

Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Transparansi dan Kejujuran dalam Praktik Flash Sale di Marketplace Digital

**Alrizal Rahmatusyam¹, Ayu Tri Febriani², Abdul Hasan³,
Dina Mardiana⁴, Hulaiva Pary⁵**

Sekolah Tinggi Agama Islam Al Badar Cipulus Purwakarta^{1,2,3,4,5}

*Koresponden: Ayu3febriani@gmail.com

Abstrak

Perkembangan transaksi digital mendorong munculnya berbagai model promosi, salah satunya flash sale, yang menawarkan potongan harga besar dalam waktu singkat untuk menarik minat konsumen. Meskipun efektif secara pemasaran, praktik ini sering menimbulkan kebingungan, ketidakjelasan informasi, hingga keputusan pembelian yang tergesa-gesa. Penelitian ini bertujuan menelaah praktik flash sale melalui perspektif Hukum Ekonomi Syariah, mengingat pentingnya prinsip transparansi dan keadilan dalam transaksi menurut syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan kepustakaan (library research), melalui penelaahan literatur fikih, fatwa, jurnal ilmiah, serta regulasi yang relevan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa flash sale pada dasarnya bukanlah praktik yang dilarang dalam Islam. Namun, legalitasnya sangat dipengaruhi oleh cara mekanisme tersebut dijalankan. Ketika flash sale disertai perubahan harga secara tiba-tiba, stok fiktif, deskripsi produk yang tidak lengkap, atau manipulasi countdown timer yang mendorong konsumen bertindak tanpa pertimbangan, maka praktik tersebut mengandung unsur gharar dan tadhlis, sehingga tidak sesuai dengan prinsip muamalah. Sebaliknya, flash sale menjadi sah menurut syariah apabila seluruh informasi harga, jumlah stok, spesifikasi produk, serta ketentuan promosi disampaikan secara jujur dan transparan tanpa menimbulkan kerugian psikologis maupun material bagi konsumen.

Penelitian ini menegaskan bahwa tantangan utama dalam flash sale bukan pada bentuk promosinya, tetapi pada etika pelaksanaannya. Dengan menjaga kejujuran, transparansi, dan perlindungan terhadap hak konsumen, flash sale dapat menjadi strategi pemasaran modern yang tetap selaras dengan nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah.

Kata Kunci: Flash Sale, Hukum Ekonomi Syariah, Gharar, Tadhlis, Etika Bisnis, Transaksi Digital.

Abstrack

The rapid growth of digital transactions has given rise to various promotional models, one of which is the flash sale a marketing strategy that offers significant price reductions within a very limited time frame. While effective in attracting consumers,

Flash sales often create confusion due to unclear information, sudden price changes, and psychological pressure that encourages impulsive purchasing decisions. This study examines the practice of flash sales through the perspective of Islamic Economic Law, emphasizing the importance of transparency, fairness, and ethical conduct in commercial transactions. The research employs a qualitative method with a library research approach, drawing on classical fiqh literature, fatwas, academic studies, and relevant regulations.

The findings reveal that flash sales are not inherently prohibited in Islamic law. However, their permissibility is highly dependent on how the mechanism is implemented. Flash sales become incompatible with Sharia principles when accompanied by misleading information, fictitious stock availability, incomplete product descriptions, or manipulative countdown timers that pressure consumers into hurried decisions. Such practices may involve elements of *gharar* (uncertainty) and *tadlis* (deception), which are strictly forbidden in Islamic commercial ethics. Conversely, flash sales are considered permissible when all information regarding prices, stock availability, product quality, and promotional terms is delivered transparently, honestly, and without causing psychological or material harm to consumers.

This study concludes that the primary issue surrounding flash sales lies not in the promotional format itself but in the ethics governing its implementation. With proper adherence to honesty, transparency, and consumer protection, flash sales can serve as a modern marketing strategy that remains aligned with the values of Islamic Economic Law.

Keyword: *Flash Sale, Islamic Economic Law, Gharar, Tadlis, Business Ethics, Digital Transactions.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dalam dua dekade terakhir telah membawa transformasi signifikan dalam sektor perdagangan global. Digitalisasi sistem transaksi melalui platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan berbagai marketplace lainnya telah mengubah perilaku konsumsi masyarakat dari pola tradisional menuju pola transaksi berbasis digital yang lebih cepat, praktis, dan fleksibel. Dalam konteks ini, persaingan antarpenjual semakin ketat sehingga mendorong munculnya berbagai inovasi strategi pemasaran digital, salah satunya adalah sistem flash sale. Flash sale merupakan mekanisme promosi yang menawarkan potongan harga cukup besar dalam jangka waktu yang sangat singkat dan dengan jumlah stok yang terbatas sebagai upaya menciptakan urgensi dan memicu peningkatan transaksi dalam waktu cepat.

Walaupun terbukti efektif dalam meningkatkan volume penjualan dan menarik perhatian konsumen, praktik flash sale tidak terlepas dari sejumlah persoalan yang menimbulkan kontroversi. Banyak konsumen mengalami kesulitan dalam memahami perubahan harga yang terjadi secara tiba-tiba,

ketidakjelasan informasi mengenai ketersediaan stok, serta adanya batas waktu yang sangat ketat yang sering kali membuat konsumen terpaksa mengambil keputusan pembelian tanpa sempat membaca deskripsi produk secara utuh. Selain itu, beberapa laporan menunjukkan bahwa harga sebelum flash sale dinaikkan terlebih dahulu sehingga potongan harga yang ditampilkan terlihat sangat besar, suatu praktik yang dapat dikategorikan sebagai *tadlis* atau bentuk penyesatan informasi. Begitu pula adanya aspek *gharar*, yaitu ketidakjelasan terkait kualitas barang, jumlah stok, ataupun kesesuaian barang dengan deskripsi, yang sering kali baru disadari konsumen setelah melakukan pembelian.

Persoalan-persoalan ini menimbulkan pertanyaan fundamental mengenai bagaimana mekanisme flash sale sebenarnya dijalankan pada marketplace digital dan apakah praktik tersebut masih berada dalam batas-batas yang sesuai dengan prinsip keadilan dan transparansi. Hal ini menjadi sangat penting dalam konteks Hukum Ekonomi Syariah, yang secara tegas menetapkan bahwa setiap bentuk transaksi harus didasarkan pada kejelasan objek akad, kejujuran informasi, serta kerelaan kedua belah pihak (*an tarādin minkum*). Islam melarang segala bentuk transaksi yang mengandung *gharar* (ketidakjelasan), *tadlis* (penipuan), maupun *ghubn* (ketidakadilan harga), karena dapat merugikan salah satu pihak dan bertentangan dengan prinsip dasar muamalah yang menjunjung etika bisnis, tanggung jawab, dan keterbukaan informasi. Dengan demikian, timbul kebutuhan akademik untuk memeriksa lebih jauh apakah praktik flash sale pada e-commerce modern telah memenuhi prinsip transparansi dan keadilan tersebut atau justru berpotensi bertentangan dengan ketentuan syariah (Adil Alfarizi Nst, 2025). Fenomena semakin maraknya promosi flash sale, tingginya minat masyarakat terhadap program tersebut, serta meningkatnya laporan ketidakpuasan konsumen menjadikan kajian ini relevan secara teoritis maupun praktis. Secara akademik, kajian ini berupaya menjawab beberapa persoalan penting, mulai dari bagaimana mekanisme flash sale dijalankan pada platform e-commerce, apakah sistem tersebut mengandung unsur ketidakjelasan atau manipulasi yang berpotensi menimbulkan *gharar* atau *tadlis*, hingga bagaimana Hukum Ekonomi Syariah menilai praktik tersebut berdasarkan kaidah *fiqh muamalah* dan prinsip etika bisnis Islam. Penelitian ini juga diarahkan untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai batasan-batasan syariah dalam praktik pemasaran digital modern serta memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha agar menerapkan strategi pemasaran yang

.tidak hanya efektif, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai keadilan dan kejujuran yang diajarkan oleh Islam (Luqman Hakim , Jalaluddin Al Yamani, 2025).

Dengan demikian, penelitian mengenai tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap penjualan produk dengan sistem flash sale yang membingungkan konsumen menjadi signifikan untuk menjawab tantangan perkembangan transaksi digital yang kompleks. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memperkaya literatur terkait jual beli kontemporer dalam perspektif syariah sekaligus memberi arah bagi praktik bisnis online yang lebih etis, transparan, dan berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang berikut peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap penjualan produk dengan sistem flash sale”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research). Pendekatan kualitatif dipilih karena fokus utama penelitian ini adalah memahami fenomena penjualan produk dengan sistem flash sale secara mendalam dari sudut pandang Hukum Ekonomi Syariah, bukan mengukur data numerik. Melalui metode ini, peneliti berupaya menggambarkan realitas praktik flash sale yang sering kali menimbulkan kebingungan konsumen, kemudian menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer meliputi literatur dasar Hukum Ekonomi Syariah seperti Al-Qur'an, Hadis, serta karya-karya ulama fikih yang membahas konsep jual beli, gharar, tadelis, dan etika bisnis. Adapun data sekunder diperoleh melalui buku-buku ekonomi syariah, artikel ilmiah, jurnal-jurnal terakreditasi, fatwa DSN-MUI, serta berbagai referensi digital yang relevan, termasuk analisis praktik flash sale pada platform e-commerce kontemporer.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumentasi, yaitu menelaah, mencatat, dan mengkategorikan berbagai sumber pustaka yang berkaitan dengan tema penelitian. Seluruh data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis isi (content analysis), yaitu metode untuk memahami makna, menafsirkan konsep-konsep kunci, serta menarik benang merah antara teori hukum ekonomi syariah dengan fenomena flash sale. Melalui proses analisis ini, peneliti berupaya menghasilkan kesimpulan yang logis, komprehensif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Sistem Flash Sale dalam E-Commerce

Flash sale merupakan strategi pemasaran yang memberikan potongan harga signifikan dalam waktu yang sangat terbatas, misalnya hanya beberapa menit atau jam tertentu. Sistem ini biasanya disertai hitungan mundur (countdown timer) dan stok yang sangat terbatas. Tujuan utama flash sale adalah menciptakan kesan urgensi dan kelangkaan sehingga konsumen terdorong untuk membeli secara cepat tanpa proses pertimbangan yang matang.

Di berbagai platform e-commerce, flash sale sering menjadi ajang promosi besar, terutama pada momen tertentu seperti Harbolnas, Ramadhan, atau diskon akhir tahun. Namun, dalam praktiknya tidak jarang konsumen mengalami kebingungan—mulai dari informasi stok yang tidak jelas, tampilan harga yang berubah secara tiba-tiba, hingga produk yang dinyatakan “sold out” dalam hitungan detik. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan serius terkait transparansi dan kejujuran dalam mekanisme penjualan tersebut (Hermawan & Rofiq, 2024).

B. Bentuk-Bentuk Kebingungan Konsumen dalam Flash Sale

Beberapa pola yang sering muncul dalam fenomena flash sale antara lain:

1. Informasi harga yang menyesatkan (misleading price).
Konsumen melihat harga diskon yang sangat murah, namun setelah memasuki halaman pembayaran harga berubah atau muncul biaya tambahan yang sebelumnya tidak diinformasikan.
2. Stok produk tidak sesuai kenyataan.
Produk sering kali langsung “habis” ketika flash sale dimulai, menimbulkan dugaan bahwa stok tidak benar-benar tersedia atau jumlahnya tidak transparan.
3. Manipulasi tampilan waktu (timer manipulation).
Beberapa platform memperpendek atau memperpanjang hitungan mundur sehingga menimbulkan kesan terburu-buru dan mendorong konsumen bertransaksi tanpa membaca detail produk.
4. Deskripsi produk yang tidak lengkap atau tidak sesuai.
Dalam kecepatan pembelian, konsumen tidak memiliki waktu cukup untuk mengevaluasi mutu barang, sehingga berpotensi membeli produk yang tidak seperti yang dibayangkan.

Kondisi-kondisi di atas mengindikasikan adanya potensi ketidakjelasan (gharar), penyesatan informasi (tadlis), bahkan eksploitasi kondisi psikologis konsumen (Pratiwi & Dirkareshza, 2023).

C. Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Flash Sale

Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, suatu transaksi jual beli hanya dianggap sah apabila memenuhi beberapa prinsip fundamental, yaitu kejelasan objek akad (*ma'qud 'alaih*), transparansi harga, kerelaan kedua belah pihak (*antarādin*), serta terbebas dari unsur gharar (ketidakjelasan), tadlis (penipuan), dan *zhulm* (kezaliman). Prinsip-prinsip ini menjadi standar etis dan normatif yang mengatur bagaimana sebuah transaksi harus dilaksanakan agar tidak merugikan salah satu pihak. Ketika mekanisme flash sale dianalisis berdasarkan prinsip-prinsip tersebut, maka dapat dipahami bahwa praktik ini dapat dikategorikan menjadi dua kemungkinan: boleh dilakukan apabila memenuhi unsur kejelasan dan kejujuran, serta terlarang apabila mengandung unsur penipuan atau ketidakjelasan yang berpotensi merugikan konsumen.

Salah satu potensi pelanggaran yang mungkin terjadi dalam flash sale adalah unsur gharar, yaitu situasi ketika terdapat ketidakpastian signifikan dalam objek atau mekanisme transaksi. Dalam flash sale, gharar muncul ketika informasi mengenai stok produk tidak disampaikan secara transparan, ketika harga berubah secara tiba-tiba, atau ketika konsumen tidak memperoleh waktu yang cukup untuk memahami spesifikasi barang dengan jelas. Ketidakpastian ini menyebabkan konsumen tidak sepenuhnya mengetahui apa yang sebenarnya menjadi objek akad, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakadilan (Nisa et al., 2025).

Selain gharar, terdapat pula potensi tadlis, yaitu penipuan atau penyembunyian informasi yang disengaja. Tadlis dapat terjadi apabila penjual menampilkan harga palsu, memberikan diskon fiktif, menggunakan strategi tampilan yang menyesatkan, atau melakukan manipulasi pada timer untuk menciptakan kesan urgensi yang tidak sesuai kenyataan. Praktik semacam ini bertentangan dengan ajaran Islam yang mewajibkan transparansi, kejujuran, dan keterbukaan dalam jual beli. Dalam konteks muamalah, setiap bentuk penipuan, sekalipun halus dan terselubung, dilarang karena dapat merusak kerelaan kedua belah pihak dalam melakukan akad.

Lebih jauh, flash sale juga mengandung potensi munculnya apa yang dapat disebut sebagai "*risywah psikologis*", yaitu tekanan psikologis yang mendorong konsumen untuk mengambil keputusan secara terburu-buru tanpa melakukan pertimbangan secara tenang (*ikhhtiyar*). Tekanan waktu yang sangat singkat membuat konsumen merasa seolah-olah harus segera membeli barang agar tidak kehabisan kesempatan, padahal mereka mungkin belum memahami kualitas barang, keaslian produk, maupun syarat dan ketentuan yang berlaku. Dalam fikih muamalah, kondisi akad yang ideal adalah ketika kedua pihak berada dalam keadaan tenang, jelas, dan bebas dari tekanan yang menghilangkan kebebasan memilih (Ari Nur Ardianto, et al 2025).

Berdasarkan analisis tersebut, keselarasan flash sale dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah bergantung pada sejauh mana mekanisme tersebut dijalankan secara jujur, transparan, dan adil. Flash sale dapat dinilai sesuai syariah apabila informasi harga disajikan secara jelas dan tidak berubah secara tiba-tiba, stok produk ditampilkan apa adanya, deskripsi barang lengkap dan tidak ditutup-tutupi, serta tidak ada unsur manipulasi psikologis yang menipu konsumen. Sebaliknya, flash sale menjadi tidak sejalan dengan prinsip syariah apabila mengandung praktik manipulasi harga, penggunaan stok fiktif, penyetelan timer yang menyesatkan, atau tindakan lain yang menyebabkan konsumen kehilangan haknya untuk memahami akad secara utuh. Dengan demikian, flash sale bukanlah metode promosi yang secara otomatis dilarang dalam Islam, tetapi legalitasnya sangat ditentukan oleh kejujuran dan transparansi dalam penerapannya. Apabila mekanisme tersebut menimbulkan kebingungan dan ketidakjelasan bagi konsumen, maka praktik itu mengandung unsur gharar dan tadlis yang jelas-jelas bertentangan dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah.

Sebagaimana yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa keselarasan flash sale dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah sangat bergantung pada mekanisme pelaksanaannya. Flash sale dapat dianggap sesuai dengan syariah apabila seluruh informasi dijelaskan secara transparan, harga tidak berubah secara tiba-tiba, stok ditampilkan apa adanya, dan deskripsi produk tidak ditutup-tutupi. Di sisi lain, flash sale menjadi tidak sejalan dengan prinsip syariah apabila mengandung manipulasi harga, penggunaan stok fiktif, rekayasa timer, atau elemen lain yang menyesatkan konsumen. Dalam situasi seperti

- itu, flash sale mengandung unsur gharar dan tadbis yang jelas dilarang dalam Islam karena berpotensi merugikan salah satu pihak dan menghilangkan prinsip keadilan dalam transaksi.

Dengan demikian, flash sale tidak dapat langsung dihukumi haram atau halal, tetapi legalitasnya sangat bergantung pada kejujuran, transparansi, dan keadilan mekanisme yang diterapkan. Selama prinsip-prinsip tersebut dijaga, flash sale dapat menjadi strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Namun apabila mekanismenya dipenuhi unsur manipulasi dan ketidakjelasan, maka praktik tersebut bertentangan dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah dan tidak dapat dibenarkan (Wati & Putri, 2023).

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan, dapat dipahami bahwa praktik flash sale pada dasarnya merupakan bagian dari inovasi pemasaran modern yang memanfaatkan psikologi konsumen untuk meningkatkan penjualan dalam waktu singkat. Dari sudut pandang Hukum Ekonomi Syariah, praktik semacam ini tidak serta-merta dapat dihukumi halal atau haram secara mutlak, karena hukum jual beli dalam Islam sangat bergantung pada pemenuhan rukun dan syarat akad, serta sejauh mana prinsip kejujuran, kejelasan, dan keadilan dijaga oleh pelaku transaksi. Oleh sebab itu, penilaian terhadap flash sale perlu melihat mekanisme pelaksanaannya secara konkret, bukan hanya bentuknya secara umum.

Dalam konteks syariah, sebuah transaksi dianggap sah apabila memenuhi asas transparansi (*al-wudhūh*), kejelasan objek (*ma'qud 'alaih*), kerelaan kedua belah pihak (*tarāḍin*), dan bebas dari unsur penipuan seperti gharar (ketidakjelasan), *tadbis* (penyesatan), serta perilaku zalim yang merugikan salah satu pihak. Ketika prinsip-prinsip tersebut diterapkan pada praktik flash sale, maka tampak bahwa terdapat dua kemungkinan hukum: flash sale dapat menjadi boleh apabila berlangsung secara jujur dan terbuka, tetapi dapat menjadi terlarang apabila mengandung unsur manipulatif yang bertentangan dengan etika muamalah (Muhammad Renaldi Aditya Putra, Eka Della Amel Nur Samsu et al., 2025).

Sebagai contoh, apabila penjual dalam flash sale menampilkan harga dan stok barang sebagaimana adanya, menyediakan deskripsi produk yang lengkap, serta tidak melakukan rekayasa untuk menimbulkan persepsi kelangkaan secara fiktif, maka praktik tersebut tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Flash sale dalam kondisi

demikian dapat dinilai sebagai metode pemasaran yang sekadar memanfaatkan momentum dan strategi persaingan bisnis yang sah. Selain itu, selama konsumen dapat memahami spesifikasi produk dan tidak ada perubahan mendadak yang mengecoh, maka unsur ridha dalam akad tetap terjaga.

Namun, persoalan muncul apabila mekanisme flash sale mengandung unsur manipulatif. Misalnya, ketika stok barang sebenarnya sedikit tetapi ditampilkan seolah-olah banyak, atau sebaliknya, ketika harga didiskon secara palsu dengan menaikkan harga dasar terlebih dahulu. Begitu pula rekayasa timer yang tidak sesuai kenyataan, iklan yang dilebih-lebihkan, atau strategi penjualan yang sengaja menimbulkan tekanan psikologis hingga konsumen membeli tanpa sempat menelaah produk secara jelas. Semua bentuk manipulasi ini masuk dalam kategori *tadlis* dan *gharar* yang secara tegas dilarang dalam fikih muamalah karena merusak kerelaan (*ridha*) dan menimbulkan ketidakadilan dalam akad.

Flash sale yang dijalankan dengan cara-cara tersebut berpotensi menghilangkan kesempatan konsumen untuk melakukan *ikhtiyar*, yaitu upaya memilih dan mempertimbangkan secara sadar sebelum melakukan transaksi. Dalam syariat Islam, keputusan dalam jual beli idealnya diambil dalam keadaan tenang dan tanpa paksaan, baik secara fisik maupun psikologis. Ketika tekanan waktu, rekayasa urgensi, atau informasi yang tidak lengkap membuat konsumen merasa “dipaksa” untuk segera membeli agar tidak kehabisan, maka kondisi tersebut dapat dianggap sebagai bentuk paksaan terselubung (*ikrah maknawi*). Hal ini merusak asas *ridha* dan menimbulkan unsur ketidakjelasan terhadap objek akad (Indiharwati et al., 2025).

Dengan demikian, keselarasan flash sale dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah tidak terletak pada bentuk promosinya, tetapi pada integritas mekanisme yang menyertainya. Flash sale menjadi halal apabila memenuhi syarat: informasi harga jelas, stok tidak direkayasa, deskripsi produk lengkap, dan tidak ada unsur penipuan atau tekanan psikologis yang berlebihan. Sebaliknya, flash sale menjadi tidak dibenarkan apabila mekanismenya mengandung manipulasi visual, harga palsu, stok fiktif, atau strategi marketing yang berpotensi merugikan konsumen.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa flash sale bukanlah praktik yang secara inheren bertentangan dengan Islam, tetapi hukum

- keabsahannya bergantung pada etika pelaksanaannya. Islam tidak menolak inovasi ekonomi, termasuk strategi pemasaran modern, selama transparansi, kejujuran, dan keadilan tetap menjadi standar utama. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memastikan bahwa setiap metode promosi, termasuk flash sale, dilakukan tanpa mengorbankan prinsip-prinsip syariah yang melindungi hak dan martabat konsumen. Transparansi dan kejujuran inilah yang menjadi pembeda antara praktik flash sale yang sah menurut syariah dan praktik yang melanggar nilai-nilai ekonomi Islam.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap praktik penjualan produk melalui sistem flash sale dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, dapat disimpulkan bahwa mekanisme promosi tersebut pada dasarnya merupakan strategi pemasaran yang dibolehkan selama memenuhi prinsip-prinsip dasar jual beli yang ditetapkan dalam syariah. Prinsip-prinsip tersebut mencakup kejelasan objek akad, transparansi harga, kerelaan kedua belah pihak, serta larangan terhadap unsur gharar, tadhlis, dan zhulm. Namun, dalam penerapannya, flash sale sering kali menimbulkan berbagai bentuk kebingungan dan ketidakpastian bagi konsumen, terutama terkait perubahan harga yang mendadak, informasi stok yang tidak akurat, serta tekanan waktu yang mendorong keputusan pembelian secara terburu-buru.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa flash sale menjadi tidak sesuai dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah ketika mekanismenya mengandung unsur penipuan, manipulasi informasi, atau ketidakjelasan yang merugikan konsumen. Praktik seperti manipulasi stok, potongan harga fiktif, timer yang tidak akurat, serta deskripsi produk yang tidak lengkap termasuk ke dalam bentuk gharar dan tadhlis yang secara jelas dilarang dalam Islam. Sebaliknya, flash sale dapat dinilai sesuai dengan syariah apabila seluruh informasi terkait harga, stok, dan spesifikasi barang disampaikan dengan jujur, transparan, dan tidak ada unsur pemaksaan psikologis yang menghilangkan kebebasan konsumen dalam mengambil keputusan (Saripatul Hikmah, Muchammad Machbub Fillah, n.d.).

Dengan demikian, legalitas flash sale dalam syariah bukan ditentukan oleh bentuk promosinya, tetapi oleh praktik etis yang melandasinya. Transparansi, keadilan, dan kejujuran merupakan faktor utama yang menentukan apakah suatu mekanisme flash sale dapat diterima dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Penelitian ini menegaskan pentingnya

pengawasan dan edukasi bagi pelaku usaha serta konsumen agar transaksi digital modern tetap berjalan sesuai nilai-nilai syariah dan tidak menimbulkan mudarat bagi pihak mana pun.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil Alfarizi Nst, I. 2. (2025). *Analisis Fiqih Muamalah dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Perspektif Hukum Islam dan Syariah*. September.
- Ari Nur Ardianto, Radiatus Sholehah, Muhammad Arsyad, L. (2025). *Analisis Penerapan Kaidah Fiqh Muamalah Dalam Transaksi Jual Beli Flash Sale Pada E-Commerce Ari*. 01(02), 353–363.
- Hermawan, D., & Rofiq, A. (2024). *The Effect of Flash Sale on Impulsive Buying with Positive Emotion as Mediating Variable among Shopee Users in Malang City*. 3(6), 2067–2078.
- Indiharwati, A., Asiah, N., & Mohamad, B. (2025). *in Shafi'i Jurisprudence: Reassessing Its Validity in E-Commerce Transactions*. c, 103–118.
- Luqman Hakim, Jalaluddin Al Yamani, T. S. (2025). *Transformasi Akad : Peran Platform E-Commerce Dalam Menjembatani Perdebatan Shighat Dan*. 3(2), 103–114. <https://doi.org/10.24090/eluqud.v3i2.14698>
- Muhammad Renaldi Aditya Putra, Eka Della Amel Nur Samsu, A., Fitrianingrum, Auliya Dwiyantri⁴, Luluk Afiatuz Zahro⁵, W. W. 1-6, Dwiyantri, A., Zahro, L. A., & Waluyo, W. (2025). *Analisis Fiqh Muamalah terhadap Praktik Jual Beli Online di Era Digital dengan Pembayaran Spaylater Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia Dalam Penggunaan Pay Later ini menetapkan syarat-syarat kepada para pengguna yakni, adanya*. 3.
- Nisa, I., Hantanty, T., Ulfah, I. F., & Terbuka, U. (2025). *An Analytical Study On The Presence Of Gharar Elements In Flash Sale Transactions On Tiktok Shop*. 1(1), 11–19.
- Pratiwi, D., & Dirkareshza, R. (2023). *Pengelabuan Informasi Harga di E-Commerce terhadap Konsumen Melalui Flash Sale*. 8, 4–8.
- Saripatul Hikmah¹, Muchammad Machbub Fillah², A. S. (n.d.). *Implementation of Khiyar Ta 'yin in Online Flash Sale Product Purchase Transactions*. 1(2), 51–59.
- Wati, A., & Putri, M. I. (2023). *Perspektif Hukum Ekonomi Islam Tentang Jual Beli Flash Sale Di Shopee*. c, 1–15.