

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
MOTTO HIDUP.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
F. Kerangka Berfikir.....	21
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS.....</b>	<b>26</b>
A. Konsep Jual Beli Online ( <i>E-Commerce</i> ).....	26
1. Pengertian Jual Beli Online.....	26
2. Dasar Hukum Jual Beli Online .....	27
3. Mekanisme Transaksi Jual Beli Secara Online .....	27
4. Platform Jual Beli Online.....	29
5. Kelebihan dan Kekurangan Transaksi Jual Beli Online.....	31
B. Konsep <i>E-Commerce</i> di Indonesia .....	34
a. Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	34
b. Karakteristik <i>E-commerce</i> .....	35
c. Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i> .....	35

<b>D. Konsep Harga .....</b>	<b>45</b>
1. Pengertian Harga .....	45
2. Teori Harga.....	46
<b>E. Konsep Harga dalam Perspektif Islam.....</b>	<b>48</b>
a. Pengertian Harga ( <i>Tsaman</i> ).....	48
b. Penetapan Harga Secara Adil dan Wajar Dalam Islam.....	50
c. Penetapan Harga Menurut Ibnu Khaldun .....	51
d. Penetapan Harga Menurut Imam Al-Ghazali.....	52
e. Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyyah.....	52
<b>F. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga .....</b>	<b>53</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>59</b>
<b>A. Pendekatan dan Metode Penelitian .....</b>	<b>59</b>
a. Pendekatan Penelitian .....	59
b. Macam-Macam Pendekatan Penelitian .....	61
<b>B. Metode Penelitian.....</b>	<b>67</b>
<b>C. Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>69</b>
1. Jenis Data.....	69
2. Sumber Data .....	71
3. Teknik Pengumpulan Data.....	72
4. Teknik Analisis Data .....	75
<b>BAB IV HASIL PEMBAHASAN .....</b>	<b>78</b>
<b>A. Ketentuan Strategi Marketing <i>Mark Up</i> Harga di <i>Platform</i> Digital Menurut Peraturan di Indonesia .....</b>	<b>78</b>
1. Analisis Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).....	78
2. Analisis Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen .....	81
3. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.....	86
4. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) .....	90

<b>B. Penggunaan Strategi Marketing <i>Mark Up</i> Harga Oleh Akun @baimwong di Aplikasi <i>Tik Tok Shop</i> Menurut Hukum Ekonomi Syari’ah.....</b>	<b>93</b>
<b>1. Strategi Marketing Mark Up Harga Barang Elektronik Dalam Jual Beli Handphone pada Akun @Baim Wong Di Aplikasi TikTok Shop ...</b>	<b>93</b>
<b>2. Keabsahan Jual Beli Barang Elektronik Pada Akun @Baimwong di Aplikasi Tiktok Shop Menurut Hukum Ekonomi Syari’ah.....</b>	<b>110</b>
<b>3. Analisis Prinsip-Prinsip Syari’ah Terhadap Praktik <i>Mark Up</i> Harga Dalam Jual Beli pada Akun @baimwong di Aplikasi TikTok Shop.....</b>	<b>115</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>118</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>118</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>119</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>120</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>131</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4.1 Dokumentasi Praktik Markup Harga Berkedok Diskon pada Produk Smartphone di Live TikTok Shop Baim Wong.....</b>	<b>95</b>
<b>Gambar 4.2 Dokumentasi Indikasi Dynamic Pricing pada Penawaran Produk Realme C63 di TikTok Shop Akun Baim Wong.....</b>	<b>97</b>
<b>Gambar 4.3 Doumentasi Indikasi Biaya Tambahan dan Strategi Harga Tidak Transparan pada Showcase TikTok Shop Akun Baim .....</b>	<b>101</b>
<b>Gambar 4.4 Dokumentasi Strategi Flash Sale dan Indikasi Urgensi Semu pada Penawaran Produk di TikTok Shop Akun Baim Wong.....</b>	<b>103</b>
<b>Gambar 4.5 Harga resmi yang ditemukan di toko resmi Oraimo Indonesia .....</b>	<b>103</b>
<b>Gambar 4.6 Dokumentasi Indikasi Markup Harga pada Produk Vivan Soundbar di TikTok Shop Akun Baim Wong .....</b>	<b>105</b>
<b>Gambar 4.7 Konten Promosi dengan Klaim Harga Murah pada Siaran Langsung oleh Baim Wong.....</b>	<b>108</b>
<b>Gambar 4.8 Konten Promosi Harga “Murah” dalam Siaran Langsung TikTok oleh Baim Wong.....</b>	<b>110</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Studi Terdahulu .....</b>	<b>14</b>
<b>Tabel 4.1 Gambar 4.5 (perbandingan harga pasar vs harga live) .....</b>	<b>104</b>

