Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 31169-31177

GHARAR DALAM FLASH SALE:TINJAUAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM HUKUM EKONOMI SYARIAH

Lestina[1], Holija[2], M.Aiman Nugraha[3], Muhammar Khadafi[4], Syamsiar[5], Eka Diansyah[6], Juanda Fadilah[7]

[1,2,3,4,5,6,7]**Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang**

lestina1101@gmail.com, m.aimannugraha@gmail.com, mkhadafii022@gmail.com, syamsiarsasa@gmail.com, ekadiansyah04@gmail.com, juanda200625@gmail.com

Published: Juni, 2026

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pertumbuhan perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang menghadirkan berbagai strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen, salah satunya melalui program *flash sale*. Skema ini menawarkan produk dengan harga yang lebih rendah dalam jangka waktu yang terbatas sehingga mampu menciptakan dorongan pembelian secara cepat. Meskipun demikian, praktik *flash sale* tidak terlepas dari berbagai permasalahan, seperti keterbatasan informasi mengenai stok barang, ketidakjelasan mekanisme penawaran, pembatalan transaksi secara sepihak, serta adanya perbedaan antara informasi yang ditampilkan dengan kondisi yang diterima konsumen. Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai keberadaan unsur *gharar* dalam transaksi *flash sale* serta implikasinya terhadap perlindungan konsumen menurut hukum ekonomi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik *flash sale* pada platform *e-commerce* dari perspektif hukum ekonomi syariah serta mengkaji bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen terhadap potensi unsur *gharar* yang muncul dalam transaksi tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Data yang digunakan berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang diperoleh melalui studi kepustakaan, kemudian dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *flash sale* pada dasarnya diperbolehkan selama memenuhi prinsip transparansi, kejelasan informasi, keadilan, dan kerelaan para pihak. Namun, unsur *gharar* dapat muncul apabila terdapat ketidakjelasan mengenai objek transaksi, jumlah stok yang tersedia, harga yang sebenarnya, maupun kepastian pelaksanaan transaksi. Kehadiran unsur tersebut berpotensi merugikan konsumen dan bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Oleh karena itu, diperlukan penguatan perlindungan konsumen melalui penyediaan informasi yang akurat, peningkatan tanggung jawab pelaku usaha, serta pengawasan terhadap mekanisme promosi digital agar transaksi *flash sale* dapat berlangsung secara adil, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai hukum ekonomi syariah.

Kata Kunci: *gharar*, *flash sale*, perlindungan konsumen.

ABSTRACT

The development of information technology has encouraged the growth of electronic commerce (e-commerce) which presents various marketing strategies to attract consumer interest, one of which is through flash sale programs. This scheme offers products at a lower price for a limited period of time so that it is able to create a quick purchase impulse. However, the practice of flash sales is inseparable from various problems, such as limited information about stock of goods, undear offer mechanisms, unilateral cancellation of transactions, and differences between the information displayed and the conditions received by consumers. This condition raises questions about the existence of gharar elements in flash sale transactions and its implications for consumer protection according to sharia economic law. This study aims to analyze the practice of flash sales on ecommerce platforms from the perspective of sharia economic law and examine the form of legal protection that can be provided to consumers against the potential elements of gharar that appear in the transaction. The research method used is normative juridical research with a legislative approach and a conceptual approach. The data used are in the form of primary, secondary, and tertiary legal materials obtained through literature studies, then analyzed qualitatively. The results of the study show that the practice of flash sale is basically allowed as long as it meets the principles of transparency, darity of information, fairness, and willingness of the parties. However, the element of gharar can arise if there is uncertainty about the object of the transaction, the amount of stock

available, the actual price, and the certainty of the execution of the transaction. The presence of these elements has the potential to harm consumers and is contrary to the principles of muamalah in Islam. Therefore, it is necessary to strengthen consumer protection through the provision of accurate information, increase the responsibility of business actors, and supervision of digital promotion mechanisms so that flash sale transactions can take place fairly, transparently, and in accordance with the legal values of the Islamic economy.

Keywords: gharar, flash sale, consumer protection.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola transaksi masyarakat. Aktivitas jual beli yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini beralih ke platform perdagangan elektronik (*electronic commerce* atau *e-commerce*) yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi. Berbagai platform e-commerce berlomba menghadirkan inovasi pemasaran guna menarik minat konsumen, salah satunya melalui program *flash sale*. Program ini merupakan strategi promosi yang menawarkan produk dengan harga tertentu dalam jumlah terbatas dan dalam rentang waktu yang sangat singkat. Kehadiran *flash sale* terbukti mampu meningkatkan jumlah transaksi serta menarik perhatian konsumen karena memberikan kesan adanya kesempatan memperoleh barang dengan harga yang lebih murah dibandingkan harga normal. Fenomena *flash sale* berkembang seiring meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam aktivitas perdagangan. Melalui sistem tersebut, konsumen didorong untuk melakukan pembelian dalam waktu yang cepat karena adanya batasan waktu maupun jumlah barang yang tersedia. Kondisi ini menciptakan pola konsumsi yang berbeda dibandingkan transaksi konvensional karena keputusan pembelian sering kali dilakukan tanpa proses pertimbangan yang panjang. Di satu sisi, strategi tersebut memberikan keuntungan bagi pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar. Namun di sisi lain, mekanisme *flash sale* juga memunculkan berbagai persoalan yang berkaitan dengan kejelasan informasi, transparansi transaksi, serta perlindungan terhadap hak-hak konsumen.

Dalam praktiknya, tidak sedikit konsumen yang mengalami kesulitan memperoleh produk yang dipromosikan melalui program *flash sale*. Beberapa konsumen mengaku gagal mendapatkan barang meskipun telah mengikuti prosedur pembelian sesuai ketentuan yang berlaku. Selain itu, ditemukan pula kasus pembatalan transaksi secara sepihak dengan alasan stok habis, gangguan sistem, maupun kendala teknis lainnya. Permasalahan lain yang sering muncul adalah ketidakjelasan jumlah stok yang tersedia, perbedaan harga sebelum dan sesudah promosi, serta informasi produk yang kurang lengkap. Situasi tersebut menunjukkan adanya ketidakseimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi pihak konsumen. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, setiap aktivitas muamalah pada dasarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur yang dilarang oleh syariat. Salah satu prinsip utama dalam transaksi adalah adanya kejelasan mengenai objek, harga, kualitas barang, serta mekanisme akad yang digunakan. Prinsip tersebut bertujuan untuk menjamin keadilan dan menghindari terjadinya kerugian pada salah satu pihak. Islam melarang praktik transaksi yang mengandung unsur *gharar*, yaitu ketidakjelasan atau ketidakpastian yang dapat menimbulkan perselisihan maupun kerugian dalam suatu akad. Larangan terhadap *gharar* merupakan bagian dari upaya menjaga keadilan dan kemaslahatan dalam hubungan ekonomi masyarakat.

Konsep *gharar* memiliki relevansi yang kuat dengan perkembangan transaksi elektronik pada era digital. Berbagai inovasi bisnis berbasis teknologi menghadirkan bentuk-bentuk transaksi baru yang memerlukan kajian hukum agar tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks *flash sale*, unsur *gharar* berpotensi muncul ketika terdapat ketidakjelasan mengenai jumlah stok barang, peluang memperoleh barang yang ditawarkan, maupun informasi yang tidak disampaikan secara transparan kepada konsumen. Selain itu, keterbatasan waktu dalam program *flash sale* dapat memengaruhi kemampuan konsumen untuk memahami secara menyeluruh spesifikasi produk yang

akan dibeli sehingga berpotensi menimbulkan ketidakpastian dalam transaksi. Permasalahan tersebut menjadi penting karena perlindungan konsumen merupakan salah satu aspek yang mendapat perhatian baik dalam hukum positif maupun hukum ekonomi syariah. Dalam sistem hukum nasional, konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Perlindungan terhadap konsumen juga bertujuan menciptakan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan konsumen sehingga tercipta kepastian hukum dalam kegiatan perdagangan. Sementara itu, dalam hukum ekonomi syariah, perlindungan konsumen tidak hanya dipandang sebagai kewajiban hukum, tetapi juga sebagai bentuk implementasi nilai kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*'adl*), dan tanggung jawab dalam aktivitas muamalah.

Penelitian mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik sebenarnya telah banyak dilakukan. Namun sebagian besar penelitian lebih berfokus pada aspek perlindungan hukum dalam e-commerce secara umum, akad dalam transaksi digital, maupun bentuk-bentuk pelanggaran konsumen pada perdagangan elektronik. Kajian yang secara khusus menghubungkan praktik *flash sale* dengan unsur *gharar* dalam perspektif hukum ekonomi syariah masih relatif terbatas. Padahal, perkembangan strategi pemasaran digital yang semakin kompleks membutuhkan analisis yang lebih mendalam guna mengetahui batasan antara promosi yang dibenarkan dan praktik yang berpotensi merugikan konsumen Selain itu, beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi digital memunculkan tantangan baru terkait transparansi informasi, kejujuran pelaku usaha, dan kepastian transaksi. Ketidakjelasan informasi dalam transaksi elektronik dapat menjadi faktor yang membuka peluang terjadinya *gharar* maupun *tadlis* yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang tidak hanya meninjau aspek hukum positif, tetapi juga mengintegrasikan prinsip perlindungan konsumen dengan nilai-nilai hukum ekonomi syariah sebagai dasar untuk menciptakan sistem perdagangan digital yang adil dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan antara kondisi ideal yang menghendaki adanya transparansi, kejelasan informasi, dan perlindungan terhadap konsumen dalam setiap transaksi dengan praktik *flash sale* yang dalam beberapa kondisi masih menunjukkan potensi ketidakjelasan dan ketidakpastian transaksi. Kesenjangan tersebut menjadi dasar penting untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana praktik *flash sale* dipandang dalam hukum ekonomi syariah, khususnya terkait keberadaan unsur *gharar* dan implikasinya terhadap perlindungan konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: pertama, bagaimana praktik *flash sale* pada platform e-commerce ditinjau dari perspektif perlindungan konsumen; kedua, apakah praktik *flash sale* mengandung unsur *gharar* menurut hukum ekonomi syariah; dan ketiga, bagaimana bentuk perlindungan konsumen terhadap potensi *gharar* dalam transaksi *flash sale* berdasarkan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik *flash sale* dalam perdagangan elektronik dari perspektif perlindungan konsumen, mengidentifikasi keberadaan unsur *gharar* dalam mekanisme *flash sale*, serta merumuskan bentuk perlindungan konsumen yang sejalan dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Adapun ruang lingkup penelitian difokuskan pada kajian normatif terhadap konsep *gharar*, prinsip perlindungan konsumen, serta regulasi yang berkaitan dengan transaksi elektronik dan hukum ekonomi syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif (*normative legal research*) yang mengkaji hukum sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat. Penelitian hukum normatif dilakukan dengan menelaah berbagai bahan hukum yang berkaitan dengan isu hukum yang diteliti guna memperoleh argumentasi, teori, dan konsep sebagai dasar dalam menjawab permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, fokus kajian diarahkan pada praktik *flash sale* dalam perdagangan elektronik serta relevansinya dengan konsep *gharar* dan perlindungan konsumen dalam hukum ekonomi syariah. Pendekatan penelitian yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundangundangan dilakukan dengan menelaah berbagai peraturan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, serta ketentuan lain yang mengatur perdagangan melalui sistem elektronik. Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji konsep *gharar*, prinsip keadilan, transparansi, dan perlindungan konsumen berdasarkan teori hukum ekonomi syariah, fikih muamalah, serta doktrin para ahli hukum.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer meliputi Al-Qur'an, Hadis, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), peraturan perundang-undangan, serta fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia yang berkaitan dengan transaksi elektronik dan kegiatan muamalah. Bahan hukum sekunder terdiri atas buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian, dan karya akademik lainnya yang relevan dengan tema penelitian. Adapun bahan hukum tersier berupa kamus hukum, ensiklopedia, dan bahan pendukung lain yang membantu menjelaskan konsep maupun istilah yang digunakan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan mengumpulkan dan mengkaji berbagai bahan hukum yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian. Seluruh bahan hukum tersebut kemudian diinventarisasi, diklasifikasikan, dan disusun secara sistematis sesuai dengan kebutuhan penelitian guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai praktik *flash sale*, perlindungan konsumen, dan konsep *gharar* dalam hukum ekonomi syariah.Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif-analitis. Bahan hukum yang telah dikumpulkan dianalisis melalui proses interpretasi dan penalaran hukum untuk menemukan kesesuaian antara praktik *flash sale* dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Hasil analisis selanjutnya digunakan untuk menjawab rumusan masalah mengenai keberadaan unsur *gharar* dalam praktik *flash sale* serta bentuk perlindungan konsumen yang dapat diwujudkan berdasarkan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Gharar dalam Hukum Ekonomi Syariah

Hukum ekonomi syariah dibangun atas prinsip keadilan, keterbukaan, kemaslahatan, dan perlindungan terhadap hak-hak para pihak yang terlibat dalam suatu transaksi. Salah satu prinsip yang memiliki kedudukan penting dalam aktivitas muamalah adalah larangan terhadap *gharar*. Larangan tersebut dimaksudkan untuk mencegah terjadinya ketidakjelasan dan ketidakpastian yang dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak dalam suatu akad. Dalam perspektif fikih muamalah, keberadaan *gharar* dapat mengganggu terpenuhinya unsur kerelaan (*an-tarāḍin*) yang menjadi dasar sahnya suatu transaksi. Secara bahasa, *gharar* berarti sesuatu yang tidak jelas akibatnya, mengandung risiko, atau berada dalam kondisi yang tidak pasti. Adapun menurut para ulama fikih, *gharar* diartikan sebagai ketidakjelasan mengenai objek, harga, kualitas, kuantitas, maupun kemampuan untuk menyerahkan objek transaksi. Ketidakjelasan tersebut berpotensi menimbulkan perselisihan antara para pihak sehingga dilarang dalam transaksi muamalah.

Larangan *gharar* didasarkan pada hadis Nabi Muhammad SAW yang menyatakan:

"*Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung gharar*."

Hadis tersebut menunjukkan bahwa Islam menghendaki adanya transparansi dan kepastian dalam setiap transaksi ekonomi. Oleh karena itu, suatu transaksi harus memenuhi unsur kejelasan mengenai objek akad, harga, hak dan kewajiban para pihak, serta mekanisme pelaksanaan transaksi. Dalam perkembangannya, konsep *gharar* tidak hanya diterapkan pada transaksi konvensional, tetapi juga pada transaksi modern berbasis teknologi digital. Kehadiran berbagai bentuk perdagangan elektronik (*e-commerce*) telah melahirkan model transaksi yang sebelumnya tidak dikenal dalam fikih klasik. Meskipun demikian, prinsip-prinsip dasar syariah tetap dapat digunakan sebagai instrumen untuk menilai kesesuaian suatu transaksi dengan ketentuan hukum Islam.

Tabel 1
Indikator Gharar dalam Transaksi Muamalah

No	Indikator	Bentuk Ketidakjelasan
1	Objek transaksi	Barang tidak jelas spesifikasi atau keberadaannya

2	Harga	Harga tidak diketahui secara pasti
3	Kuantitas	Jumlah barang tidak diketahui
4	Penyerahan barang	Waktu atau kemampuan menyerahkan barang tidak jelas
5	Informasi transaksi	Informasi tidak lengkap atau menyesatkan

Sumber: Diolah dari konsep gharar dalam fikih muamalah.

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dipahami bahwa suatu transaksi berpotensi mengandung *gharar* apabila terdapat unsur ketidakjelasan yang memengaruhi keputusan para pihak dalam melakukan akad. Semakin besar tingkat ketidakjelasan yang terdapat dalam transaksi, semakin besar pula potensi terjadinya *gharar* yang dilarang oleh syariat.

B. Praktik Flash Sale pada Platform E-Commerce

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola perdagangan masyarakat dari sistem konvensional menuju perdagangan elektronik. Salah satu strategi pemasaran yang berkembang pesat dalam platform *e-commerce* adalah program *flash sale*. Program ini menawarkan produk dengan harga promosi dalam waktu yang sangat terbatas dan biasanya disertai jumlah stok yang terbatas pula. Tujuan utama *flash sale* adalah menciptakan rasa urgensi (*urgency effect*) yang mendorong konsumen untuk segera melakukan pembelian. Dalam praktiknya, konsumen sering kali harus melakukan transaksi dalam hitungan menit bahkan detik untuk memperoleh produk yang ditawarkan. Kondisi tersebut membuat proses pengambilan keputusan berlangsung lebih cepat dibandingkan transaksi biasa. Dari sudut pandang bisnis, *flash sale* memberikan manfaat bagi pelaku usaha karena mampu meningkatkan volume penjualan dalam waktu singkat, memperluas eksposur produk, dan menarik kunjungan konsumen ke platform. Namun demikian, mekanisme tersebut juga memunculkan sejumlah persoalan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

Beberapa permasalahan yang sering ditemukan dalam praktik *flash sale* antara lain:

1. Ketidakjelasan jumlah stok yang tersedia.
2. Informasi promosi yang tidak disampaikan secara lengkap.
3. Pembatalan transaksi akibat keterbatasan stok.
4. Perbedaan harga sebelum dan sesudah promosi.
5. Gangguan sistem yang menghambat proses pembelian.

Permasalahan tersebut dapat memengaruhi hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana dijamin dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Tabel 2
Potensi Permasalahan dalam Praktik Flash Sale

Aspek	Kondisi Ideal	Potensi Permasalahan
Stok barang	Diketahui secara jelas	Jumlah stok tidak diinformasikan
Harga	Transparan	Manipulasi harga sebelum promosi
Informasi produk	Lengkap	Informasi terbatas
Pelaksanaan transaksi	Kepastian transaksi	Pembatalan sepihak
Sistem elektronik	Berfungsi optimal	Gangguan sistem

Sumber: Hasil analisis penulis berdasarkan prinsip perlindungan konsumen dan hukum ekonomi syariah.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar persoalan dalam *flash sale* berakar pada kurangnya transparansi informasi. Padahal, keterbukaan informasi merupakan salah satu unsur penting dalam perlindungan konsumen maupun dalam prinsip muamalah Islam.

C. Analisis Unsur Gharar dalam Praktik Flash Sale

Berdasarkan konsep *gharar* yang telah dijelaskan sebelumnya, tidak seluruh praktik *flash sale* dapat dikategorikan sebagai transaksi yang mengandung *gharar*. Penilaian harus dilakukan berdasarkan kondisi konkret yang terjadi dalam pelaksanaan transaksi. Apabila pelaku usaha memberikan informasi secara jelas mengenai harga, jumlah stok, spesifikasi produk, syarat dan ketentuan promosi, serta memastikan terlaksananya transaksi sesuai informasi yang ditawarkan, maka unsur *gharar* dapat diminimalkan. Dalam kondisi demikian, *flash sale* lebih tepat dipandang sebagai strategi pemasaran yang diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.Sebaliknya, unsur *gharar* berpotensi muncul ketika konsumen tidak memperoleh informasi yang memadai mengenai objek transaksi atau ketika terdapat ketidakpastian yang signifikan terkait pelaksanaan transaksi.

Misalnya, konsumen telah melakukan pembayaran tetapi transaksi dibatalkan karena alasan stok habis, padahal informasi mengenai keterbatasan stok tidak pernah disampaikan secara jelas sejak awal. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ketidakjelasan yang dapat merugikan salah satu pihak. Dalam hukum ekonomi syariah, prinsip transparansi (*al-wudūḥ*) dan kejujuran (*ṣidq*) merupakan unsur penting dalam setiap aktivitas muamalah. Oleh karena itu, pelaku usaha wajib menyampaikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan agar konsumen dapat mengambil keputusan secara sadar dan rasional. Kewajiban tersebut juga sejalan dengan prinsip perlindungan konsumen yang berkembang dalam hukum positif Indonesia. Dengan demikian, keberadaan unsur *gharar* dalam praktik *flash sale* tidak ditentukan oleh keberadaan program promosi itu sendiri, melainkan oleh tingkat kejelasan informasi dan kepastian transaksi yang diberikan kepada konsumen. Semakin tinggi tingkat transparansi yang diterapkan, semakin kecil kemungkinan terjadinya *gharar* dalam transaksi tersebut.

D. Perlindungan Konsumen terhadap Praktik Flash Sale dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Perlindungan konsumen merupakan salah satu aspek yang mendapat perhatian penting dalam hukum positif Indonesia maupun hukum ekonomi syariah. Dalam konteks transaksi digital, perlindungan konsumen menjadi semakin relevan mengingat adanya ketidakseimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha umumnya memiliki penguasaan yang lebih besar terhadap informasi produk, mekanisme promosi, dan sistem transaksi, sedangkan konsumen hanya menerima informasi yang disajikan melalui platform digital. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan kerugian apabila informasi yang diberikan tidak lengkap, tidak akurat, atau bahkan menyesatkan. Dalam sistem hukum nasional, perlindungan konsumen diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Salah satu hak konsumen yang dijamin adalah hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa yang digunakan. Hak tersebut menjadi sangat penting dalam praktik *flash sale* karena keputusan pembelian dilakukan dalam waktu yang relatif singkat sehingga konsumen sangat bergantung pada informasi yang disediakan oleh pelaku usaha maupun platform *e-commerce*.

Sementara itu, dalam hukum ekonomi syariah, perlindungan konsumen tidak hanya dipandang sebagai kewajiban hukum, tetapi juga sebagai manifestasi nilai-nilai moral dan etika bisnis Islam. Islam mengajarkan bahwa aktivitas perdagangan harus dilandasi oleh prinsip kejujuran (*ṣidq*), keterbukaan (*transparency*), keadilan (*'adl*), dan tanggung jawab (*amanah*). Prinsip-prinsip tersebut bertujuan untuk menciptakan hubungan yang seimbang antara penjual dan pembeli sehingga tidak ada pihak yang dirugikan dalam suatu transaksi. Dalam praktik *flash sale*, perlindungan konsumen dapat diwujudkan melalui beberapa bentuk, yaitu:

Tabel 3
Bentuk Perlindungan Konsumen dalam Praktik Flash Sale

No	Bentuk Perlindungan	Implementasi
1	Transparansi informasi	Menampilkan harga, spesifikasi, dan jumlah stok secara jelas
2	Kepastian transaksi	Menjamin transaksi yang telah berhasil tidak dibatalkan sepihak
3	Mekanisme pengaduan	Menyediakan layanan penyelesaian sengketa yang mudah diakses

4	Perlindungan data konsumen	Menjamin keamanan data pribadi pengguna
5	Pengawasan promosi	Mencegah informasi yang menyesatkan atau manipulatif

Sumber: Diolah dari prinsip perlindungan konsumen dan hukum ekonomi syariah.

Berdasarkan tabel tersebut, perlindungan konsumen dalam praktik *flash sale* tidak hanya berkaitan dengan hak memperoleh barang yang dipromosikan, tetapi juga mencakup hak atas informasi, kepastian hukum, dan perlakuan yang adil selama proses transaksi berlangsung. Apabila seluruh unsur tersebut terpenuhi, maka peluang terjadinya *gharar* dapat diminimalkan. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad, Prananto, dan Baidhowi menunjukkan bahwa ketidakjelasan informasi dalam transaksi elektronik merupakan salah satu faktor utama yang menyebabkan munculnya unsur *gharar* dan *tadlis* dalam perdagangan digital. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian ini yang menunjukkan bahwa masalah utama dalam praktik *flash sale* bukan terletak pada mekanisme promosi itu sendiri, melainkan pada kurangnya transparansi informasi yang diberikan kepada konsumen.Namun demikian, terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti e-commerce yang menilai bahwa *flash sale* merupakan strategi pemasaran yang sepenuhnya sah selama konsumen secara sukarela mengikuti mekanisme yang telah ditentukan. Pandangan tersebut cenderung berfokus pada aspek kebebasan berkontrak, sedangkan dalam perspektif hukum ekonomi syariah, kebebasan berkontrak tetap harus dibatasi oleh prinsip keadilan dan larangan terhadap unsur *gharar*. Oleh karena itu, kesukarelaan konsumen tidak dapat dijadikan alasan untuk mengabaikan kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang jelas dan benar.

E. Implikasi Hukum dan Upaya Pencegahan Gharar dalam Praktik Flash Sale

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *flash sale* pada dasarnya tidak bertentangan dengan hukum ekonomi syariah selama memenuhi prinsip-prinsip dasar muamalah. Permasalahan muncul ketika terdapat unsur ketidakjelasan yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan transaksi. Oleh karena itu, upaya pencegahan *gharar* menjadi aspek penting dalam penyelenggaraan program *flash sale*. Dari sudut pandang hukum ekonomi syariah, terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk meminimalkan potensi *gharar* dalam praktik *flash sale*. Pertama, pelaku usaha harus memastikan bahwa seluruh informasi mengenai produk disampaikan secara lengkap dan mudah dipahami oleh konsumen. Kedua, jumlah stok yang tersedia perlu diinformasikan secara transparan agar konsumen mengetahui peluang memperoleh barang yang ditawarkan. Ketiga, pelaku usaha harus menghindari praktik promosi yang berpotensi menyesatkan, termasuk manipulasi harga sebelum pelaksanaan program *flash sale*.

Selain tanggung jawab pelaku usaha, platform *e-commerce* juga memiliki peran penting dalam menciptakan ekosistem perdagangan digital yang adil. Platform tidak hanya berfungsi sebagai perantara transaksi, tetapi juga memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa mekanisme promosi yang digunakan tidak merugikan konsumen. Dalam hal ini, platform perlu menyediakan sistem verifikasi informasi, mekanisme pengaduan yang efektif, serta pengawasan terhadap aktivitas penjual yang memanfaatkan program *flash sale*.

Gambar Analisis

Hubungan Flash Sale, Gharar, dan Perlindungan Konsumen



Gambar tersebut menunjukkan bahwa keberadaan *flash sale* tidak secara otomatis menimbulkan *gharar*. Unsur *gharar* baru muncul ketika terdapat ketidakjelasan informasi yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Sebaliknya, apabila pelaku usaha menerapkan prinsip transparansi dan keterbukaan, maka *flash sale* dapat dikategorikan sebagai strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori perlindungan konsumen yang menempatkan informasi sebagai instrumen utama dalam menciptakan keseimbangan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam perspektif syariah, transparansi informasi juga merupakan bagian dari prinsip *amanah* yang wajib dijalankan oleh setiap pelaku usaha. Oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam praktik *flash sale* tidak hanya merupakan kewajiban hukum, tetapi juga merupakan kewajiban moral yang memiliki dimensi keagamaan. Berdasarkan hasil analisis, dapat dipahami bahwa praktik *flash sale* tidak dapat secara mutlak dikategorikan sebagai transaksi yang mengandung *gharar*. Penilaian harus dilakukan berdasarkan tingkat kejelasan informasi, kepastian transaksi, dan perlindungan yang diberikan kepada konsumen. Semakin tinggi tingkat transparansi yang diterapkan, semakin kecil kemungkinan munculnya unsur *gharar* dalam transaksi tersebut. Sebaliknya, semakin besar ketidakjelasan yang terjadi, semakin besar pula potensi pelanggaran terhadap prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah dan perlindungan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa praktik *flash sale* pada platform *e-commerce* merupakan salah satu strategi pemasaran yang pada dasarnya diperbolehkan dalam hukum ekonomi syariah selama dilaksanakan sesuai dengan prinsip keadilan, transparansi, dan keterbukaan informasi. Keberadaan program *flash sale* tidak secara otomatis menjadikannya sebagai transaksi yang mengandung unsur *gharar*, karena penilaian terhadap adanya *gharar* harus didasarkan pada kondisi dan mekanisme transaksi yang berlangsung. Selama informasi mengenai harga, spesifikasi produk, jumlah stok, syarat dan ketentuan promosi, serta proses pelaksanaan transaksi disampaikan secara jelas kepada konsumen, maka praktik *flash sale* dapat dipandang sejalan dengan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa potensi *gharar* dapat muncul apabila terdapat ketidakjelasan informasi yang berkaitan dengan objek transaksi, ketersediaan stok, kepastian memperoleh barang yang dipromosikan, maupun adanya informasi yang tidak disampaikan secara lengkap kepada konsumen. Ketidakjelasan tersebut berpotensi menimbulkan kerugian dan menciptakan ketidakseimbangan posisi antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, kondisi demikian bertentangan dengan prinsip kejujuran (*ṣidq*), amanah, dan keadilan yang menjadi landasan dalam setiap aktivitas muamalah. Oleh karena itu, unsur *gharar* dalam praktik *flash sale* lebih berkaitan dengan tingkat transparansi informasi dan kepastian transaksi daripada mekanisme promosi itu sendiri.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa perlindungan konsumen memiliki peran yang sangat penting dalam meminimalkan potensi *gharar* dalam transaksi digital. Perlindungan tersebut dapat diwujudkan melalui penyediaan informasi yang benar, jelas, dan jujur, jaminan kepastian transaksi, mekanisme pengaduan yang efektif, serta pengawasan terhadap praktik promosi yang berpotensi menyesatkan. Upaya tersebut tidak hanya merupakan kewajiban hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, tetapi juga merupakan implementasi nilai-nilai hukum ekonomi syariah yang bertujuan mewujudkan kemaslahatan dan keadilan bagi seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pelaku usaha dan penyelenggara platform *e-commerce* perlu meningkatkan transparansi dalam penyelenggaraan program *flash sale*, terutama terkait informasi stok, harga, dan mekanisme transaksi. Selain itu, regulator perlu memperkuat pengawasan terhadap praktik promosi digital guna memastikan terpenuhinya hak-hak konsumen dalam transaksi elektronik. Dengan demikian, perkembangan perdagangan digital dapat berjalan secara sehat, memberikan kepastian hukum bagi konsumen, serta tetap selaras dengan prinsipprinsip hukum ekonomi syariah yang mengedepankan keadilan, keterbukaan, dan perlindungan terhadap para pihak.

REFERENCES

Ahlan, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *Jurnal Hukum, Politik dan Ilmu Sosial*, Vol. 1 No. 3, 2024

Aini Nur dan M. Rizal, "Perilaku Konsumen dalam Program Flash Sale pada Marketplace

Anjari Warih, Metode Penelitian Hukum (Jakarta: UTA Press, 2023).

Ardian, Risnita dkk, "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif," IHSAN : *Jurnal Pendidikan Islam 1* (2023)

Az-Zuhaili Wahbah, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid 5 (*Damaskus: Dar al-Fikr*, 2002),

Digital," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, Vol. 4 No. 2, 2024

Donny Purwoko, Elly Kasim, dan Yul Maulini, "Analisis Gharar dan Riba dalam Mekanisme Uang Elektronik serta Implikasinya terhadap Keabsahan Transaksi Syariah di Indonesia," *Al Dzahab*, Vol. 6 No. 1, 2025

Fajri Desmal, *Hukum Ekonomi Syariah* (Padang:LPPM Universitas Bung Hatta, 2022)

Fitri Andriani dan Ririn Noviyanti, "Interaksi Hukum Ekonomi Syariah dan UU Perlindungan Konsumen: Upaya Mitigasi Gharar dalam Praktik Sewa-Menyewa," Al-Muzdahir: *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 8 No. 1, 2026

Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2019)

Mubarok Jaih dan Hasanudin, *Fikih Muamalah Maliyyah: Akad Jual Beli* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2018), hlm. 71.

Nurazizah Kurnia Sylvia dan Jaenudin, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Jual Beli Blind Box pada Marketplace," *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 7 No. 2, 2022

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pasal 26–29

Perspective)," *Journal of Digital Islamic Economic Development*, Vol. 1 No. 2, 2025

Rafi Muhammad Kamil, dkk, "Praktik Gharar dan Tadlis pada Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Relevansinya dengan Hukum Positif," *Jurnal Ilmiah Nusantara*, Vol. 3 No. 3, 2026

Rizki Fauzan Fadhlurrohman, Muhammad Taswin Saputra, dan Sinta Kasim, "Aspek Hukum Gharar Dalam Kontrak Bisnis Syariah Kontemporer," El-Fata*: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*, Vol. 4 No. 1, 2025

Sahih Muslim, *Hadis* No. 1513.

Sakti Dwi M. Huda, "Consumer Protection in Digital Economy (Sharia Business Ethics

Suwiknyo Dwi, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010

Suyanto*, Metode Penelitian Hukum* (Gresik: UNIGRES Press, 2022).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 huruf c

WIDJAJA ABDI, Fikih Muamalah (*Gowa: Alauddin University Press*, 2022).

Yunita Yenni, *Ibadah Dan Muamalah* (Pekanbaru: UIR Press, 2024).