

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Masyarakat modern dapat dipahami sebagai bentuk kehidupan masyarakat yang mengalami banyak perubahan dalam cara berpikir, cara berinteraksi, dan pola hidup akibat perkembangan teknologi dan arus globalisasi. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat semakin terbiasa bersikap rasional, lebih mandiri, dan mengandalkan teknologi dalam berbagai aktivitas. Peralihan dari kehidupan tradisional menuju kehidupan yang lebih modern membuat tatanan sosial, budaya, ekonomi, dan politik ikut berubah secara menyeluruh. Perubahan tersebut menjadikan kehidupan masyarakat semakin dinamis, kompleks, dan terus berkembang seiring dengan kemajuan zaman.

Digitalisasi semakin menguatkan kebiasaan masyarakat dalam menjadikan teknologi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas harian. Banyak hal yang dahulu dilakukan secara manual kini dapat dilakukan dengan lebih cepat dan praktis melalui berbagai aplikasi digital. Kondisi ini menunjukkan meningkatnya ketergantungan masyarakat pada teknologi untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Mulai dari hiburan, pendidikan, transportasi, hingga transaksi jual beli, semuanya kini semakin mudah dilakukan secara online. Kehidupan modern pun semakin identik dengan pemanfaatan teknologi dalam hampir seluruh aspek kehidupan.

Perkembangan teknologi informasi juga mendorong peningkatan penggunaan internet secara signifikan. Internet kini menjadi sarana penting dalam mendukung aktivitas ekonomi, sosial, dan pendidikan karena mampu meningkatkan efisiensi, membuka peluang baru, serta memperluas akses informasi. Hal ini mendorong banyak negara untuk terus memperluas dan memperkuat infrastruktur jaringan internet, baik melalui kabel maupun jaringan nirkabel. Semua perubahan tersebut menunjukkan bahwa teknologi telah menjadi fondasi utama dalam membentuk pola hidup masyarakat modern saat ini.

Mengacu pada laporan “Survei APJII: Profil Internet Indonesia 2025” oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada paruh pertama 2025 mencapai 229.428.417 orang, meningkat dari sekitar 215 juta pada 2023 dan 221,5 juta pada 2024. Peningkatan ini menunjukkan bahwa internet telah menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam kegiatan ekonomi digital. Seiring meluasnya akses internet, masyarakat semakin terbiasa melakukan berbagai aktivitas secara daring, seperti komunikasi, pencarian informasi, dan transaksi. Perubahan ini membentuk pola baru dalam kehidupan digital, terutama dalam cara melakukan jual beli secara online<sup>1</sup>.

Jual beli online melalui internet atau *e-commerce* semakin populer di masyarakat karena memungkinkan transaksi dilakukan dengan cepat, kapan saja, dan di mana saja. Pada dasarnya, *e-commerce* merupakan bentuk transaksi antara penjual dan konsumen yang memanfaatkan internet sebagai media utama.<sup>2</sup> Perkembangan ini membuat masyarakat semakin memilih transaksi *online* dibandingkan transaksi langsung. Selain memberi kemudahan bagi konsumen, jual beli online juga menguntungkan pelaku usaha karena membutuhkan modal yang lebih rendah dan dapat dijalankan secara fleksibel. Media sosial dan marketplace menjadi sarana utama dalam aktivitas ini, terutama marketplace yang dinilai lebih aman karena menyediakan sistem perlindungan transaksi. Meskipun demikian, pelaku usaha tetap harus berhati-hati dalam bertransaksi untuk menghindari risiko penipuan dan menjaga kepercayaan konsumen<sup>3</sup>.

Berbagai marketplace mulai muncul dan berkembang di Indonesia seiring pesatnya pertumbuhan jual beli online. Platform besar seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada menjadi pilihan utama karena menawarkan berbagai produk, mulai dari

---

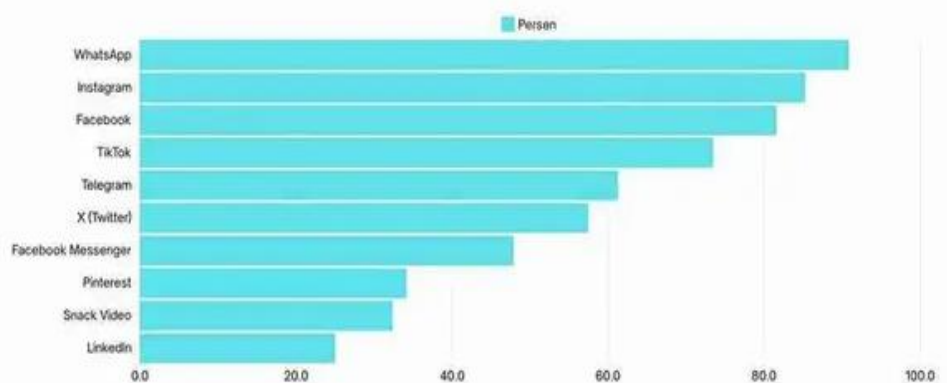
<sup>1</sup> Galuh Putri Riyanto and Wahyunanda Kusuma Pertiwi, “Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2025 Tembus 229,4 Juta,” Kompas.com, 2025, <https://tekno.kompas.com/read/2025/08/08/16110007/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2025-tembus-2294-juta>.

<sup>2</sup> Saprida, zuull Fitriani Umari, and Fitri Raya, “LEGALITAS TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI INDONESIA,” *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 8, no. 2 (2023): 317.

<sup>3</sup> Wati Susiawati, Universitas Islam, and Negeri Syarif, “Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian” 8, no. 2 (2017): 180.

pakaian hingga elektronik. Shopee bahkan menjadi marketplace dengan jumlah kunjungan tertinggi berkat promosi yang agresif dan dukungan untuk usaha kecil dan menengah (UMKM). Selain itu, platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp semakin digunakan sebagai alat jual beli praktis dan mudah digunakan<sup>4</sup>.

Perkembangan media sosial sejalan dengan pertumbuhan pesat pasar dan aktivitas jual beli. Media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berkolaborasi, dan berbagi berbagai bentuk informasi, seperti teks, gambar, video, dan audio. Sejak kemunculannya pada awal 2000-an, berbagai platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, dan WhatsApp telah berkembang menjadi ruang interaksi yang luas. Penggunaannya tidak lagi terbatas pada komunikasi pribadi tetapi juga dimanfaatkan sebagai sarana promosi bisnis dan penyebaran informasi kepada masyarakat luas. Di Indonesia, jumlah pengguna media sosial terus meningkat. Menurut laporan We Are Social tahun 2023, terdapat lebih dari 170 juta pengguna aktif, menunjukkan peran kuat media sosial dalam aktivitas digital masyarakat. Di antara berbagai platform yang tersedia, WhatsApp telah menjadi salah satu yang paling banyak digunakan karena menyediakan sarana komunikasi yang cepat, praktis, dan efisien.



Gambar 1. 1  
Daftar Media Sosial Terbanyak Di Indonesia

<sup>4</sup> Randika Fandiyanto et al., "PERKEMBANGAN E-COMMERCE DARI MASA KE MASA: SEJARAH, TREN, DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEMAJUAN TRANSAKSI ONLINE DI INDONESIA," *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS 4*, no. 3 (2025): 459.

WhatsApp adalah platform media sosial yang sangat banyak digunakan di Indonesia dan telah menjadi platform paling populer pada tahun 2024. Tingginya tingkat adopsi disebabkan karena mudah diakses, memiliki fitur komunikasi yang praktis, dan menggunakan data internet secara efisien. Orang-orang menggunakan WhatsApp untuk berbagai jenis komunikasi, termasuk pesan teks, pesan suara, dan panggilan video. Menurut data dari Januari 2024, sekitar 49,9 persen dari populasi Indonesia, atau sekitar 139 juta orang, adalah pengguna aktif media sosial, dengan kelompok usia 25–34 tahun menjadi pengguna utama.<sup>5</sup> Di seluruh dunia, jumlah pengguna WhatsApp terus bertambah, mencapai sekitar 3 miliar pada kuartal pertama tahun 2025. Indonesia merupakan negara ketiga dengan jumlah pengguna terbanyak, sekitar 112 juta. Aplikasi ini diluncurkan pada tahun 2009 dan dibeli oleh Meta pada tahun 2014. Aplikasi ini masih menawarkan layanan gratis tanpa iklan, yang membantu tetap menjadi alat komunikasi digital yang kuat dan inklusif.<sup>6</sup>

Penggunaan WhatsApp dalam ekonomi digital tidak lagi terbatas sebagai alat komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi sarana transaksi melalui grup. Berbagai fitur seperti pesan teks, gambar, video, dan dokumen dimanfaatkan untuk promosi serta penyebaran informasi kepada anggota secara luas. Interaksi dua arah memudahkan konsumen untuk bertanya dan memberikan umpan balik, sementara penjual dapat merespons dengan cepat dan efisien. Hal ini menjadikan grup WhatsApp efektif sebagai media pemasaran, khususnya bagi usaha kecil dan menengah (UMKM)<sup>7</sup>, karena mudah diakses dan tanpa biaya tambahan melalui mekanisme ini, proses jual beli menjadi lebih praktis tanpa tergantung pada

---

<sup>5</sup> Indira Lantang, “10 Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak Di Indonesia 2024,” 2024, <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>.

<sup>6</sup> CNN Indonesia, “Jumlah Pengguna WhatsApp Tembus 3 Miliar, Berapa Di Indonesia?,” CNN INDONESIA, accessed October 17, 2025, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20250502180141-206-1225139/jumlah-pengguna-whatsapp-tembus-3-miliar-berapa-di-indonesia>.

<sup>7</sup> fandyanto Et Al., “Perkembangan E-Commerce Dari Masa Ke Masa: Sejarah, Tren, Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kemajuan Transaksi Online Di Indonesia.” hlm 459

*platform e-commerce* formal, dengan produk yang beragam termasuk barang konsumsi, pakaian, layanan,<sup>8</sup> dan bahkan tiket hiburan seperti tiket bioskop.

Bioskop adalah tempat untuk menikmati film melalui layar besar. Namun pada sistem pembelian tiket secara langsung, pengunjung sering menghadapi antrean yang panjang dan waktu tunggu yang lama sehingga proses pembelian menjadi kurang efisien. Kini, sistem pemesanan tiket telah bertransformasi berkat adanya layanan reservasi *online*, yang memudahkan pelanggan untuk membeli tiket dari mana saja tanpa perlu antri di loket dan mendapatkan informasi mengenai ketersediaan kursi dengan cepat dan mudah.<sup>9</sup> Pembelian tiket secara *online* atau *e-tiket* memberikan banyak kemudahan bagi pembeli, seperti waktu yang fleksibel, terbebas dari antrian panjang, dan opsi memilih tempat duduk sesuai keinginan. Tiket digital juga mengurangi kemungkinan kehilangan tiket fisik karena bukti pembelian disimpan di aplikasi atau email. Kemudahan ini membuat pemesanan tiket digital menjadi pilihan utama, terutama untuk generasi muda yang sudah terbiasa dengan layanan online, dengan beberapa platform yang umum di Indonesia seperti TIX, M-TIX, atau melalui situs resmi bioskop<sup>10</sup>.

Pada saat ini, pembelian tiket bioskop tidak hanya dilakukan melalui aplikasi maupun situs resmi bioskop, tetapi ditemukan melalui Grup WhatsApp. Melalui grup WhatsApp ini, pembeli dapat melihat film yang tersedia dan harga tiket yang ditawarkan. Harga tiket yang diberikan di grup lebih murah dibandingkan harga normal di bioskop atau aplikasi resmi, sehingga dikenal sebagai promo. Misalnya, tiket dengan harga normal Rp 35.000 untuk 1 tiket, di grup tersebut bisa didapat 2 tiket seharga Rp 62.000, atau bahkan lebih murah lagi. Terkadang juga muncul promo lain yang bersifat tidak tetap, seperti beli 1 gratis 1 tiket. Fenomena ini menunjukkan adanya pola jual beli baru yang memanfaatkan

---

<sup>8</sup> Trufi Murdiani, Ahmad Jefri Andika, and Wisnu Ilham Widiyanto, "Pemanfaatan WhatsApp Group Sebagai Media Promosi Dalam Penjualan Online" 07, no. 1 (2022): 72.

<sup>9</sup> Farah Fahrunnisa et al., "PERANCANGAN SISTEM APLIKASI PEMBELIAN TIKET BIOSKOP PADA CINEMA 21 MELALUI WEBSITE 'TIX ID' DAN MENGGUNAKAN SOFTWARE 'STAR UML' Farah," *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 6 (2024): 809.

<sup>10</sup> Nadiya Fadhilah and Siti Hatifah Quranisari, "EFEKTIVITAS PENGGUNAAN APLIKASI M-TIX DAN TIX ID DALAM PEMBELIAN TIKET BIOSKOP DI KALANGAN," *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 2, no. 5 (2022): 154–55.

media sosial sebagai platform informal karena kemudahan, efisiensi, dan harga yang lebih ekonomis bagi pembeli.

Dari pandangan Islam, jual beli dipahami sebagai pertukaran harta yang dilakukan melalui kesepakatan dengan pengetahuan penuh, kemauan, dan berdasarkan aturan Syariah. Dalam kajian fiqh al-mu'amalat, jual beli dikenal sebagai *al-bai'*, yaitu proses pertukaran barang atau nilai dengan tujuan memenuhi kebutuhan masing-masing pihak. Keabsahan suatu transaksi tergantung pada terpenuhinya unsur-unsur utama, termasuk kesepakatan yang dibuat melalui tawaran dan penerimaan (*ijab* dan *qabul*), kemampuan hukum para pihak yang terlibat, kejelasan dan kehalalan barang yang diperjualbelikan, serta harga yang disepakati secara jelas. Jika salah satu dari unsur-unsur ini tidak terpenuhi, transaksi jual beli tidak dapat dianggap sah menurut hukum Islam<sup>11</sup>. Selain itu, pelaksanaan jual beli harus menjunjung prinsip keadilan, kejujuran, dan keterbukaan, khususnya dalam penyampaian kondisi barang dan harga, serta dilakukan atas dasar kerelaan tanpa paksaan. Para pihak juga dituntut untuk menjaga amanah dengan melaksanakan kesepakatan yang telah dibuat dan menghindari unsur riba, gharar, maysir, penipuan, maupun hal-hal yang diharamkan<sup>12</sup>. Adapun syarat sah jual beli mencakup kedewasaan dan kecakapan akal para pelaku akad, kepemilikan yang sah atas barang yang diperjualbelikan, serta kejelasan spesifikasi barang agar tidak menimbulkan sengketa di kemudian hari.<sup>13</sup>

Pengaturan mengenai praktik jual beli *online* telah dirumuskan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia melalui Fatwa Nomor 146 Tahun 2021 sebagai acuan pelaksanaan transaksi elektronik yang selaras dengan prinsip syariah. Dalam ketentuan tersebut ditegaskan bahwa transaksi online hanya dapat dibenarkan apabila dilandasi oleh persetujuan dan kerelaan antara para pihak yang

---

<sup>11</sup> Shobirin, "Jual Beli Dalam Pandangan Islam," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 3, no. 2 (2015): 245–46.

<sup>12</sup> Sufiana Fahmi, Mukhtar Lutfi, and Amiruddin K, "Prinsip Syariah Dalam Pengelolaan Akad Untuk Transaksi Ekonomi Islam," *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 3, no. 1 (2025): 68.

<sup>13</sup> Deddi Ajir, "Fikih Perbandingan Tentang Syarat Dan Rukun Jual Beli Serta Relevansinya Dengan Jual Beli Modern," *RISALAH IQTISADIAH: Journal Of Sharia Economics*. 1, no. 1 (2022): 38–40.

berakad. Penjual diwajibkan memiliki kewenangan atas barang yang ditawarkan, baik dalam bentuk kepemilikan maupun penguasaan yang sah, sehingga tidak menimbulkan ketidakpastian bagi pembeli. Informasi mengenai objek transaksi juga harus disampaikan secara jelas dan transparan, termasuk kondisi barang dan harga yang telah ditentukan sejak awal kesepakatan. Lebih lanjut, fatwa ini menegaskan bahwa akad yang dilakukan melalui sarana elektronik tetap memiliki kekuatan hukum selama dapat menunjukkan adanya kesepakatan yang sah antara penjual dan pembeli.<sup>14</sup>

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya praktik penjualan tiket bioskop melalui grup WhatsApp dengan harga yang lebih rendah dibandingkan harga resmi bioskop. Sebagai contoh, harga normal tiket bioskop berkisar Rp35.000 per tiket, sedangkan melalui grup WhatsApp pembeli dapat memperoleh dua tiket dengan harga sekitar Rp50.500. Selain itu, terdapat pula promo seperti beli satu gratis satu yang membuat harga tiket menjadi lebih murah dibandingkan harga pada aplikasi atau layanan resmi bioskop. Permasalahan dalam praktik tersebut muncul karena harga tiket yang ditawarkan sering mengalami perubahan dan terkadang menjadi lebih rendah pada waktu tertentu. Penjual juga tidak memberikan penjelasan secara jelas mengenai alasan tiket dapat dijual di bawah harga resmi maupun asal perolehan tiket tersebut. Di samping itu, transaksi dilakukan dengan sistem siapa cepat dia dapat sehingga pembeli tidak memiliki kepastian dalam memperoleh tiket yang diinginkan. Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai keabsahan jual beli, terutama terkait kejelasan objek transaksi, transparansi informasi, serta kesesuaiannya dengan prinsip hukum ekonomi syariah.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan terkait keabsahan transaksi tersebut dari perspektif hukum ekonomi syariah. Pertama bagaimana mekanisme pelaksanaan transaksi jual beli tiket bioskop dengan harga promo melalui grup WhatsApp. Kedua, apakah praktik tersebut telah memenuhi ketentuan hukum ekonomi syariah, khususnya yang berkaitan dengan rukun dan syarat jual beli,

---

<sup>14</sup> Majelis Ulama Indonesia, "FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL-MAJELIS ULAMA INDONESIA NO : 1 46/DSN-MUI/XII/2021 Tentang ONLINE SHOP BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH" (2021).

kejelasan objek, serta kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah dalam transaksi. Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi dasar bagi penulis untuk menganalisis praktik jual beli tiket bioskop dengan harga promo melalui grup WhatsApp.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“JUAL BELI TIKET BIOSKOP DENGAN HARGA PROMO MELALUI GRUP WHATSAPP DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan oleh penulis dalam latar belakang di atas, diperlukan perumusan masalah yang lebih terfokus guna memperjelas arah kajian serta mempersempit lingkup pembahasan. Hal ini bertujuan agar isi pembahasan tidak menyimpang dari tujuan utama penelitian. Oleh karena itu, penulis menetapkan beberapa pokok permasalahan yang akan menjadi fokus utama dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana mekanisme jual beli tiket bioskop dengan harga promo melalui Grup WhatsApp?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap jual beli tiket bioskop dengan harga promo melalui Grup WhatsApp?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dengan mempertimbangkan permasalahan yang disebutkan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan solusi dan menjawab masalah ini dengan menggunakan upaya-upaya yang berikut:

1. Mengetahui mekanisme jual beli tiket bioskop dengan harga promo melalui Grup WhatsApp
2. Menganalisis tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap praktik jual beli tiket bioskop dengan harga promo melalui grup WhatsApp.

### **D. Manfaat Penelitian**

Suatu penelitian dianggap layak dan berkualitas apabila memiliki dua aspek manfaat yang menunjukkan kegunaan dari dilakukannya penelitian tersebut.

Sehubungan dengan analisis yang akan dilakukan berdasarkan judul penelitian ini, peneliti merangkum manfaat penelitian menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Oleh karena itu, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini akan menambah pengetahuan tentang hukum ekonomi Islam, khususnya tentang praktik jual beli online seperti grup WhatsApp untuk membeli tiket film. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai acuan untuk pembangunan teori dan penelitian hukum ekonomi Islam di masa depan.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini akan membantu masyarakat memahami cara mendapatkan tiket promo yang aman dan sesuai dengan Syariah. Selain itu, penjual dapat menggunakan hasil ini untuk meningkatkan strategi penjualan mereka dan menyesuaikannya dengan Hukum Ekonomi Syariah

## E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam studi ini berperan sebagai acuan yang membantu penulis dalam merumuskan dan memperdalam kajian terhadap topik yang akan diteliti. Dengan merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya, penulis memperoleh pemahaman yang lebih mendalam serta konteks yang relevan terhadap permasalahan yang diangkat. Adapun berikut ini adalah sejumlah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan.

aitan dan kemiripan dengan penelitian ini :

*pertama*, Skripsi yang ditulis oleh Adiyati Rahmah Effendi, pada tahun 2020 dengan judul “Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik terhadap Jual Beli Tiket Bioskop”<sup>15</sup> membahas jual beli tiket bioskop secara digital dengan menegaskan bahwa transaksi harus memenuhi rukun dan syarat jual beli dalam hukum Islam, seperti kejelasan objek, harga, dan kerelaan

---

<sup>15</sup> Adiyati Rahmah Effendi, “*Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik terhadap Jual Beli Tiket Bioskop*” ( Skripsi , UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020)

para pihak, serta bebas dari penipuan, gharar, dan ketidakjelasan informasi. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya transparansi, keabsahan bukti transaksi, dan perlindungan konsumen dalam perspektif Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Persamaannya terletak pada kajian jual beli tiket secara online dalam hukum Islam, sedangkan perbedaannya, penelitian saya lebih fokus pada praktik jual beli tiket promo melalui WhatsApp

*kedua*, jurnal yang ditulis oleh Dalilatul Baro'ah di tahun 2020 dengan judul “Jual Beli Dengan Sistem Diskon Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999”<sup>16</sup> Jurnal ini menjelaskan bahwa sistem diskon dalam jual beli diperbolehkan dalam hukum ekonomi syariah selama memenuhi rukun dan syarat, seperti kerelaan para pihak, kejelasan harga dan objek, serta bebas dari penipuan dan mudharat. Diskon juga harus menghindari mark up yang menyesatkan serta menjunjung prinsip keadilan, transparansi, dan amanah, disertai perlindungan konsumen. Persamaannya terletak pada kajian harga promo dalam perspektif syariah, sedangkan perbedaannya, penelitian tersebut membahas diskon secara umum, sementara penelitian ini fokus pada jual beli tiket bioskop promo melalui WhatsApp., sedangkan skripsi saya secara khusus menyoroti jual beli tiket bioskop harga promo melalui grup WhatsApp, termasuk mekanisme kuota dan kejelasan akad dalam transaksi digital.

*Ketiga*, skripsi yang ditulis oleh Ahsan Rafi Kurnandi pada tahun 2025, dengan judul "Praktik Jual Beli Tiket Kereta Api Indonesia Melalui Agen Non Resmi di Grup Facebook Perspektif Hukum Islam"<sup>17</sup> mengkaji praktik jual beli tiket kereta api melalui agen non resmi di Facebook, dengan tahapan transaksi meliputi komunikasi, pendataan, pembayaran, hingga pengiriman tiket. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa praktik tersebut termasuk jual beli fasid karena tidak terpenuhinya syarat akad, terutama terkait legalitas agen dan ketidakjelasan harga, meskipun tiket yang diberikan asli. Persamaannya terletak pada kajian jual

---

<sup>16</sup> Dalilatul Baro, “Jual Beli Dengan Sistem Diskon Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Dan Undang-Undang,” *Al Itmamiy: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.55606/ai.v6i1.917>.

<sup>17</sup> Ahsan Rafi Kurnandi "Praktik Jual Beli Tiket Kereta Api Indonesia Melalui Agen Non Resmi di Grup Facebook Perspektif Hukum Islam"( Skripsi UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2025).

beli tiket melalui media sosial dalam perspektif hukum Islam, khususnya terkait keabsahan akad, sedangkan perbedaannya, penelitian ini berfokus pada tiket bioskop promo melalui WhatsApp. kesesuaiannya dengan prinsip hukum ekonomi syariah.

*Keempat*, Jurnal yang ditulis oleh Ria Yuni Lestari, dkk, pada tahun 2025 dengan judul “Pemanfaatan Whatsapp Group “Pasar Online” Sebagai Media Jual Beli Masyarakat Modern”<sup>18</sup> membahas pemanfaatan WhatsApp Group sebagai media jual beli yang memudahkan komunikasi, penyampaian informasi, pemesanan, hingga penanganan keluhan, serta diatur dengan ketentuan tertentu agar transaksi lebih tertib. Persamaannya terletak pada penggunaan WhatsApp Group sebagai sarana jual beli, sedangkan perbedaannya, jurnal tersebut fokus pada aspek pemanfaatan media digital, sementara penelitian ini menitikberatkan analisis hukum ekonomi syariah pada jual beli tiket bioskop promo.

*Kelima*, Jurnal yang ditulis oleh Ufairrotun Nafisah Oktaviani dkk, pada tahun 2025 dengan judul “Analisis Praktik Jual Beli Online melalui Aplikasi WhatsApp menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Grup WhatsApp Pasar Umum GHA, Kabupaten Bekasi)”<sup>19</sup> mengkaji praktik jual beli melalui WhatsApp Group, mulai dari penawaran, komunikasi, kesepakatan harga, hingga pembayaran, yang dianalisis berdasarkan rukun, syarat, dan prinsip kejelasan akad dalam hukum Islam. Persamaannya terletak pada kajian jual beli melalui WhatsApp Group dengan perspektif hukum Islam, sedangkan perbedaannya, jurnal tersebut membahas transaksi barang secara umum, sementara penelitian ini fokus pada jual beli tiket bioskop harga promo. mengkaji aspek-aspek hukumnya berdasarkan prinsip hukum ekonomi syariah.

---

<sup>18</sup> Ria Yuni Lestari et al., “Pemanfaatan Whatsapp Group ‘Pasar Online’ Sebagai Media Jual Beli Masyarakat Modern,” *Paraduta: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2025): 7-8.

<sup>19</sup> Ufairrotun Nafisah Oktaviani, Rizal Maulana, and Ali Aminulloh, “ANALISIS PRAKTIK JUAL BELI ONLINE MELALUI APLIKASI WHATSAPP MENURUT PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (STUDI KASUS GRUP WHATSAPP PASAR UMUM GHA, KABUPATEN BEKASI),” *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2025): 353–71.

**Tabel 1.1**  
**Studi Terdahulu**

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Adiyati Rahmah Effendi (2020)	Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik terhadap Jual Beli Tiket Bioskop	sama- sama membahas jual beli tiket bioskop. Menilai transaksi online dalam perspektif hukum Islam. Menyoroti pentingnya kejelasan harga, objek, dan akad.	membahas transaksi tiket secara umum melalui platform digital, sedangkan penelitian penulis lebih fokus pada jual beli tiket dengan harga promo yang dilakukan melalui grup WhatsApp dan memperhatikan prinsip- prinsip syariah
2.	Dalilatul Baro'ah	Jual Beli dengan Siste diskon Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang No 5 tahun 1999	Penelitian tersebut memiliki persamaan karena sama- sama membahas harga promo dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Keduanya menyoroti prinsip – prinsip syariah	Penelitian tersebut mengulas diskon atau promo barang secara umum, sedangkan skripsi ini menyoroti promo tiket bioskop. Media transaksinya pun berbeda penelitian fokus pada pusat perbelanjaan, sementara skripsi ini pada grup WhatsApp. Konteksnya juga tidak sama:

3.	Ahsan Rafi Kurnandi (2025)	Praktik Jual Beli Tiket Kereta Api Indonesia Melalui Agen Non Resmi di Grup Facebook Perspektif Hukum Islam	Kedua penelitian memiliki kesamaan dalam mengkaji praktik jual beli tiket yang dilakukan oleh pihak penjual tidak resmi melalui media sosial, serta sama-sama menelaah aspek keabsahan akad dalam perspektif syariah.	Perbedaannya terletak pada objek dan konteks, di mana penelitian tersebut meneliti tiket kereta api di Facebook Group, dan menyoroti penyalahgunaan identitas, sedangkan penelitian penulis mengkaji tiket bioskop promo di WhatsApp
4.	Ria Yuni Lestari,dkk (2025)	Pemanfaatan Whatsapp Group “Pasar Online” Sebagai Media Jual Beli Masyarakat Modern	Sama-sama membahas aktivitas jual beli melalui WhatsApp Group, menggambarkan mekanisme transaksi dan interaksi penjual dengan pembeli, serta menunjukkan potensi masalah dalam transaksi online.	Jurnal fokus pada komunikasi kelompok, sedangkan skripsi menilai transaksi tiket bioskop harga promo dari perspektif hukum ekonomi syariah.

5	Ufairrotun Nafisah Oktaviani,dkk (2025)	Analisis Praktik Jual Beli Online melalui Aplikasi WhatsApp menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Grup WhatsApp Pasar Umum GHA, Kabupaten Bekasi)	Kedua penelitian sama-sama membahas jual beli melalui Grup WhatsApp, menyoroti alur transaksi dan komunikasi penjual dan pembeli, serta menunjukkan adanya potensi persoalan dalam praktik jual beli online.	jurnal berfokus pada jual beli barang secara umum, sedangkan penelitian penulismenelaah transaksi tiket bioskop harga promo dan mengkajinya dari perspektif hukum ekonomi syariah
---	---	---	--	---

#### F. Kerangka Pemikiran

Hukum ekonomi Islam adalah sekumpulan aturan dan prinsip yang membimbing perilaku manusia dalam kegiatan ekonomi agar selaras dengan ajaran Islam. Peraturan ini berfungsi sebagai pedoman bagi umat Muslim dalam praktik ekonomi sehari-hari, memastikan bahwa semua aktivitas tetap berada dalam kerangka keadilan, keseimbangan, dan nilai-nilai Syariah. Dalam Islam, kegiatan ekonomi tidak hanya dipandang sebagai urusan duniawi, tetapi juga memiliki dimensi spiritual sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT. Oleh karena itu, setiap transaksi harus dilakukan dengan tanggung jawab, jujur, dan menghindari segala tindakan yang melibatkan penipuan, ketidakadilan, atau membahayakan orang lain. Kerugian bagi pihak lain<sup>20</sup>. Prinsip-prinsip dasar dalam hukum ekonomi syariah, seperti keadilan (*adl*), kemaslahatan (*maslahah*), dan kemitraan (*syirkah*),

<sup>20</sup> Bung Hijaj Sulthonuddin and Enceng Iip Syaripudin, "Aspek Sosiologis Dalam Hukum Jual Beli" 1, no. 2 (2023): 2.

menjadi landasan penting untuk mewujudkan transaksi yang etis dan saling menguntungkan. Selain itu, transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan akad merupakan keharusan guna menghindari unsur ketidakjelasan (*gharar*) dan penipuan (*tadlis*), sehingga setiap kesepakatan dapat dipahami secara jelas oleh para pihak yang bertransaksi.

Dalam pengelolaan aktivitas muamalah, hukum ekonomi syariah berpijak pada kaidah fikih yang menegaskan bahwa pada dasarnya setiap transaksi dinilai boleh dilakukan. Kaidah yang dimaksud adalah sebagai berikut:

أَصْلُ فِي الشُّرُوطِ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْجُلُّ وَالْإِبَاحَةُ إِلَّا بِدَلِيلٍ

“Pada dasarnya, segala bentuk muamalat diperbolehkan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”<sup>21</sup> Kaidah ini menunjukkan bahwa Islam memberikan keleluasaan bagi manusia untuk mengembangkan berbagai bentuk kegiatan ekonomi, termasuk praktik ekonomi modern, sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan syariat. Meskipun demikian, hukum ekonomi syariah tetap menetapkan batasan dengan melarang transaksi yang mengandung unsur riba, gharar, dan maysir. Dengan demikian, kebolehan dalam muamalah harus selalu dijalankan dengan tanggung jawab untuk menjaga keadilan dan kemaslahatan.<sup>22</sup>

Akad dalam studi muamalah, adalah konsep dasar yang berfungsi sebagai dasar hubungan hukum antara dua pihak. "Akad" berasal dari kata Arab *al-'aqd*, yang berarti ikatan, perjanjian, atau kesempatan. Perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan atau menahan diri dari melakukan suatu tindakan hukum tertentu disebut *aqad*, menurut Kompilasi Hukum Syariah Ekonomi, yang juga.<sup>23</sup> Akad terbentuk ketika pernyataan niat dari satu pihak diterima oleh pihak lain, sehingga menciptakan hubungan yang mengikat secara hukum.<sup>24</sup> Secara istilah,

<sup>21</sup> Indonesia, FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL-MAJELIS ULAMA INDONESIA NO : 1 46/DSN-MUI/XII/2021 Tentang ONLINE SHOP BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH.

<sup>22</sup> Alisya Afifah Maulidina Putri Abdillah and Baidhowi, “PRINSIP DASAR HUKUM EKONOMI SYARIAH: ANTARA KEADILAN DAN PROFITABILITAS,” *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik* 2, no. 2 (2025): 207.

<sup>23</sup> Mahkamah Agung RI, “Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)” (JAKARTA, 2008). Hlm 10

<sup>24</sup> andi intan Cahyani, *Fiqh Muamalah* (Makasar: Alauddin University, 2013).hlm 32

akad juga diartikan sebagai pertalian ijab dan kabul yang harus selaras dengan kehendak syariat, karena setiap perikatan yang bertentangan dengan ketentuan syara dapat memengaruhi keabsahan objek perjanjian. Objek perikatan tersebut pada dasarnya berkaitan dengan terjadinya peralihan hak atau kepemilikan dari pihak yang menyampaikan ijab kepada pihak yang menyatakan kabul.

Akad memiliki karakteristik yang berbeda dengan janji (*wa'ad*), meskipun keduanya sama-sama berbentuk kesepakatan. *Wa'ad* hanya menimbulkan keterikatan sepihak sehingga tidak melahirkan konsekuensi hukum bagi pihak lain, sedangkan akad mengikat kedua belah pihak dan menimbulkan hak serta kewajiban yang harus dipenuhi, termasuk kemungkinan adanya sanksi apabila salah satu pihak tidak melaksanakan kewajibannya sesuai kesepakatan. Kewajiban untuk memenuhi akad ditegaskan dalam Qs. Al-Māidah ( 5) ayat 1, di mana Allah Swt berfirman: <sup>25</sup>.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

“Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji. Dihalalkan bagimu hewan ternak, kecuali yang akan disebutkan kepadamu (keharamannya) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki”, Ayat tersebut menunjukkan bahwa pemenuhan akad merupakan perintah langsung dari Allah Swt dan menjadi dasar penting dalam syariat Islam. Dengan demikian, akad memiliki kedudukan sentral dalam muamalah karena menentukan keabsahan suatu transaksi, termasuk akad jual beli yang banyak diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Akad jual beli menempati posisi penting dalam kajian fikih muamalah karena berkaitan langsung dengan pemenuhan kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa membutuhkan interaksi dengan pihak lain, khususnya melalui aktivitas pertukaran barang dan jasa yang dikenal dalam fikih dengan istilah *al-bay'*. Menurut Wahbah al-Zuhaili, secara

<sup>25</sup> Darmawati H, “Akad Dalam Transaksi Ekonomi Syari’ah,” *Sulesana* 12, no. 144–145 (2018).

etimologis *al-bay'* dipahami sebagai proses pertukaran atau perpindahan hak kepemilikan suatu barang dengan imbalan tertentu, baik dalam bentuk uang maupun barang lain yang memiliki nilai.<sup>26</sup> Dalam pandangan jumbuh ulama, keabsahan jual beli ditentukan oleh terpenuhinya empat rukun utama, yaitu adanya para pihak yang berakad, objek yang diperjualbelikan (*ma'qūd 'alaih*), ijab dan qabul sebagai pernyataan kesepakatan, serta nilai tukar sebagai pengganti barang. Pandangan ini berbeda dengan mazhab Hanafiyah yang mengategorikan unsur-unsur tersebut sebagai syarat, bukan rukun jual beli.<sup>27</sup> Sementara itu, dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), unsur jual beli disederhanakan menjadi tiga bagian sebagaimana tercantum dalam Pasal 56, yaitu terdiri atas para pihak, objek yang diperjualbelikan, serta kesepakatan antara kedua belah pihak<sup>28</sup>. Rukun-rukun ini menjadi dasar keabsahan transaksi menurut syariah dan harus dipenuhi agar jual beli sah secara hukum Islam.

Syarat sah jual beli dalam hukum Islam mencakup kecakapan para pihak, adanya kerelaan (*ridha*), kepemilikan yang sah atas objek transaksi, serta ijab dan qabul yang dilakukan dalam satu majelis. Selain itu, objek transaksi harus halal dan memiliki kejelasan spesifikasi, termasuk harga serta kondisi yang disepakati tanpa unsur paksaan maupun penipuan. Keterbukaan dalam transaksi menjadi bagian dari prinsip kejujuran dalam muamalah yang bertujuan melindungi hak kedua belah pihak, sebagaimana ditegaskan dalam hadis Nabi Muhammad SAW riwayat Imam Muslim:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

"Dari Abu Hurairah, bahwa Rasulullah ﷺ melarang jual beli yang mengandung gharar (ketidakjelasan atau ketidakpastian) (HR. Muslim). Hadis tersebut tercantum dalam *Ṣaḥīḥ Muslim* dengan nomor hadis 1513 dan termasuk dalam kategori hadis sahih karena didukung oleh rangkaian sanad yang dapat dipercaya. Kandungan

<sup>26</sup> Zahratul Jannah et al., "Akad Dalam Jual Beli : Akad Murabahah , Akad Salam , Akad Istishna," *Hidayah : Cendekia Pendidikan Islam Dan Hukum Syariah* 2, no. 2 (2025): 229–30.

<sup>27</sup> Jaih Mubarak and Hasannudin, *Fikih Mu'amalah Maliyah Akad Jual Beli*, 1st ed. (bandung: Simbiosis Retakama Media, 2017). hlm 10-11

<sup>28</sup> Mahkamah Agung RI, "Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)." hlm 24

hadis ini menegaskan sikap Islam yang menaruh perhatian besar terhadap perlindungan hak-hak para pelaku transaksi. Jual beli yang mengandung unsur ketidakjelasan dipandang berpotensi menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak sehingga bertentangan dengan nilai keadilan dan transparansi yang menjadi prinsip utama dalam praktik muamalah Islam<sup>29</sup>

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan pola transaksi jual beli yang kini banyak dilakukan melalui media daring tanpa pertemuan langsung antara para pihak. Dalam perspektif hukum Islam, praktik jual beli online pada dasarnya diperbolehkan sepanjang memenuhi ketentuan syariat, sebagaimana ditegaskan dalam Surah an-Nisā' ayat 29 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Ayat tersebut menegaskan larangan memperoleh harta secara batil serta pentingnya kerelaan dalam setiap transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa keabsahan jual beli ditentukan oleh kesepakatan yang jujur dan tidak merugikan pihak lain. Dalam jual beli online, transaksi harus jelas agar tidak menimbulkan mudarat. Akad dapat menjadi tidak sah apabila objek tidak halal, terdapat ketidakjelasan, atau unsur penipuan. Karena itu, kejelasan barang, harga, deskripsi, dan kebijakan pengembalian menjadi hal penting agar sesuai dengan prinsip syariah. Saat ini, jual beli online banyak dilakukan melalui media sosial, termasuk WhatsApp.<sup>30</sup> Ayat an-nisa 29 digunakan sebagai dasar hukum perlindungan konsumen karena ayat tersebut mencakup hukum ekonomi atau perdagangan yang lebih umum yaitu

<sup>29</sup> Jamaludin Acmad Kholik” *Analysis Of The Hadith On The Principle Of Transparency In Buying And Sale Transactions And Its Application In Syariah E-Commerce*”. Nabawi: Journal of Hadith Studies Volume 5 Nomor 2( 2024),HLM 286

<sup>30</sup> Payah Wafiq, “TAFSIR HADITS AHKAM MUAMALAH TERHADAP JUAL BELI ONLINE DALAM ISLAM,” *Journal Of Islamicprimaryeducatioan* 3, no. 2 (2022): 56–57.

larangan melakukan transaksi secara batil serta anjuran untuk melaksanakan perdagangan atas dasar kerelaan antara para pihak<sup>31</sup>

Berdasarkan Fatwa DSN–MUI Nomor 146 Tahun 2021, pelaksanaan jual beli secara daring wajib memenuhi prinsip kejelasan akad, kepastian objek transaksi, kehalalan barang yang diperjualbelikan, serta transparansi informasi kepada para pihak. Suatu transaksi dinilai tidak sah apabila mengandung unsur penipuan, ketidakpastian, atau melibatkan barang yang dilarang oleh syariat. Pada prinsipnya, hukum Islam memperkenankan praktik jual beli online selama terbebas dari unsur yang diharamkan, seperti riba, kecurangan, dan perlakuan yang tidak adil. Pemenuhan ketentuan tersebut mencerminkan penerapan etika bisnis yang jujur dan bertanggung jawab. Dengan demikian, transaksi daring yang sesuai dengan prinsip-prinsip tersebut dapat dinyatakan sah secara syariah dan memberikan perlindungan hukum bagi para pihak yang berakad.<sup>32</sup>

WhatsApp adalah media sosial populer untuk komunikasi digital melalui teks, gambar, suara, dan video. Salah satu fitur utamanya, Grup WhatsApp, memungkinkan pengguna berinteraksi secara bersamaan dalam satu ruang virtual, sehingga mempermudah pertukaran informasi, diskusi, dan koordinasi. Fitur ini banyak dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, mulai dari sosial, edukasi, hingga kegiatan bisnis, termasuk sebagai media untuk promosi dan transaksi secara kolektif. Grup WhatsApp berperan penting sebagai sarana promosi dan transaksi online, terutama bagi UMKM. Penjual dapat memasarkan produk luas tanpa biaya besar, sementara pembeli mudah menanyakan detail produk. Transaksi berjalan cepat dan transparan, dengan kesepakatan sukarela antar pihak. Keunggulan lain termasuk pengelolaan transaksi lebih mudah dan membangun hubungan personal, menjadikan grup ini pasar digital yang efisien<sup>33</sup>.

---

<sup>31</sup> Jaenudin, *PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM HUKUM EKONOMI ISLAM*, 1st Ed. (Bandung: IHYAAUT-TAUHIID, 2018). Hlm 173-174

<sup>32</sup> Indonesia, FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL-MAJELIS ULAMA INDONESIA NO : 146/DSN-MUI/XII/2021 Tentang ONLINE SHOP BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH.

<sup>33</sup> Heri Mustofa, Aris Widodo, and Waluyo, "E-Commerce Berbasis Whatsapp : Studi Kasus Whatsapp Group " Kuto Market " Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Kuto Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam," *Jurnal Sosial Dan Teknologi* 5, no. 3 (2025): 644.

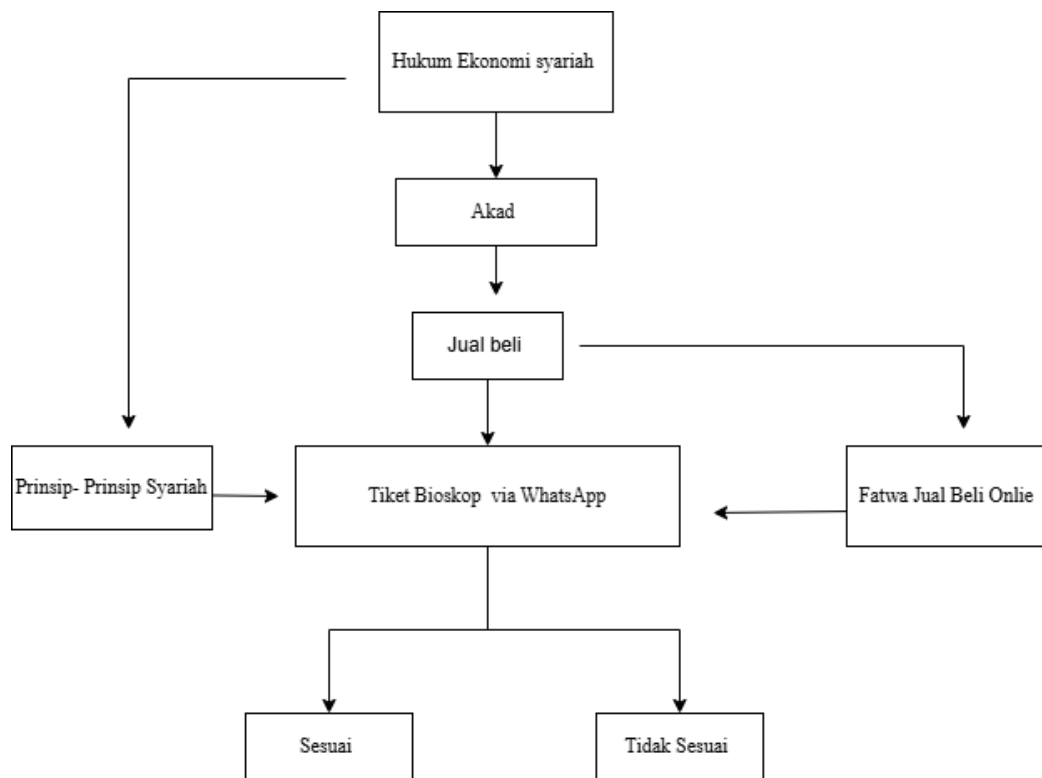
Tiket bioskop berfungsi sebagai tanda bukti yang menunjukkan hak penonton untuk menyaksikan film di ruang pemutaran. Pada praktik konvensional, tiket diperoleh melalui loket penjualan, namun mekanisme tersebut kerap menimbulkan antrean yang cukup panjang. Seiring perkembangan teknologi, layanan pemesanan tiket berbasis aplikasi *mobile* dikembangkan untuk memberikan kemudahan kepada pengguna. Melalui sistem ini, penonton dapat menentukan judul film, waktu penayangan, serta pilihan kursi secara daring. Pemanfaatan teknologi *website* memungkinkan pertukaran data antara aplikasi dan server berlangsung secara efektif, sehingga proses pemesanan dapat dilakukan secara cepat, efisien, dan fleksibel selama terhubung dengan jaringan internet.<sup>34</sup>

Dengan demikian, kerangka pemikiran ini disusun untuk memberikan arah dan landasan dalam menganalisis transaksi jual beli tiket bioskop melalui Grup WhatsApp dari perspektif hukum ekonomi syariah. Konsep hukum ekonomi syariah menekankan pentingnya pemahaman mendalam mengenai akad jual beli, di mana keabsahan suatu akad ditentukan oleh terpenuhinya seluruh rukun dan syarat yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, kejelasan rukun dan syarat akad menjadi sangat penting agar setiap transaksi berlangsung sesuai dengan prinsip syariat, bebas dari praktik yang dilarang, dan menciptakan keadilan bagi semua pihak yang terlibat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

---

<sup>34</sup> Dwipa Handayani, Hendarman, and Wiwiet Yuliana Putri, "Sistem Informasi Reservasi Tiket Bioskop Berbasis Android," *Jurnal Algoritma* 12, no. 2 (2019): 74.



Gambar 1. 2  
Kerangka Berpikir