi. Tidak adal alasan untuk melebihkan hak suatu golongan atas golongan lain hanya karena kondisi yang berbeda dari keduagolongan tersebut
- c. Moderat. Moderat disini dimaknai sebagai posisi tengah-tengah. Nilai adil disini dianggap telah diterapkan seseorang jika seseorang yang bersangkutan mampu memposisikan dirinya dalam posisi ditengahmaka dalam hal inimemberikan implikasi bahwa seseorang harus mengambil posisi ditengah dalam arti tidak mengambil keputusan yang terlalu memperingan, misalnya dalam hal pemberian kompensasi.
- d. Proporsional, adil tidak selalu diartikan kesamaan hak,namun hak ini disesuaikan dengan ukuran setiap individu atau proporsional, baik dari sisi

tingkat kebutuhan, kemampuan, pengorbanan tanggung jawab ataupun kontribusi yang diberikan oleh seseorang.

Ibnu Qudamah, Ibnu Taimiyah, dan Ibnu Qayyim Al-Jauziah, membagi bentuk penetapan harga itu kepada dua macam, yaitu:⁵³

- a. Penetapan harga yang bersifat zalim, adalah penetapan harga yang dilakukan oleh pemerintah bertolak belakang dengan keadaan pasar tanpa mempertimbangkan kemaslahatan para pedagang. Menurut mereka, apabila harga suatu komoditas melonjak naik disebabkan terbatasnya barang dan banyaknya permintaan, maka pemerintah tidak boleh ikut campur dalam masalah harga tersebut. Apabila pemerintah ikut menetapkan harga dalam keadaan seperti ini, maka pihak pemerintah telah melakukan suatu kelaziman terhadap para pedagang.
- b. Penetapan harga yang bersifat adil, penetapan harga yang dibolehkan, bahkan diwajibkan, adalah ketika terjadinya pelonjakan harga yang cukup tajam disebabkan ulah para pedagang. Apabila para pedagang terbukti memperlmainkan harga, sedangkan hal tersebut menyangkut kepentingan orang banyak, maka menurut mereka

⁵³Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah pemikiran ekonomi islam*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), 368

penetapan harta tersebut menjadi wajib bagi pemerintah, karena mendahulukan kepentingan orang banyak lebih baik dari pada kepentingan kelompok yang terbatas. Namun, sikap pemerintah dalam penetapan harga itu pun harus adil, yaitu dengan memperhitungkan modal, biaya transportasi, dan keuntungan para pedagang.

4. Pengertian Promo

Istilah promo dalam hukum Islam dikenal dengan *Al-Bawafiz Al-Muraghghibah Fi Al-Shira'* yang secara bahasa dapat diartikan “Segala sesuatu yang mendorong atau menarik minat (membujuk) oranglain untuk membeli. Secara terminologis, Khalid bin Abd Allah mengemukakan bahwa untuk memberikan pengertian promo tentu harus merujuk kepada buku-buku pemasaran (marketing) yang mengulas tentang permasalahan ini dan menjadikanya sebagai pokok bahasan.⁵⁴

Promo memiliki dua makna yaitu makna umum dan makna khusus. Makna umum promo adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau produsen untuk menambah hasil penjualan. Sedangkan arti promo secara khusus adalah hubungan komunikatif penjual atau produsen kepada para pembeli dengan

⁵⁴ Syekh Khalid bin Abd Allah Al-Muslih, *Al- Hawafiz Al-Tijariyah, At Taswiiyyah Wa Ahkamuha Fil Fiqh*, cet.pertama tahun 1420 H Dar Ibnul Jauzi.,11

maksud untuk memberi tahu mereka, membujuk atau mendorong mereka untuk membeli. Dari pengertian ini Khalid bin Abd Allah menyimpulkan bahwa istilah promo secara umum mempunyai kedekatan dengan *Al-Bawafiz Al Muragghibah fi Al-shira'*. Berbeda dengan pengertian promo secara khusus menurut Khalid, biasanya hanya mencakup segala tindakan sebelum terjadinya transaksi jual beli sedangkan setelah terjadinya transaksi jual beli seperti garansi itu tidak termasuk dalam pengertian promo.⁵⁵

Sedangkan menurut Fandy Tjiptono mengemukakan bahwa promo adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Arti komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁵⁶

Pada dasarnya semua bentuk promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran untuk merangsang konsumen agar mengunjungi toko, aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi produk, juga untuk mempengaruhi, membujuk konsumen agar bersedia

⁵⁵Khalid bin Abd Allah Al-Muslih, 12

⁵⁶Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Ed III*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), 219

menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan. Pada era yang sangat kompetitif ini, perusahaan perlu mencari cara baru yang berhubungan dengan pelanggan apabila menginginkan keberhasilan dalam jangka panjang. Setiap perusahaan mengembangkan strategi dan taktik yang menarik mereka kedalam hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, pemasok dan bahkan karyawan.⁵⁷

5. Tujuan Promo

Promo pada umumnya merupakan kegiatan dunia usaha yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan atau produktivitas perusahaan. Tujuan diadakan promo adalah untuk memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, kemanfaatan, dan keunggulan yang dimiliki, harga dan dimana cara memperolehnya.⁵⁸

Promo bertujuan untuk mencoba produk baru, untuk menghargai pelanggan setia, dan untuk menaikkan tingkat pembelian ulang daripemakaian sekali. Tujuan promo dapat disebutkan sebagai berikut:.⁵⁹

- a. Mengidentifikasi dan menarik pembeli baru.

⁵⁷ E. Boone dan David L. Kurtz, *Pengantar Bisnis Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 94

⁵⁸ Fandy Tjiptno, 221

⁵⁹ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi ke Dua*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 57

- b. Memperkenalkan produk baru.
- c. Meningkatkan jumlah pembeli untuk produk yang telah dikenal secara luas.
- d. Mendorong penggunaan yang lebih banyak diantara konsumen yang telah terjangkau.
- e. Menginformasikan kepada pembeli tentang peningkatan kualitas produk.
- f. Mengajak pembeli untuk mendatangi toko tempat penjualan produk.
- g. Menstabilkan pola penjualan.
- h. Meningkatkan persediaan bagi perantara.
- i. Mengimbangi upaya pemasaran pihak asing.

Sedangkan menurut Menurut Fandi Tjiptono, tujuan utama promo adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara rinci ketiga tujuan promo tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:⁶⁰

- a. Menginformasikan (informing), dapat berupa:
 - 1) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru;
 - 2) Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk;
 - 3) Menyampaikan perubahan harga kepada pasar;
 - 4) Menjelaskan cara kerja suatu produk;

⁶⁰Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Ed III*, 221

- 5) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan;
 - 6) Meluruskan kesan yang keliru;
 - 7) Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli;
 - 8) Membangun citra perusahaan,
- b. Membujuk pelanggan sasaran (persuading) untuk:
- 1) Membentuk pilihan merek;
 - 2) Mengalihkan pilihan merek tertentu;
 - 3) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk;
 - 4) Mendorong pembeli untuk berbelanja saat itu juga;
 - 5) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan waraniaga(salesman).
- c. Mengingat (*reminding*), dapat terdiri atas:
- 1) Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat;
 - 2) Mengingat pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan;
 - 3) Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan;
 - 4) Menjaga ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

6. Hukum Promosi Penjualan

Sebagaimana diketahui sebelumnya bahwa prinsip dalam muamalah adalah boleh selama tidak ada dalil yang melarangnya. Atas dasar itu maka hukum promosi penjualan pada asalnya adalah boleh, selama dilakukan menurut cara yang dibenarkan oleh syariat, tidak menimbulkan bahaya dan *gharar*. Dalam pembahasan ini, akan dikaji mengenai bentuk-bentuk promosi penjualan, apakah suatu promosi penjualan dapat dibenarkan secara syar'i atau tidak. Untuk itu, pembahasan akan dirinci sebagai berikut:

a. Promo menggunakan sampel

Sebagaimana diketahui bahwa sampel merupakan tawaran barang percobaan atau gratis yang diberikan kepada konsumen. Dalam istilah fikih jual beli dengan sampel ini dikenal dengan sebutan *al-bai' bi al-namudhaj* (jual beli dengan contoh atau sampel). Dalam jual beli semacam ini, hukum Islam menentukan bahwa sebuah komoditi harus sesuai dengan sampel yang diberikan. Hal ini didasarkan bahwa hukum Islam mensyaratkan adanya objek transaksi harus diketahui oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi, agar terhindar dari unsur jahalah (ketidakjelasan objek akad), yang nantinya dapat mendatangkan gharar dan persengketaan antara kedua belah pihak yang melakukan akad. Syarat ini merupakan syarat yang disepakati oleh para ulama fikih.

Jual beli dengan sampel ini adalah sah, dengan syarat, sampel tersebut sesuai dengan objek transaksi. Jika kemudian konsumen melihat objek akad tidak sesuai dengan sampel yang diberikan maka konsumen berhak untuk melakukan khiyar, sebagaimana disebutkan dalam Sharh Majallat pasal 320: Artinya:

"Barang siapa yang membeli sesuatu yang belum ia lihat maka ia berhak untuk khiyar hingga ia melihatnya. Selanjutnya, setelah ia melihat, ia boleh menerimanya atau membatalkan akad jual beli. Khiyar semacam ini disebut dengan khiyar ru'yah".

Arti melihat objek transaksi seperti yang dimaksud di atas, tidak hanya menggunakan penglihatan mata saja, tetapi juga dapat dilakukan dengan indra-indra yang lain untuk mengetahui keadaan yang dimaksudkan. Misalnya dengan mencium bau-bau dalam komoditas yang mengandung bau seperti parfum, mencicipi makanan, menyentuh objek akad dan lain sebagainya.

b. Demonstrasi-demonstrasi dalam toko

Telah disebutkan sebelumnya bahwa kegiatan ini merupakan salah satu bentuk promosi dengan mendemonstrasikan penggunaan produk, atau menawarkan sampel dan sekaligus menjual produk yang didemonstrasikan atau sekadar memberikan informasi. Dilihat dari bentuknya kegiatan demonstrasi ini dilakukan dengan dengan dua cara,

yaitu dengan memperagakan sebuah produk atau menawarkan sampel dan dengan memberikan informasi mengenai kriteria produk. Dalam hukum Islam kedua bentuk tersebut dikenal dengan istilah *al-bai' bi al-'ainah dan al-bai' bi al-sifat*. Dengan demikian hukum demonstrasi ini adalah boleh, dengan syarat barang yang diperagakan atau didemonstrasikan serta informasi yang diberikan sesuai dengan barang yang dijualbelikan. Selain itu, pembeli juga berhak atas khiyar, jika ia melihat produk yang menjadi objek akad sebenarnya.

- c. Potongan harga atau diskon (paket harga, kemasan kemasan jumbo, kupon dan premi).

Dalam istilah marketing, potongan harga diartikan sebagai harga rendah yang diberikan oleh penjual kepada pembeli atas suatu komoditi atau jasa tertentu, untuk mendorong manusia melakukan pembelian atau mempertahankan mereka melakukan aktivitas jual beli dengan penjual. Istilah potongan harga atau diskon ini memang belum dikenal di kalangan fuqaha dalam kitab-kitab mereka. Akan tetapi istilah yang dikenal mereka untuk menunjuk pengertian potongan harga atau diskon adalah *al-hatt min al-thaman* atau *al-naqs} min al-thaman*(penurunan harga atau pengurangan harga).

7. Flash Sale

Salah satu bentuk upaya pelaku usaha *e-commerce* adalah *flash sale*. *Flash sale* merupakan konsep

pelaku usaha dalam menjual produk yang ditawarkan dalam waktu dan jumlah barang tertentu dengan harga yang ditawarkan di bawah nilai harga pasar. Upaya ini juga diterapkan oleh pelaku usaha perdagangan konvensional, namun dalam ranah *e commerce* hal ini sangat sering terjadi dibandingkan dengan perdagangan konvensional. Banyak dari pelaku usaha tersebut menggandeng merek dagang tertentu dalam penjualan mereka untuk menyalurkan produk dengan metode *flash sale* ini.⁶¹

Durasi waktu *flash sale* pada umumnya tergolong singkat dan waktu dimulainya telah diumumkan sebelumnya kekhlayak luas sebelum digelar.⁶²

Umumnya, diskon yang terdapat di dalam *flash sale* sangat tinggi dan promosinya lebih signifikan daripada diskon atau promosi biasanya. Menilik promo *flash sale* yang terjadi, pihak marketplace tidak mencantumkan detail jumlah produk yang dijual pada iklan di laman mereka. Selain itu harga diskon pada suatu produk hanya menampilkan presentase besaran diskon tanpa ada detail harga yang pasti. Kedua hal ini dapat dikategorikan sebagai perilaku tidak baik dari pihak marketplace karena menjadikan konsumen berspekulasi terhadap suatu produk pada saat *flashsale*

⁶¹Melisa Setiawan Hotana, *Industri E-Commerce dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha*.⁷⁸

⁶² www.bisnisumkonline.com. (2018).

berlangsung yang disebabkan kurangnya informasi yang diberikan oleh pihak *marketplace*. Pihak *marketplace* selaku pelaksana promo hanya menampilkan jenis produk yang ditawarkan pada iklan dan tidak mencantumkan dengan jelas berapa jumlah produk yang ditawarkan saat promo berlangsung. Hal ini menyebabkan konsumen tertarik untuk membeli harus bersaing dengan konsumen yang lain untuk mendapatkan produk *flashsale* tersebut.⁶³

Menurut kotler dan keller, indikator-indikator *flash sale* yang terdapat dalam promosi penjualan, yaitu:⁶⁴

- a. Frekuensi promosi, merupakan jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi penjualan.
- b. Kualitas promosi, merupakan tolak ukur seberapa baik promosi penjualan dilakukan.
- c. Waktu promosi, nilai atau jumlah promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.
- d. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi, merupakan faktor yang diperlukan untuk mencapai target yang diinginkan perusahaan.

Dalam transaksi *e-commerce*, pelaku usaha memang memiliki siasat dalam mendapatkan konsumen atau pasar dalam menjalankan usahanya.

⁶³<https://m.bisnis.com/teknologi/read/20190304/266/895740/shopee-layani-900.000-order-per-hari-di-indonesia>

⁶⁴Kotler, p., & Keller, k. l. (2012). *manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 47

Strategi pemasaran diperlukan pelaku usaha agar mendapatkan tujuan pemasaran yang tepat serta dapat menjangkau konsumen sebanyak-banyaknya.⁶⁵

Secara psikologis, konsumen akan tertarik untuk mengakses suatu penawaran. Kemudian banyak konsumen mulai tertarik dengan penawaran yang diberikan situs *e-commerce* tersebut. Kendati demikian, pemasaran dengan cara seperti ini belum sepenuhnya menguntungkan konsumen. Dari segi informasi yang diberikan dalam promosi, pelaku usaha hanya memberikan sedikit info dari barang yang dipromosikan.

Demi meraih kepercayaan masyarakat dalam penggunaan jasa toko online, khususnya dalam menikmati promo yang diberikan, pelaku usaha harus mempersiapkan hal-hal mendasar sebagai berikut:

a. Info barang

Perlu adanya informasi tentang barang yang jelas dan cukup rinci, karena calon konsumen tidak bisa langsung memegang dan melihat secara langsung barang yang dibeli. Informasi ini mencakup foto produk, pilihan warna dengan menggunakan foto, info ukuran produk, info bahan dan info pengecekan jumlah barang yang tersedia.

⁶⁵ Syafudin Makmur, *Hukum Informasi dan TransaksiElektroni* h.

- b. Harga yang kompetitif
Konsumen biasanya akan lebih mudah membandingkan harga di suatu market place dengan yang lain atau malah membandingkannya.
- c. Jasa pengiriman
Jasa ekspedisi termasuk unsur penting untuk konsumen dalam memeriksa biaya pengantaran barang, estimasi waktu dan melacak keberadaan barang yang dipesan dengan fasilitas yang diberikan oleh penyedia jasa ekspedisi.
- d. Alternatif jasa pengiriman
Penjual juga memberikan opsi pengiriman yang lebih khusus dibentuk oleh mereka sendiri, dengan jangkauan wilayah yang lebih sempit.
- e. Pembayaran
Dengan memberikan alternatif pembayaran, umumnya akan memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran dengan beberapa pilihan
- f. Pengemasan
- g. *Customer service* (layanan pelanggan)
Customer service harus siap dihubungi kapan saja oleh konsumen karena belanja online tergolong hal yang baru di Indonesia. Keberadaan *customer service* juga membantu konsumen untuk mendapat informasi terkait pesanan barang/jasa, pelayanan, maupun keluhan teknis terkait berbelanja secara

online. Ada keterangan up date dari pemesanan sampai pengiriman

h. Insentif untuk konsumen

Bentuk ini merupakan cara pelaku usaha agar tidak kehilangan konsumen dengan memberikan loyalty bonus seperti potongan harga, gratis biaya antar, hingga hadiah tertentu.

i. Toko online

Bagi pelaku usaha besar, toko online sudah menjadi keberadaan yang wajib untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen.⁶⁶

⁶⁶ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi ke Dua*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2002),h79

BAB III
PRAKTIK JUAL BELI PROMO *FLASH SALE*
HEWAN KURBAN DI LEMBAGA HUMAN
INTIATIVE

A. Profil Dan Sejarah Human Intiative

Lembaga Kemanusiaan Nasional (LKN) Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) lahir dari krisis multidimensi mulai dari tahun 1997-1999, dimana negara ASEAN sedang terpuruk oleh krisis ekonomi regional yang disebabkan atas depresiasi mata uangnya terhadap Dolar Amerika.⁶⁷

Hal ini mengakibatkan banyaknya entitas atau perusahaan mengalami kebangkrutan. Krisis tersebut tidak hanya dialami oleh bidang keuangan saja, melainkan telah merambah ke berbagai bidang seperti politik, moral, pendidikan, saintek, budaya dan religi. Keadaan bangsa Indonesia dan masyarakatnya semakin diperparah dengan adanya musibah bencana alam dan kemanusiaan. Sejumlah anak muda bangsa dengan ketetapan hati yang kuat saling bergandengan tangan,

⁶⁷<https://pkpu.org/tentang-kami> diakses pada tanggal 12 September 2022

saling bergerak menyumbangkan tenaga dan fikiranya untuk melakukan aksi sosial di penjuru tanah air.

Seiring meluasnya jangkauan berbagai kegiatan yang disalurkan oleh PKPU terhadap berbagai lapisan masyarakat diseluruh penjuru tanah air serta besarnya dorongan masyarakat luas untuk bekerjasama dalam memberdayan bangsa, maka pada tahun 2004, PKPU bertekad untuk membangun masyarakat Indonesia yang lebih mandiri dengan memperluas ruang lingkup kerjanya sebagai Lembaga Kemanusiaan Nasional (LKN).Perkembangan PKPU sebagai pegiat kemanusiaan jelas terbukti dengan partisipasinya yang berdampingan dengan NGO Internasional dari mancanegara untuk mengatasi keadaan darurat tanggap bencana serta fase keadaan pembangunan ulang kerusakan-kerusakan yang terjadi di tanah air akibat bencana alam.⁶⁸

Pada 21 Juli 2008, PKPU resmi diakui PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) sebagai “NGO in Special Consultative With the Economic and Social Council of the United Nations”, yang menuntut akuntabilitas kinerja kemanusiaan secara periodik sebagai konsekuensi status yang disandang. Kemudian pada 29 Januari 2010, PKPU resmi terdaftar sebagai Organisasi Sosial Nasional berdasarkan keputusan Menteri RI No. 08/Huk?2010

⁶⁸ Levtiadiwirawan.blogspot.co.id/2015/10/pkpu-sebuah-organisasi-atau-lembaga.Html=1,

sesuai SK Menteri Agama No. 423 tahun 2015. Maka secara Nasional pada tahun 2015 telah resmi LAZ Human Initiative melakukan spin off (pemisahan) pengelolaan zakatnya kepada Inisiatif Zakat Indonesia (IZI), dengan adanya hal ini Human Initiative sudah tidak lagi mengelola zakat dan lebih fokus kepada bidang sosial kemanusiaan, dan pada akhir tahun 2016 merubah nama menjadi PKPU Human Initiative. Selama 17 tahun perjalanan PKPU Human Initiative bukanlah pencapaian, melainkan sebuah proses untuk meningkatkan semangat kepedulian dalam aksi kemanusiaan bersama donatur, mitra, dan relawan.⁶⁹

Sebagai lembaga yang berkomitmen dalam menangani isu - isu kemanusiaan global, maka tuntutan standarisasi kerja pengembangan program telah mencambuk. Human Initiative dalam mengedepankan peningkatan mutu program dan layanan dengan menghasilkan kontribusi yang solutif bagi masyarakat. Tuntutan tersebut dijawab, dengan diterimanya Human Initiative.⁷⁰

⁶⁹<https://pkpu.org/tentang-kami> diakses pada tanggal 13 September 2022

⁷⁰<https://www.giz.de/en/worldwide/40120.html> diakses pada tanggal 30 September 2022

B. Visi dan Misi Lembaga Human Initiative

Visi

Menjadi organisasi kemanusiaan dunia terpercaya dalam membangun kemandirian.

Misi :

- a. Mendayagunakan program kegawatdaruratan, pemulihan, dan pemberdayaan dalam meningkatkan kualitas dan kemandirian penerima manfaat.
- b. Menjalin kemitraan dan kolaborasi antar manusia, dunia usaha, pemerintah, media, dunia akademis dan organisasi masyarakat sipil (Civil Society Organization-CSO) lainnya atas dasar keselarasan nilai-nilai yang dianut lembaga.
- c. Melakukan kegiatan studi, riset, pengembangan, dan pembangunan kapasitas yang relevan bagi peningkatan efektivitas peran organisasi masyarakat sipil, dalam memberi alternatif solusi atau inovasi terhadap krisis kemanusiaan yang berlarut-larut (protracted crisis).
- d. Membangun kapasitas dan kompetensi organisasi yang efektif, inovatif, akuntabel dan berorientasi kepada kualitas pelayanan.

- e. Mengembangkan program-program yang bersifat advokasi baik secara mikro, meso dan makro guna mendorong keadilan & kesetaraan di masyarakat.⁷¹

Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo *Human Initiative*

Sumber:[www.solusipeduli.org/ diakses](http://www.solusipeduli.org/) pada tanggal 1 Oktober 2022

C. Struktur Organisasi Human Initiative

Struktur organisasi perusahaan, adalah struktur organisasi yang berkaitan dengan wewenang, tanggung jawab, hubungan antar struktur, system yang membangun dan budaya organisasi. Berikut adalah struktur Human Initiative:⁷²

Jabatan/ Kedudukan	Nama
Presiden of PKPU Human Initiative	Agung Notowiguno

⁷¹<https://pkpu.org/tentang-kami> diakses pada tanggal 14 September 2022 pukul 10.29

⁷²<https://human-initiative.org/tentang-kami> diakses pada tanggal 31 September 2022 pukul 23.29

Vice President	Sri Adi Bramasetya
Program Director	Tomi Hendrajati
Oprasional Director	Edi Nursantio
Partnership Director	Andjar Radite

D. Kegiatan Umum Perusahaan

Sebagai organisasi kemanusiaan dunia yang telah memiliki banyak mitra kerja di dalam dan luar negeri, Human Initiative mengembangkan jaringan dan penggalangan bantuan, aktif dalam diplomasi kemanusiaan dan kegiatan pemberian bantuan untuk menciptakan kemandirian.

Human Initiative memiliki empat program utama dalam menangani kegiatannya antara lain:⁷³

1. *InitiativeFor Children*

Initiative for children adalah program bantuan biaya pendidikan dan pemberdayaan untuk anak yatim dalam memenuhi kebutuhan pendidikan, pembinaan, pelatihan dan kesehatan. Program ini juga memberikan bantuan pembinaan untuk ibu dari anak-anak yatim.

⁷³<https://human-initiative.org/program/initiative-for-disaster> diakses pada tanggal 31 September 2022 pukul 23.29

2. *InitiativeForDisaster*

Initiative for disaster merupakan kumpulan dari berbagai program yang bertujuan untuk mengurangi dampak bencana, melalui pemberdayaan potensi dan kapasitas masyarakat untuk mengenal adanya bencana dan melakukan persiapan menghadapi bencana, selain tindak preventif, persiapan akan suatu tim yang akan dikerahkan atau terjun langsung lapangan jika terjadi bencana juga menjadi turut perhatian pada berbagai program disaster.

3. *InitiativeForEmpowerment*

Initiative for empowerment atau disebut juga klaster berdaya merupakan kumpulan dari berbagai program pemberdayaan yang diterapkan pada tingkat individu, keluarga maupun lingkungan yang lebih luas lagi untuk meningkatkan kualitas hidup dan kemampuan para penerima manfaat dari program ini dalam upaya meningkatkan kesejahteraan yang berkelanjutan. Program klaster melakukan pendekatan pemberdayaan melalui proses fasilitasi masyarakat agar mereka bisa mengorganisasikan seluruh potensi yang dimilikinya untuk menyelesaikan masalah yang mereka hadapi.

4. Sebar QurbanNusantara

Menyalurkan kurban dari donatur untukdibagikan kepada saudara-saudara kita di pelosok terpencil nusantara terutama wilayah kekurangan pangan serta negara Muslim dibelahan dunia lain yang berada di pengungsian akibat konflik kemanusiaan atau bencanaalam. Demi penyebaran kebermanfaatn yang merata, tim kurban dari Human Initiative telah menentukan titik lokasi sebaran penyaluran daging hewan kurban. Semua hewankurban akan di distribusikan sesuai dengan zona wilayah distribusi yang tersedia.⁷⁴

E. Praktik Jual Beli *Flash Sale* Hewan Kurban di Human Intiative

Data penelitian ini diperoleh dari observasi, dokumentasi dan wawancara yang merupakan data penunjang dalam penelitian ini. Untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian, peneliti memilih informan yang berkaitan langsung dengan transaksi menggunakan sistem *flash sale* yaitu, Ketua bidang penjualan, volunteer perusahaan, konsumen.

⁷⁴<https://www.giz.de/en/worldwide/40120.html> diakses pada tanggal 31 September 2022 pukul 23.50

Adapun praktik jual beli *flash sale* dapat dilihat melalui beberapa hal yang menjadi tahapan maupun hal yang harus dilakukan, yaitu: ⁷⁵

1. Buka situs *solusi peduli.org*
2. Setelah terbuka, kita akan disediakan berbagai fitur terkait penjualan hewan kurban.
3. Calon pembeli dan penjual harus mengetahui waktu diberlakukannya *flash sale* yang mencakup pada tanggal dan jam pelaksanaannya. (18-31 Mei 2022).
4. Sudah terdaftar menjadi anggota/donatur.
5. Para penjual dan pembeli harus memahami tata aturan dan persyaratan yang ditetapkan dalam *flash sale*. Hal ini dapat menjadika pembelian secara lancar, termasuk dalam metode pembayarannya yang dianggap dapat mempercepat proses transaksi jual beli *flash sale* pemesanan hewan kurban.
6. Para pekurban harus menentukan target hewan kurban secepat mungkin untuk mendapatkan barang yang diinginkan sesuai diskon besar yang ada. Hal ini mengingat stok hewan kurban terbatas pemilihan jenis.
7. Untuk mempercepat pekurban harus menggunakan metode pembayaran instan. Hal ini dapat memperbesar kemungkinan pekurban mendapatkan hewan yang diinginkan.

⁷⁵ Hasil wawancara penulis dengan Sabiq Kamalul Haq selaku staff bidang administrasi pada tanggal 30 September 2022

8. Dalam proses pembayaran ini, pekurban akan diminta untuk mengisi data informasi lengkap meliputi nama, alamat, kode pos, dan nomor telepon yang masih aktif atau bisa dihubungi.
9. Didalam proses pembayaran, kita akan diberi pilihan metode pembayaran (apakah melalui ATM, Bank, SHOPPIE PAY, OVO, GO-PAY, FLIP.)
10. Setelah melakukan pembayaran, pembeli akan mendapatkan notif dan estimasi waktu kapan hewan kurban akan dikirim.
11. Sebagai bukti telah dilaksanakannya penyembelihan hewan kurban, pekurban akan mendapatkan laporan berupa sertifikat, foto hewan dengan nomor hewan dan nama pekurban yang akan dikirimkan dalam bentuk softcopy via *email* atau *whatsapp*.

Dengan demikian, kecepatan dalam pembelian bagi konsumen inilah yang menjadi perbedaan mencolok dalam flash sale dengan proses jual beli biasanya dan memberikan gambaran bagi para pelaku *flash sale* untuk mampu menetapkan barang yang diinginkan. Tidak hanya itu, proses dan pilihan metode pembayaran juga menjadi hal yang perlu diperhatikan agar dapat memperoleh barang dalam *flash sale* secara murah.

Dalam praktik promo flash sale hewan kurban yang diselenggarakan oleh Human Initiative dengan pembelinya juga menggunakan akad salam dalam transaksinya yaitu sistem jual beli melalui online. Salam

merupakan pembayaran yang dimana dilakukan terlebih dahulu dan penyerahan barang dilakukan kemudian hari. Tujuan dari penyerahan modal usaha salam adalah sebagai modal kerja, sehingga dapat dihunakan oleh penjual untuk menghasilkan barang (produksi) sehingga dapat memenuhi pesanan.

Diantara skema pembelian hewan kurban yang diizinkan adalah pertama, pesan hewan kurban kepada penjual untuk diserahkan sebelum hari H (akad *salam*). Membeli hewan kurban dengan cara menyerahkan dana tunai kepada si penjual, dengan dana tersebut si penjual akan membeli hewan tersebut sesuai dengan kriteria yang disepakati. Selanjutnya, sebagaimana Fatwa DSN MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli salam dan standar syariah Internasional AAOIFI No.10 tentang salam.⁷⁶

Kedua, membeli hewan kurban secara tunai dengan berat atau kondisi hewan kurban saat transaksi, kemudian membayar jasa penjual atau pihak lain untuk memelihara hewan kurban tersebut hingga diserahkan sebelum hari raya Idul Adha sesuai kesepakatan.

Ketiga, mem-booking hewan agar tidak dibeli oleh orang lain, kemudian si penjual mendapatkan fee atas jasa booking tersebut. Kemudian, sesuai waktu yang

⁷⁶Fatwa DSN MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli salam

diperjanjikan dilakukan transaksi jual beli tunai sesuai dengan berat hewan kurban yang ditransaksikan.

Gambar 2.1

Halaman campaign promo *flashsale* kurban 1/7 Sapi



F. Sistem Penetapan Harga Dalam Pelaksanaan *Flash Sale* Kurban

Lembaga Human Intiative yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia melakukan penetapan harga pada setiap adanya hewan kurban dengan menetapkan harga murah setelah memperhitungkan segala donasi yang telah dikeluarkan pada setiap hewan kurban dan seberapa keuntungan yang diperoleh pada setiap penjualan dari masing-masing hewan kurban.

Dalam penelitian ini penulis tidak memfokuskan secara keseluruhan promo yang disediakan, namun melihat pada penjualan hewan kurban tertentu dan peruntukan tertentu. Pada Lembaga Human Initiative, promo yang dilakukan memiliki waktu dan event tertentu yaitu satu bulan sebelum Hari Raya Idul Adha, selalu ada promo yang ditawarkan dengan beragam tingkatan. Misalnya harga yang kompetitif dengan pemilihan produk yang variatif

1. Type A 1/7 Sapi (1.770.000) atau (12.250.000) untuk didistribusikan ke seluruh wilayah terpencil negri. Berat hewan lebih kurang 200 kg
2. Type B 1/7 Sapi (2.500.000) atau (17.500.000) untuk didistribusikan ke seluruh wilayah terpencil negri. Berat hewan lebih kurang 250 kg
3. Type C 1/7 Sapi (3.500.000) atau (24.500.000) untuk didistribusikan ke seluruh wilayah terpencil negri. Berat hewan lebih kurang 350 kg
4. Type D (kambing atau domba) 1.850.000/ekor berat +23kg
5. Type E (kambing atau domba) 3.000.000/ekor berat +35kg

Ketentuan *Flash Sale*

1. Flash sale kurban 1/7 Sapi hanya 1.555.000
2. Harga spesial tersebut diperoleh apabila campaign (target kebutuhan) yang disediakan terpenuhi yakni Rp. 750.000.000



Sistem pelaksanaan *flash sale* kurban pada Human Initiative yaitu apabila hewan yang ada di catalog telah terjual maka akan ditetapkan promo sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh pihak Human Initiative pusat. Aturan yang telah ditetapkan oleh Human Initiative tidaklah tetap atau sesuai dengan kondisi di yang terjadi di lapangan. Misalkan, dalam promo *flash sale* kurban 1/7 Sapi, apabila orang yang telah membayarkan biaya kurban dianjurkan untuk mencari rekan untuk memenuhi iuran kurban tersebut.

Namun, apabila setelah mendapat peserta yang mau ikut untuk berkorban maka akan diberi bonus dari perusahaan yang nantinya diakumulasikan sebagai sedekah. Lembaga Human Initiative yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia melakukan penetapan harga pada setiap produknya dengan menetapkan harga rendah

setelah memperhitungkan segala biaya yang dikeluarkan pada setiap hewan kurban dan seberapa besar keuntungan yang diperoleh pada setiap dari masing-masing penjualan hewan kurban.⁷⁷

Kendati dengan banyaknya pesanan hewan kurban yang telah terjual pada promo *flash sale* kurban dalam hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti melakukan wawancara terhadap salah seorang konsumen yaitu dengan Bapak Sabiq selaku staff bidang keuangan, staf bidang program dalam kaitanya apakah promo yang diterapkan sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang hendak melaksanakan ibadah kurban? Beliau menjawab;

Tentu, pada dasarnya program ini dapat membantu masyarakat yang hendak menunaikan ibadah kurban dengan biaya yang terjangkau. Kami menjalin kerjasama dengan beberapa donatur daerah terdekat, kalo donaturnya itu banyak misalnya dari ritel dan perusahaan. Kalo dari perusahaan itu seperti PLN, BUMN, selain itu juga ada perorangan, ada juga tokoh-tokoh masyarakat yang berpengaruh. Di Lembaga ini memang bekerja untuk bisa membantu dan bersinergi dengan orang lain gitu kan. Nah, jadi salah satunya itu dari perusahaan perusahaan gitu. Terlebih kami juga menyediakan bonus bagi tiap anggota yang dapat meyakinkan orang lain agar ikut serta dalam program yang kami tawarkan.

⁷⁷Hasil wawancara penulis dengan Sabiq Kamalul Haq selaku staff bidang administrasi pada tanggal 30 September 2022

Selanjutnya untuk memperkuat pernyataan ini, peneliti melakukan wawancara dengan salah satu donatur tetap pada program kegiatan yaitu Bapak Adi.

Menurut Bapak Adi yang merupakan donatur yang sering membeli sejumlah hewan kurban setiap tahunnya mengatakan bahwa dirinya menilai program yang demikian dapat meningkatkan layanan kemudahan pada masyarakat yang tidak sempat melakukan ibadah kurban sendiri, sehingga selalu menargetkan disetiap tahun agar bisa senantiasa berkorban di Lembaga Human Initiative.⁷⁸

Menurut Ibu Irma salah satu anggota yang sudah terdaftar. Saat itu saya sangat ingin melaksanakan ibadah kurban akan tetapi melihat dana kami yang pas-pasan, lalu kami menemukan adanya promo kurban 1/7 sapi ini dengan biaya yang begitu terjangkau dan kami mulai tertarik. Namun, ini kan dijamin program *flash sale* gitu, maka pembayaran yang kami lakukan itu harga promonya yakni 1.5550.000 bukan harga aslinya yaitu 1.750.000. Kalaupun promonya tidak terlaksana ya berarti kita harus nambahin kekurangannya. Dikarenakan adanya potongan harga yang telah disediakan sebenarnya hewan kurban dapat dijadikan untuk meraih keuntungan pribadi dengan cara menjualnya kembali.⁷⁹

Berdasarkan wawancara dengan para pekurban terlihat bahwa promo flash sale ini belum jelas harga yang ditetapkan. Karena pembeli hewan kurban atau pengguna jasa yang telah membayarkan diawal yakni

⁷⁸Hasil wawancara penulis dengan Bapak Adi selaku donatur tetap pada tanggal 30 September 2022

⁷⁹Hasil wawancara penulis dengan Ibu Irma selaku konsumen pada tanggal 30 September 2022

1.550.000 tidak mengetahui promonya berlaku atau tidak, adapun kalau tidak maka pembeli diharuskan membeli hewan kurban diharga awal yakni 1.770.000 untuk type sapi A. Pada waktu pembelian dia tidak dapat memastikan apakah promonya berlaku atau tidak.

BAB IV
ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP
PRAKTEK PROMO FLASH SALE PADA JUAL
BELI HEWAN KURBAN

A. Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem *Flash Sale* Hewan Kurban

Flash sale adalah bentuk acara yang diberlakukan oleh beberapa perusahaan *e-commerce*. Pada umumnya, mengharapkan agar mempunyai tujuan serta target yang wajib dicapainya. Menurut penelitian journal "dormologi dan era *flash sale*" bahwa *flash sale* ini adalah strategi yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memikat daya tarik para konsumen. Dengan memunculkan harga khusus pembelian. Hewan kurban yang dipromosikan dimulai dari harga 1.770.000 untuk jenis kurban yang ada pada promo flash sale ini yang dimulai dari tanggal 18-31 Mei 2022. Dengan berbagai macam strategi ini, membuat para konsumen sangat tertarik dalam mengikuti event *flash sale* ini.⁸⁰

⁸⁰Bagus Ardiyansyah, Drajat Tri Kartono, dan Argoyo Dermatoto. *Dormologi dan Era Flash sale : Dalam Tinjauan Geliat Manusia Dalam Cyberspace*. Journal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sebelas Maret, Surakarta 2019.

Menariknya, terdapat beberapa produk hewan kurban yang dipromosikan dengan variasi harga yang bermacam-macam, sehingga dapat dilihat seperti gambar dibawah ini.

Gambar 2.2 Halaman Variasi Harga Promo Flash Sale Hewan Kurban



Dapat kita lihat bahwa banyak sekali hewan kurban yang ditawarkan dengan strategi *flash sale* yang dipromosikan karena menjadi kebutuhan yang hampir dicari oleh pembeli. Adanya *flash sale* ini membuat para pembeli mengambil kesimpulan bahwa dengan berbelanja kebutuhan yang kita perlukan saat adanya event *flash sale* ini membuat kantong keuangan kita lebih menghemat, dikarenakan banyak sekali promosi harga yang relatif lebih murah.

Human Initiative juga yang memudahkan dalam proses jual beli atau bertemunya penjual dengan pembeli walaupun adanya jarak yang terpisah antara penjual dengan pembeli dengan melalui media digital. Dengan cara memesan melalui online tanpa harus bertatap muka *face to face*, pembeli dapat membeli kebutuhannya melalui pemesanan via online. Dengan tahap pemesanan yang dibahas dengan singkat ini akan sama dengan pemesanan biasanya yaitu hewan kurban yang diinginkan akan di pesankan via online, lalu dapat memilih menggunakan metode pembayaran dengan jenis apa, transaksi membayar dilakukan di awal membayar secara menyeluruh dibayar lunas, hewan kurban akan di kirim atau didistribusikan ke daerah yang telah ditentukan, hanya ini prosesnya apabila disingkat dalam pembahasan ringkas.⁸¹

Berdasarkan dari pemahaman di atas, peneliti menganalisis terkait *flash sale* kurban dengan menggunakan hukum Islam sebagai tombak dalam analisis. Sesuatu dapat dikatakan sah dalam jual-beli salam harus memenuhi rukun dan berbagai macam syarat jual-beli salam yaitu :

⁸¹Saraswati, Pradhita, Baridwan Zaki. 2012. *Penerimaan Sistem Ecommerce: Pengaruh Manfaat Kepercayaan Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko*, Jurnal Universitas Brawijaya

1. Adanya orang yang melakukan akad

Umumnya *al-aqid* yaitu pelaku dalam jual-beli mempunyai syarat yakni diharuskannya ahli dan mempunyai kemampuan dalam melaksanakan akad serta mampu apabila adanya kendala yang menyebabkan menjadikan pengganti orang lain untuk mewakilkan ketika berlangsungnya suatu akad. Pihak yang melaksanakan akad ini harus mencapai pada tingkat *mumayyiz*. Karena itulah dilihat tidak sahnya suatu akad apabila dilakukan oleh anak kecil yang belum mencapai pada tingkatan *mummayiz*. Adapun menurut ulama Hanabillah dan syafiyah memberitahu bahwa orang yang berakad haruslah baligh, berakal sehat, dapat menjaga agama dan hartanya.

Dalam transaksi pada jual beli saat *flash sale* kurban dimulai masing masing pihak yang memiliki keterlibatan dalam bertransaksi telah memenuhi kategori *tamyiz* serta telah dapat mengoperasikan atau menggunakan gadget elektronik dan tentu sudah memenuhi kategori dalam memiliki kecakapan yang baik dan sempurna dalam mempunyai wewenang untuk bertransaksi dan hal inilah yang tidak dapat di mungkinkan untuk dilakukan oleh orang yang tidak mempunyai kecakapan yang baik ataupun sempurna (anak kecil dan orang gila).⁸²

⁸² Deden Khushendar, *Ensiklopedia Jual Beli Dalam Islam*. 2010

Berlangsungnya *flash sale* ini membuat bertemunya penjual serta pembeli, walaupun didalam transaksi jual-beli *flash sale* ini tidak bertatap muka secara langsung yakni melainkan melalui media online internet yang ada layanan *e-commerce* yang kerap dikenal dengan market place. Human Initiative ini membuat bertemunya penjual dengan pembeli dengan membuka lahan untuk adanya kegiatan saling tawar menawar negosiasi harga antara penjual dan pembeli agar mendapatkan harga yang disepakati oleh kedua belah pihak. Demikian syarat dari orang yang melakukan akad dalam jual beli yang telah terpenuhi.⁸³

Ada pandangan dari Al Bahuti didalam Haris faulidi yaitu salam atau disebut dengan *as-salam* adalah istilah dari bahasa arab yang memiliki makna diserahkannya. Dalam mendefinisikan *as-salam* dalam transaksi atas suatu yang masih ada dalam tanggungan dengan kategori kategori tertentu serta diserahkannya kemudian melalui pembayaran harga di tempat kontrak.

Transaksi *as salam* ialah bagian dari proses transaksi jual beli bisasa. Hanya saja didalam transaksi *as-salam* ada didalamnya syarat tambahan

⁸³ H. Suhartono, “*Transaksi E-Commerce Syariah (Suatu Kajian terhadap Perniagaan Online dalam Perspektif Hukum Perikatan Islam)*”, *Mimbar Hukum dan Peradilan*, no. 72 (2010)

yang dapat menentukan validitas dalam proses transaksi itu. Demikian dikarenakan transaksi *as-salam* produk yang dijadikan objek pada saat melakukan transaksi tidak tertera atau tidak di tampilkan saat proses transaksi berlangsung. Penjual hanya menyebutkan kategori deskripsikan produk yang akan dijualnya.⁸⁴

Pada umumnya saat jual secara langsung atau jual dalam keadaan ditangguhkan (online) ini akan menemukan rukun sebagai akad . Sighat ijab qobul inilah yang berlaku berdasarkan kemauan diri sendiri dari kedua belah pihak, baik pihak penjual juga pihak pembeli. Terdapat beberapa bagian di dalam sighat, sighat dibagi menjadi 4 bagian yaitu akad secara lisan, perbuatan, isyarat dan tulisan.⁸⁵

2. Barang yang dijual

Sudah dijelaskan bahwa barang yang akan diserahkan adalah barang yang sudah ditentukan kadar, jenis ,dan sifatnya.mulai dari kualitasnya bagaimana sifat spesifikasi barang tersebut, penjual harus memberikan gambaran barang dengan sama dengan yang mereka jual pada *flash sale* dengan

⁸⁴Haris Faulidi, *Transaksi Bisnis Ecommerce*, (Yogyakarta : Magistra, 2004), 124

⁸⁵Ahmad Bin Abdurrazzaq Adduwaisy. *Fatwa-fatwa Jual Beli*. 2004

detail dan jelas agar pembeli yakin untuk membeli barang yang di promosikan penjual.

Objek/barang yang dijual pada *flash sale* ini berupa hewan kurban dengan berat atau kondisi hewan kurban saat transaksi.⁸⁶

3. Sighat atau Ijab Kabul

Sighat yang mendekati dalam suatu perjanjian jual beli yang ditangguhkan (online) ini terkait *flash sale* kurban adalah Sighat yang merupakan bagian tertulis. Dikarenakan pasal 1 angka 17 Undang undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa yang dimaksudkan dengan kontrak elektronik yakni perjanjian antar pihak-pihak yang dibuat melalui sistem elektronik" mendukung dengan pasal 1 angka 12 disebutkan :

*"Tanda tangan elektronik ialah tanda tangan yang berdirikan atas informasi elektronik yang di lekatkan ,terasosisaikan terikat dengan informasi elektronik lain yang digunakan sebagai alat verifikasi dan audentikasi."*⁸⁷

Adanya makna "digunakan sebagai alat verifikasi dan audentikasi" pada pasal tersebut menunjukkan

⁸⁶Friska Muthi Wulandari, *Jual beli Online yang Aman dan Syar'I* (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Onlien di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga). *JurnalAzZarqa'*, vol 7 no.2 (2015)

⁸⁷Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

bahwa perjanjian jual-beli online dapat dibuktikan dengan bukti yang tertera secara tertulis dengan berupa catatan.jelas bahwa perjanjian ini terkait jual beli *flash sale* (online) menggunakan sighat jenis tertulis.

Sighat atau ijab dan qobul di dalam promo flash sale hewan kurban dilakukan secara tertulis melalui media platform yang telah disediakan oleh penjual. Adapun syarat dari jeal beli pesanan sebagai berikut:

- 1). Jenis objek harus jelas dalam promo *flash sale* tersebut ialah berupa hewan kurban, 2) Sifat objek jelas, 3) Kadar dan ukuran dalam promo flash sale hewan kurban dinyatakan dengan jelas hal ini dibuktikan dalam salah satu akad yang telah dilakukan. Contohnya pada sebuah penjualan kurban 1/7 sapi type a dengan ukuran 200 kg dan keterangan terkait kadar dan ukuran hewan ini di nyatakan jelas dalam pemesana barang. 4) Jangka waktu *flash sale* harus jelas, hal ini dinyatakan secara tertulis yang terdapat pada campaign. 5) Asumsi modal diketahui para pihak, tujuan diketahui asumsi modal ini untuk mengetahui berapa banyak modal yang di gunakan penjual untuk mengadakan barang ang di pesan dan untuk mengetahui berapa harga yang harus di bayar oleh pembeli dan di sistem *flash sale* juga asumsi modal juga di nyatakan dengan jelas. 6) Jelas harganya, yang dimaksud jelas harganya ialah harga

barang yang dinyatakan dengan nominal dan selain itu juga harus di bayarkan langsung pada saat akad.

4. Khiyar dan harga

Pada *flash sale* kurban ini, hewan kurban yang di promosikan untuk dijual sudah di tentukan harga terlebih dulu di awal dan wajib diketahui oleh pembeli yang ingin membeli barang tersebut. Selama kegiatan *flash sale* berlangsung, pihak lembaga memberikan harga yang jelas dan detail agar dapat dilihat oleh pembeli yang ingin membayar tersebut.

Dalam praktik promo *flash sale* hewan kurban, penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung. Ijab dari pihak penjual dinyatakan dengan bentuk menuliskan keterangan deskripsi type hewan kurban beserta lengkap dengan harga-harganya, sedangkan kabul pembeli dinyatakan setelah pembeli tersebut telah membaca deskripsi ketentuan dan type hewan yang telah ditawarkan oleh pihak penjual dan kemudian ia melanjutkan dengan membeli hewan kurban serta mengirimkan sejumlah nominal uang kepada penjual. Hal tersebut bisa dikatakan secara tidak langsung mengenai bentuk ijab kabul dalam transaksi jual beli online.

B. Analisis Hukum Islam Terhadap Ketetapan Harga Dalam Promo *Flash Sale* Hewan Kurban

Ketapan harga adalah tawar menawar harga untuk mendapatkan kesepakatan atas harga barang yang menjadi obyek transaksi pesanan, kesepakatan harga atau penetapan harga dalam jual beli pesanan akan sah atau sesuai dengan hukum Islam apabila telah memenuhi syarat salam yaitu harga dalam jual beli salam harus jelas, maksudnya ialah harga barang dinyatakan dalam ukuran nominal. Hal ini masuk dalam rukun jual beli salam yaitu jelas barang dan harganya, dianjurkan harga barang dimasukan dalam catatan hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi perselisihan dikemudian hari.⁸⁸

Dalam praktik jual beli *flash sale* di Human Initiative terdapat sesuatu praktik penetapan atau kesepakatan terhadap suatu harga hewan kurban yang sangat unik, dari penelitian yang telah penulis lakukan penetapan harga yang menarik untuk dibahas ialah pertama penetapan harga secara jelas diawal.

Kriteria pertama ini terjadi apabila barang yang di pesan oleh pemesan contohnya ada di catalog akan tetapi, jumlah atau tipe hewan kurban berbeda maka penjual akan memberikan harga secara jelas diawal misalnya pemesan memesan sapi tipe c sedangkan hewan kurban yang tersedia kekurangan pasokan maka pembeli dapat

⁸⁸ Bagheri, Parviz, Hasan. *Penerapan Prinsip Khiyar Dalam Kontrak Online*. Journal Ilmu sosial. 2015

memesannya sesuai keinginannya dengan harga seperti hewan kurban yang tersedia di catalog. Misalnya harga hewan kurban Rp.2.500.000 per orang maka harga hewan kurban yang dipesan juga sama Rp. 2.500.000 tanpa menunggu target kebutuhan yang disediakan telah selesai.

Kedua memberikan harga berdasarkan syarat, kriteria kedua ini diberikan apabila harga promo yang ditawarkan oleh Human Intiative yang disediakan dalam catalog telah memenuhi target kebutuhan presentase hewan kurban yang dipesan oleh pemesan, misalnya opemesan yang telah membayarkan biaya diawal yakni Rp. 1770.000 menjadi Rp. 1.555.000 dianjurkan untuk mencari rekan lainnya untuk memenuhi iuran kurban tersebut. Hal ini diberikan oleh penjual agar tidak mengalami kerugian. Pemberian harga dengan syarat tersebut atas kesepakatan penjual dan pemesan.

Untuk menganalisis apakah kesepakatan harga dalam promo *flash sale* kurban telah sesuai dengan hukum Islam maka diperlukan data terkait bagaimana kesepakatan harga yng terjadi di transaksi promo tersebut. Untuk mengetahui bagaimana kriteria harga dalam penetapan harga dalam promo *flash sale* kurban peneliti mengambil dari data wawancara kepada pihak pemesan dan pihak yang menerima pesanan.

Pertama, dari ibu Irma. Pemesanan yang dilakukan oleh ibu Irma kepada Human Intiative dimulai dari

memesan satu hewan kurban sapi dengan type a yakni dengan harga Rp. 1.770.000 yang nantinya akan ditetapkan berlakunya promo *flash sale* seharga Rp. 155.000, 00. Hewan kurban akan didistribusikan sesuai daerah dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Human Intiative. Jual beli dengan promo ini telah disepakati oleh kedua pihak. Dari wawancara tersebut peneliti menghasilkan kesimpulan bahwa kesepakatan harga antara Ibu Irma telah sesuai dengan hukum Islam karena harga dalam transaksi tersebut telah dinyatakan dengan jelas sesuai dengan ketentuan jual beli salam.⁸⁹

Kedua, dari bapak Hasan promo *flash sale* ini dimulai pada saat bapak Hasan merupakan pemesan dan juga salah satu donatur tetap di Human Intiative. Pada saat bapak Hasan memesan hewan kurban type a dari hasil proses negosiasi pada Human Intiative menghasilkan kesepakatan harga yaitu Rp. 1555.000 dari harga promo yang telah ditetapkan. Human Intiative memberikan harga Rp.1.555.000 apabila syarat yang diberikan telah terpenuhi yakni mencari anggota lain untuk ikut berkorban di Human Intiative.

Dikarenakan harga yang diperkirakan akan mengalami kenaikan sehingga dalam hal ini tiap pemesan

⁸⁹Suhir, Moch., Imam Suryadi, Riyadi. 2014. “*Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*”, Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang

harus dapat meyakinkan orang lain guna mengantisipasi apabila terjadi kenaikan harga.

Dari wawancara tersebut peneliti menghasilkan kesimpulan bahwa harga promo *flash sale* kurban belum sesuai dengan hukum Islam karena harga yang ditetapkan dalam transaksi promo *flash sale* masih belum jelas dan ada kemungkinan besar dapat berubah yang mana dalam ketidakjelasan harga akan berpotensi menimbulkan permasalahan. Dalam jual beli salam diharuskan harga barang/objek jelas karena termasuk kedalam syarat sahnya jual beli pesanan.

Dengan demikian jelaslah bahwa para pelaku usaha diperbolehkan mengambil keuntungan dari barang dagangannya sesuai dengan yang diinginkannya selama tidak dengan jalan menipu, menimbun, atau dengan jalan haram lainnya yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Namun Islam menganjurkan mengambil keuntungan sepatutnya dalam setiap penjualan hal ini agar timbulnya rasa saling suka rela antara kedua belah pihak yang melakukan jual beli baik itu penjual maupun pembeli.⁹⁰

Keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sedangkan keuntungan yang sangat rendah akan membuat lesu perdagangan karena pedagang kehilangan motivasi. Sebaliknya, bila pedagang mengambil keuntungan sangat tinggi juga akan membuat lesu perdagangan karena lemahnya permintaan

⁹⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 72.

konsumen. Dalam Islam diberikan kebebasan dalam melakukan jual beli selama jual beli yang dilakukan tidak melanggar dengan aturan yang ada. Namun dalam Al-Quran tidak dijumpai atau disebutkan aturan tentang discount secara jelas, tetapi hanya dijelaskan aturan jual beli secara umum.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا⁹¹

...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...(QS. Al-Baqarah: [2]275)⁹¹

Dari ayat dan kaidah di atas yang menjelaskan hukum jual beli secara umum namun tidak membahas secara khusus mengenai promo. Namun, Islam mengatur segala aspek agar semua terhindar dari kerugian dunia dan akhirat.

Berdasarkan prinsip muamalah yang harus sesuai dengan hukum Islam, promo *flash sale* hewan kurban yang dilakukan oleh Lembaga Human Intiative belum termasuk menjalankan seperti keterangan di atas, transaksi yang dilakukan oleh Human Intiative masih ada unsur ketidak tahuan (*jahl*) dalam mengkondisikan pekurban, karena pembeli yang sudah membayarkan diawal terselenggaranya *flash sale* belum bisa memastikan harga yang akan berlaku. Sedangkan apabila potongan harga yang telah dijanjikan tidak berlaku, maka pekurban diharskan membayar biaya kekurangannya dan

⁹¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Surabaya: Mekar, 2002), 58

juga apabila tidak terbayarkan maka akan ditetapkan sebagai sedekah biasa.

Pada prinsipnya penjual berhak menawarkan barangnya dengan harga sesuai yang diinginkannya. Karena barang yang dijual adalah miliknya. dan seseorang berhak untuk memberlakukan barangnya sesuai yang diinginkan. Sehingga, penjual berhak menurunkan harga, atau potongan harga kepada konsumennya serta berhak menetapkan harga yang berbeda untuk konsumennya.

Praktek jual beli dengan menggunakan promo *flash sale* telah dibenarkan dalam Islam dengan mematuhi syarat dan rukun tertentu dan terhindar dari segala hal yang telah dilarang. Namun keabsahannya tergantung kepada kedua belah pihak dalam melaksanakan rukun dan syarat serta memperhatikan segala hal yang telah dilarang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis mengkaji dan memaparkan pembahsan skripsi ini maka dari hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Promo *flash sale* hewan kurban merupakan aktivitas pemasaran yang biasanya diberikan oleh penjual maupun perusahaan untuk meningkatkan penjualan barang. Dalam praktiknya, terdapat syarat keharusan anggota untuk mengajak anggota lain untuk ikut serta kedalam program ini. Setelah melakukan pembayaran, maka harga promo akan ditetapkan sesuai dengan ketentuan waktu yang telah ditetapkan oleh penjual. Dengan demikian terdapat pembeli yang beruntung akan mendapat promo *flash sale* tersebut dan yang tidak mendapat harga promo.
2. Tinjauan hukum Islam terhadap promo *flash sale* kurban yang diterapkan oleh Lembaga Human Intiative tahapan atau strategi jual beli online itu sama dapat diqiyaskan pada jual beli yang ada pada hukum islam yaitu ba'i as salam yang artinya proses ini tetap berjalan langsung akan tetapi barang yang kita ingin bersifat tangguhan (pesanan). Terkait dengan beberapa tahap prosedur agar mendapatkan harga tersebut yang mana harus melewati berbagai

tahapan, tidak sesuai dengan hukum Islam karena harga yang disepakati berupa harga perkiraan atau sewaktu-waktu bisa berubah yang mana dalam persyaratan salam harus dinyatakan dengan jelas secara spesifik.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran dari penulis yang dapat membangun bagi kedua belah pihak, sehingga membentuk kerjasama yang saling menguntungkan, dan tidak keluar dari syari'at hukum Islam

1. Bagi pihak Human Intiative hendaknya senantiasa menggunakan sistem promosi yang sesuai dengan konsep jual beli dalam Islam tanpa adanya tindakan pembohongan dalam harga agar senantiasa mendapatkan kebaikan baik secara dunia maupun akhirat;
2. Kepada para konsumen hendaknya mengerti dan memahami dengan jelas tentang konsep *flash sale* sebagai sarana promosi, dan tidak langsung tertarik dengan promosi harga murah yang ditawarkan.
3. Bagi pembeli diharapkan lebih mencermati dan teliti saat akan membeli barang agar terhindar dari segala bentuk *gharar*

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku dan Jurnal

- Abdul Rahmat Ghazaly et al, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Abdullah Siddik al-Haji, *Inti Dasar Hukum Dagang Islam*, Jakarta: Balai Pustaka, 1993.
- Adiwarman Karim dan Oni Sahroni, *Riba, Gharar dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih dan Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Ahmad Rijali, “*Analisis Data Kualitatif*”, Jurnal Alhadharah, vol. 17, no. 33, Januari-Juni 2018.
- Akhmad Farroh Hasah, *Fiqh Muammalah dari Klasik Hingga Kontemporer*, Malang: UIN Maliki Press, 2018.
- Ali Hasan, “*Manajemen Bisnis Syariah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*”, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009.
- Asep Jamaluddin, *Fiqh Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Liberty, 2003.
- Deni Apriadi dan Arie Yadi Saputra, *E-commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat*
- Departmen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro

- Depri Liber Sonata, “*Metode penelitian hukum normatif dan empiris: karakteristik khas dari metode meneliti hukum*”, *Fiat Justisia jurnal ilmu hukum*, vol. 8 no.1, Januari-Maret 2014.
- Dimyauddin Djuwaini, *Fiqh Muammalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- E. Boone dan David L. Kurtz, *Pengantar Bisnis Kontemporer*, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Ending Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Ed III, Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Harun, *Fiqh Muamalah*, Surakarta: Muhammadiyah Universitas Press, 2017.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muammalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Kotler, p., & Keller, k. l., *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- M. Ali Hasan, *Zakat, Pajak, Asuransi dan Lembaga Keuangan, Masa'il Fiqhiyyah II*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Pesada, 19997.
- Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi ke Dua*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Melisa Setiawan Hotana, *Industri E-Commerce dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha*.

- Munir Fuady, *Metode Riset Hukum Pendekatan Teori dan Konsep*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2018.
- Munir Salim, *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*, Al-Daulah, Vol. 6, No. 2, Desember 2017.
- Musafa'ah Suqiyah. dkk, *Hukum Ekonomi Dan Bisnis Islam I*, Surabaya: IAIN SA Press, 2013.
- Nasrun Haroen, *Fiqih Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000
- Nurul Huda dan Muhammad Heykal, *Lembaga Keuangan islam tinjauan teoritis dan praktis*.
- Qamarul Huda, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Sukses Offset, 2011
- Rachmat Syafe'I, *Fiqih Muammalah*, Bandung: CV pustaka setia, 2001.
- Resti, *Distribusi Penjualan Hasil Pertanian*, Jurnal (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi) Vol.1 No.2,
- Saifudin Azwar, *Metodelogi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Sayid Sabiq, *Fiqih Sunnah*, alih bahasa oleh Kamaluddin A. Marzuki, Terjemah Fiqih Sunnah, Jilid III, Bandung : Al Ma'arif, 1987,
- Shabirin, *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*, Bisnis, Vol 3, No.2, Desember 2015, hal.6

- Suhrawardi K Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Suhrawardi K Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*. 2016
- Suteki, Galang Taufani. *Metodologi Penelitian Hukum*, Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2018.
- Syafrudin Makmur, *Hukum Informasi dan TransaksiElektroni* .
- Wahbah Az-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu*, Dimsyiq: Dar al-fikr,1998, juz . 3
- Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014.

B. Kitab

- Al-Hafiz bin Hajar Al-‘Asqalani, *Terjemah Bulughul Maram*, Indonesia: Darul ahya Al-Kitab Al-Arabiyah, 158.
- At-Tarmidzi, *Sunnah At-Tirmidzi*, jus 3, maktabah kutub Almutun 5/5
- Al-Qodhi Abu Syuja’, *Matan al-Ghayah wa at-Taqrrib*, Beirut: Daer el-Masyari’, 1996, hal.22
- Bassam, Abdullah bin Abdurrahman Ali, *Taisiru Al-Allam Syarh Umdan Al-Ahkam, Syarah Hadis Pilihan Bukhori Muslim*. Terj. Khatir Suhardi”, Jakarta: Darul Falah, Cet. Ke VII, 2008
- Khalid bin Abd Allah Al-Muslih, *Al- Hawafiz Al-Tijariyah*,

Abdul Qadir Syaibah al-Hamd, Izzudin Karimi, dkk
Syarah Bulughul Maram, Jakarta: Darul Haq,
2007, hlm. 57.

Zainuddin bin Abdul Aziz Al-Mabari, *Terjemah Fathul
Mu'in Juz 2*, Al-Hidayah, Surabaya, 1993 M

Muhammad Ibnu Rusdy Al-Qurthuby, *Bidayatul
Mujtahid Wa Nihayat Al-Muqtashid* (Terj.
Syeikh Muhammad Wa'iz, Dr. Muhammad
Khadrah) (Jakarta: Akbar Media, 2003)

M Arifin Kurnia, Ibn Hajar Al-'Asqalani, *Bulugh al-
maram min adillah al-ahkam*, Al-Jubail, Saudi
Arabia: Dar As-Shidiq, cet.1, 1423 H/2002 M.

C. Internet

Levtiadiwirawan.blogspot.co.id/2015/10/pkpu-sebuah-
organisasi.lembaga.html=1,<https://pkpu.org/tentang-kami>(diakses pada tanggal 12 September
2022)

[https://human-initiative.org/program/initiative-for-
disaster](https://human-initiative.org/program/initiative-for-disaster)diakses pada tanggal 31 September 2022
pukul 23.29

<https://human-initiative.org/tentang-kami>diakses pada
tanggal 31 September 2022 pukul 23.40

[http://repository.uinbanten.ac.id/8673/4/S_HES_1811300
77_Bab%20II.pdf](http://repository.uinbanten.ac.id/8673/4/S_HES_181130077_Bab%20II.pdf)diakses pada tanggal 31
September 2022 pukul 00.00

LAMPIRAN

1. Fatwa Dewan Syariah Nasional Tentang Jual-Beli Salam

Menetapkan : FATWA TENTANG JUAL BELI SALAM
Pertama : Ketentuan tentang Pembayaran:

1. Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat.
2. Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.
3. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.

Kedua : Ketentuan tentang Barang:

1. Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang.
2. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
3. Penyerahannya dilakukan kemudian.
4. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
5. Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
6. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.

Ketiga :Ketentuan tentang Salam Paralel (السلم الموازي):
Dibolehkan melakukan salam paralel dengan syarat, akad kedua terpisah dari, dan tidak berkaitan dengan akad pertama.

Keempat : Penyerahan Barang Sebelum atau pada waktunya:

1. Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati.
2. Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga.
3. Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon).
4. Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga.
5. Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan, atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan:
 - a. membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya,
 - b. menunggu sampai barang tersedia.

Kelima : Pembatalan kontrak

Pada dasarnya pembatalan salam boleh dilakukan, selama tidak merugikan kedua belah pihak.

Keenam : Perselisihan

Jika terjadi perselisihan di antara kedua belah pihak, maka persoalannya diselesaikan melalui Badan Arbitrasi Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

2. Campaign

SOLUSI PEDULI.ORG Q ID ☰

Donasi Terhimpun **Rp 19.026.291.987** | Orang Peduli **21.074** | Prog

INSYAALLAH QURBAN
SEBARKAN MANFAAT
UNTUK MENJANGKAU MASYARAKAT YANG LEBIH LUAS
solusipeduli.org/qurban

human initiative

Qurban 1 Kambing | Tipe D – Rp 1.850.000
Rp456 Jt Donasi Terkumpul | 247 Pekurban | 76%

Qurban 1/7 Sapi | Tipe A – Rp 1.750.000
Rp682 Jt Donasi Terkumpul | 390 Pekurban | 85%

Qurban 1/7 Sapi | Tipe B – Rp 2.500.000
Rp135 Jt Donasi Terkumpul | 54 Pekurban | 45%

Qurban 1/7 Sapi | Tipe C – Rp 3.500.000
Rp24.500.000 Donasi Terkumpul | 7 Pekurban | 25%

Home Donasi Saya 0 Donasi Bebas Akun Saya Bantuan

Featured

Flashsale : Qurban 1/7

Sapi hanya Rp 1.555.000

FLASHSALE QURBAN
Kesempatan Baik Tak Datang Dua Kali

Tunaikan Qurban Sekarang
Harga Lebih Terjangkau
Rp. 1.750.000
Rp. 1.555.000 61%

solusipeduli.org/qurbanflashsale

18 - 31 Mei 2022

human initiative

human initiative.org

Rp60.645.000

Donasi Terkumpul

Rp0

Donasi

Tersalurkan

39

Pekurban

Rp100 Jt

Total kebutuhan

− 1 +

Total: Rp1.555.000

Hewan 1



Home



Donasi Saya



Donasi Bebas



Akun Saya



Bantuan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Mohammad Izza Naufal
Tempat/ Tanggal lahir : Kendal, 27 Juli 2000
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Desa KARANGSENEG Rt.04
Rw.04
Kecamatan Gemawang
Kabupaten Temanggung
No. Hp : 0813-2070-4831
E-mail : izzanaufal27@gmail.com
Jenjang Pendidikan :

1. TK Tarbiyatul Athfal (2005)
2. SDN 06 BOJA (2006-2008) MI KARANGSENEG (2008-2012)
3. Mts Al-Wathoniyyah Semarang (2012-2013) Mts NU Al-Hikmah (2012-2015)
4. API Ponpes Tegalrejo Magelang (2015-2018)
5. UIN WALISONGO SEMARANG (2018)

Demikiran daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 07 Desember 2022

Penulis

Mohammad Izza Naufal