

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN..... | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR LAMPIRAN | ix |
| DAFTAR TRANSLITERASI ARAB LATIN | x |
| ABSTRAK | xiii |
| DAFTAR ISI..... | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Kegunaan Penelitian | 8 |
| E. Penegasan Istilah..... | 9 |
| F. Metode Penelitian | 12 |
| G. Sistematika Pembahasan | 22 |
| H. Paradigma Penelitian | 23 |
| BAB II PARADIGMA <i>FLASH SALE, ELECTRONIC COMMERCE</i> | |
| DAN HUKUM | 25 |
| A. Sejarah <i>Flash Sale</i> | 25 |
| B. <i>Flash Sale</i> | 31 |
| C. Sejarah <i>Electronic Commerce</i> | 33 |
| D. Pengertian <i>Electronic Commerce</i> | 35 |
| E. Jenis dan Model <i>Electronic Commerce</i> di Indonesia | 38 |
| F. Hukum Positif Indonesia..... | 41 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 1. | Konsep Perjanjian | 43 |
| a. | Perjanjian..... | 44 |
| b. | Perikatan..... | 46 |
| 2. | Asas-Asas Perjanjian..... | 48 |
| a. | Asas Personalia | 49 |
| b. | Asas Konsensualitas | 50 |
| c. | Asas Kebebasan Berkontrak..... | 51 |
| 3. | Unsur-Unsur Perjanjian..... | 52 |
| a. | Unsur <i>esensialia</i> | 53 |
| b. | Unsur <i>Naturalia</i> | 53 |
| c. | Unsur <i>Aksidentalalia</i> | 53 |
| 4. | Syarat Sah Perjanjian | 54 |
| 5. | Perjanjian Jual Beli dalam <i>Electronic Commerce</i> | 61 |
| G. | Hukum Islam Tentang Jual Beli..... | 62 |
| H. | Salam (Jual Beli Pesanan) | 67 |
| 1. | Dasar Hukum Islam..... | 67 |
| 2. | Pengertian <i>Salam</i> atau Jual Beli Pesanan | 68 |
| a. | Rukun Akad <i>Salam</i> | 69 |
| 1. | <i>Sighat</i> atau <i>Ijab Qabul</i> | 69 |
| 2. | <i>Jenis Sighat dan Ijab Qabul</i> | 70 |
| b. | Syarat Akad <i>Salam</i> | 72 |
| c. | Syarat Barang | 73 |
| d. | Syarat Harga..... | 74 |
| I. | Korelasi As-Salam Dengan <i>E-Commerce</i> | 75 |
| J. | Khiyar | 79 |
| 1. | Khiyar Majlis..... | 82 |
| 2. | Khiyar Syarat..... | 83 |
| 3. | Khiyar Aib..... | 83 |
| K. | Penelitian Terdahulu | 86 |
| BAB III <i>FLASH SALE, KEBIJAKAN LAZADA DAN BUKALAPAK</i> | | 90 |

| | |
|---|------------|
| A. <i>Flash Sale</i> Indonesia | 91 |
| B. Lazada dan Kebijakan | 92 |
| 1. Data Pribadi yang Dikumpulkan Lazada dari Pengguna | 93 |
| 2. Syarat dan Ketentuan Penjualan..... | 96 |
| a. Pembelian Produk | 95 |
| b. Hak dan Kewajiban Penjual | 98 |
| c. Pengiriman Produk..... | 101 |
| d. Harga Produk..... | 103 |
| e. Pembayaran | 104 |
| f. Pemutusan | 106 |
| C. Bukalapak dan Kebijakan..... | 107 |
| 1. Metode Pengiriman Barang..... | 113 |
| 2. Pengguna, Akun, Keamanan dan Password | 114 |
| 3. Lapak..... | 116 |
| 4. Transaksi Penjualan..... | 117 |
| 5. Transaksi Pembelian | 119 |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 121 |
| A. Sistem <i>Flash Sale</i> | 125 |
| B. Skema <i>Flash Sale</i> | 126 |
| C. <i>Flash Sale, Electronic Commerce</i> dan Hukum Islam | 138 |
| 1. Akad..... | 138 |
| 2. Barang | 140 |
| 3. Harga dan Khiyar | 141 |
| D. <i>Flash Sale, Electronic Commerce</i> dan Hukum Positif Indonesia | 143 |
| 1. Subjek Hukum | 146 |
| 2. Barang | 149 |
| 3. Perjanjian | 151 |
| BAB V PENUTUP | 153 |
| A. Kesimpulan..... | 153 |
| B. Saran | 154 |
| DAFTAR PUSTAKA | 156 |

LAMPIRAN-LAMPIRAN 161