

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Penelitian terdahulu	10
BAB II KONSEP JUAL BELI ONLINE, TADLIS DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH	14
A. Teori Jual Beli	14
1. Pengertian Akad Jual Beli	14
2. Prinsip-Prinsip Jual Beli	24
B. Flash Sale.....	31
1. Pengertian Flash Sale	31
2. Tujuan Metode Jual Beli Flash Sale.....	33
3. Konstruksi Akad Jual Beli Online.....	33
C. Tadlis	36

1. Pengertian Tadlis	36
2. Macam-Macam Tadlis	38
3. Pendapat Para Ulama Tentang Tadlis	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	44
B. Jenis dan Sumber Data	46
C. Teknik Pengumpulan Data	47
D. Teknik Analisis Data	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN METODE JUAL BELI ONLINE MELALUI METODE FLASH SALE DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH.....	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
1. Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA).....	51
2. PT. Shopee.....	52
3. PT. Lazada.....	57
4. PT. Tokopedia.....	65
B. Metode Jual Beli Online Melalui Flash Sale	74
1. Mekanisme Jual Beli Flash Sale.....	74
2. Konsep Flash Sale Menurut Kompilasi Hukum Islam.	84
3. Analisis Regulasi dan Metode Flash sale di Shopee, Lazada, dan Tokopedia.	86
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Penyelenggaraan Flash Sale Di marketplace Indonesia	94
1. Faktor Internal.....	94
2. Faktor Eksternal.....	105

D. Upaya Internal dan Eksternal Kerugian Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha.....	107
1. Upaya Internal.....	107
2. Upaya Eksternal.....	108
E. Kesesuaian Metode Jual Beli Online Melalui Metode Flash Sale Persepektif Hukum Ekonomi Syariah.....	111
1. Analisis Metode Flash Sale Persepektif Hukum Ekonomi Syariah.....	114
2. Faktor Tadlis Pada Flash Sale.....	135
3. Taghrir (Ketidakpastian).....	138
BAB V PENUTUP	144
A. KESIMPULAN	144
B. SARAN.....	146
DAFTAR PUSTAKA	148
LAMPIRAN	152

