

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa lalu, sebelum ditemukannya mata uang, transaksi jual beli dilakukan melalui sistem barter, yaitu dengan cara saling menukar barang yang diperlukan, yang sering dilakukan adalah barter antara sembako seperti beras dengan gula. Seiring dengan kemajuan zaman, mata uang mulai ditemukan dan digunakan sebagai alat tukar dalam transaksi, menggantikan sistem barter. Penggunaan mata uang ini mempermudah proses jual beli, memungkinkan manusia untuk melakukan transaksi yang lebih praktis dibandingkan masa sebelumnya.³

Perkembangan teknologi informasi saat ini berlangsung sangat cepat, menjadikannya bagian tak terpisahkan dari berbagai aktivitas. Penggunaan teknologi secara tepat dapat menghasilkan informasi yang sangat akurat. Perkembangan pesat ini membawa dampak signifikan pada kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi, di mana teknologi internet berperan besar. Internet telah mendorong munculnya era baru dalam ekonomi modern, yang dikenal sebagai ekonomi digital, membuka peluang baru dalam usaha, bisnis, dan perdagangan. Teknologi internet

³ Fathul Karim dan Gunarto, *Perlindungan Konsumen dengan Ketidaksesuaian Harga dalam Promosi Diskon secara Online dengan Harga Sesungguhnya*, Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA (KIMU) 2, 2019, hal. 399.

memungkinkan bisnis dilakukan tanpa hambatan jarak, yang sebelumnya menjadi kendala.⁴

Perdagangan pada dasarnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dengan menukar barang atau jasa secara adil. Namun, karena sifat dasar manusia yang cenderung egois dan ingin lebih untung, perdagangan perlu diatur agar berjalan dengan adil. Di Indonesia, hukum yang mengatur kegiatan perdagangan tertuang dalam KUHD (Kitab Undang-Undang Hukum Dagang).

Kemajuan teknologi, terutama perkembangan *e-commerce*, telah membawa perubahan besar dalam dunia perdagangan. Dengan adanya perubahan ini, diperlukan juga dukungan dari aspek infrastruktur hukum yang memadai untuk menjaga keadilan dan ketertiban dalam transaksi elektronik. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagai landasan hukum untuk mengatur kegiatan *e-commerce*.

Peralihan dari transaksi jual beli secara fisik ke jual beli *online* tidak hanya mengubah cara konsumen dan penjual bertransaksi, tetapi juga berdampak signifikan pada strategi promosi. Dalam transaksi *online*, promosi menjadi lebih dinamis dan terintegrasi dengan teknologi digital, memungkinkan penjual untuk menjangkau konsumen dengan berbagai

⁴ Zahra Afina Mahran dan Muhammad Hasan Sebyar, Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan E-commerce di Indonesia, *Hakim*, vol. 1 no. 4, 2023, hal. 52.

metode seperti iklan di media sosial, diskon kilat, hingga personalisasi penawaran berdasarkan data pengguna.

Sistem promosi *online* menawarkan fleksibilitas dan efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan metode konvensional. Penjual dapat memanfaatkan algoritma dan analisis data untuk menargetkan calon pembeli dengan lebih tepat, serta menjalankan kampanye pemasaran yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Selain itu, adanya fitur seperti ulasan konsumen, rating produk, dan interaksi langsung melalui *platform e-commerce* atau media sosial juga memperkuat strategi promosi, meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen.⁵

Sejak tahun 2018 hingga 2019, aplikasi TikTok mulai populer di Indonesia dan bahkan masuk dalam daftar 10 aplikasi yang paling banyak diunduh di negara ini. Seiring dengan inovasi yang terus berkembang, aplikasi yang awalnya hanya digunakan untuk video dan hiburan ini kini telah menambahkan fitur penjualan. TikTok, dengan proses pembelian yang mudah, dukungan video promosi, dan harga yang relatif murah karena sebagian besar produk berasal dari luar negeri, telah menyebabkan beberapa toko dan pasar konvensional mengalami kerugian dan perlambatan dalam perputaran uang. Pendapatan TikTok mencapai US\$9,4 miliar pada tahun 2022, dua kali lipat dari tahun sebelumnya. Larangan terkait aktivitas perdagangan di TikTok ini muncul sebagai dampak dari Permendag Nomor

⁵ Kharisma Rafi'ani, Tinjauan Yuridis terhadap Perlindungan Konsumen mengenai Diskon Palsu dalam Bertransaksi Elektronik, *Sapientia et Virtus* vol. 8 no. 2, 2023, hal. 263.

31 Tahun 2023, yang mengatur tentang perizinan bisnis, periklanan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan elektronik. Kondisi ini juga mempengaruhi keuangan masyarakat, terutama karena pendapatan besar dari penjualan di TikTok umumnya diperoleh oleh publik figur.⁶

Sebagai tanggapan terhadap kondisi tersebut, dibentuklah Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peraturan ini bertujuan untuk memberdayakan usaha mikro hingga makro melalui sistem elektronik lokal, melindungi konsumen, mendukung perkembangan perdagangan melalui sistem elektronik, serta memperhatikan perkembangan teknologi yang terus maju. Selain itu, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dianggap sudah tidak lagi relevan dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan hukum yang dinamis, sehingga perlu disesuaikan. Penyesuaian ini juga didasarkan pada ketentuan Pasal 7 ayat (5), Pasal 12 ayat (2), Pasal 15 ayat (4), Pasal 18 ayat (5), Pasal 36, Pasal 77 ayat (3), Pasal 78 ayat (4), Pasal 79 ayat (2), dan Pasal 80 ayat (5) dari Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi baru ini semakin penting mengingat banyak barang yang diperdagangkan di

⁶ Fitia Damayanti dkk, Pemenuhan Asas Kebermanfaatan Hukum pada PERMENDAG No. 31 Tahun 2023, Legislatif vol. 7 no. 1, 2023, hal. 18.

platform Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) belum memenuhi standar, baik Standar Nasional Indonesia (SNI) maupun standar lainnya.

Promosi adalah salah satu strategi yang diambil oleh pelaku usaha atau penjual untuk meningkatkan daya tarik atau penjualan produk mereka. Tujuan utama dari promosi ini adalah untuk menarik minat konsumen terhadap produk atau jasa yang sedang dipromosikan. Promosi bisa dilakukan melalui berbagai cara, seperti berkolaborasi dengan pihak lain untuk menggunakan produk tersebut, mengiklankan produk, atau memberikan diskon tertentu. Pada permasalahan yang peneliti temukan sering kali ada promosi diskon pada *platform* belanja *online* TikTok yang tidak sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia maupun dengan Hukum Ekonomi Syariah. Contohnya seperti manipulasi harga atau harga coret, harga yang dicantumkan adalah harga yang telah di naikkan secara tidak wajar kemudian dicoret seakan akan produk itu telah didiskon. Kemudian adanya *timer* dalam melakukan promosi diskon dan juga ketidaksesuaian terhadap barang diskon dengan barang yang dikirim oleh *seller*. Yang mana ini sangat merugikan konsumen serta merusak nama baik *platform* tersebut.

Berdasarkan latar belakang ini, penulis tertarik untuk meneliti masalah terkait peraturan menteri republik indonesia dalam konteks promosi diskon pada *platform* belanja *online* TikTok, karena masih ada banyak informasi yang perlu diketahui tentang peraturannya dalam hal ini. Dengan adanya keinginan yang besar untuk memahami lebih dalam

mengenai peraturan yang diberikan terhadap promosi diskon pada *platform* belanja *online* TikTok, penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul "Pemberian Promosi Diskon pada *Platform* Belanja *Online* TikTok Perspektif Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 dan Hukum Ekonomi Syariah. "

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana potret pemberian promosi diskon pada *platform* belanja *online* TikTok?
2. Bagaimana tinjauan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor 31 tahun 2023 terhadap promosi diskon pada *platform* belanja *online* TikTok?
3. Bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap promosi diskon pada *platform* belanja *online* TikTok?

C. Tujuan Penulisan

1. Untuk mendeskripsikan gambaran potret pemberian promosi diskon pada *platform* belanja *online* TikTok
2. Untuk menganalisis tinjauan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor 31 tahun 2023 terhadap promosi diskon pada *platform* belanja *online* TikTok
3. Untuk menganalisis tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap promosi diskon pada *platform* belanja *online* TikTok

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Praktis

a. Untuk Masyarakat

Penelitian ini dapat membantu masyarakat memahami hak-hak mereka sebagai konsumen, terutama terkait promosi diskon di *platform online* seperti TikTok. Dengan pemahaman yang lebih baik, masyarakat akan lebih kritis dan berhati-hati dalam mengambil keputusan pembelian, serta dapat terhindar dari penipuan harga atau promosi yang mengecoh. Penelitian ini juga memberikan wawasan mengenai regulasi yang melindungi konsumen, yaitu Permendagri No. 31 Tahun 2021, sehingga masyarakat dapat menuntut haknya jika terjadi pelanggaran

b. Untuk Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi para pelaku usaha, khususnya yang beroperasi melalui *platform belanja online* seperti TikTok, dalam memahami dan menerapkan kebijakan promosi diskon secara lebih etis dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dengan memahami analisis dalam memberikan promosi diskon, pelaku usaha dapat memperbaiki praktik promosi mereka agar lebih transparan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mengurangi potensi keluhan atau konflik. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi konsumen dalam mengenali hak-hak mereka serta

meningkatkan kesadaran akan pentingnya memilih produk yang dipromosikan dengan benar, sehingga terhindar dari praktik perdagangan yang tidak jujur.

c. Untuk Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini bisa menjadi referensi untuk kajian lanjutan terkait promosi dan harga dalam perdagangan elektronik. Penelitian ini juga membuka ruang diskusi lebih lanjut mengenai bagaimana regulasi pemerintah dan prinsip Hukum Ekonomi Syariah dapat diterapkan secara optimal di era digital. Penelitian ini memberikan landasan yang kuat bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji lebih dalam tentang hubungan antara regulasi perdagangan dan aspek etika dalam dunia bisnis digital, khususnya di *platform-platform* yang berkembang pesat seperti TikTok.

2. Secara Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengkaji dan memahami penerapan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia terkait perdagangan elektronik, khususnya mengenai promosi diskon yang sering kali tidak sesuai peraturan serta etika. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pembuat kebijakan dalam meninjau kembali atau memperbaiki regulasi yang ada, agar lebih efektif dalam melindungi konsumen dari praktik-praktik yang merugikan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan perspektif dari

Hukum Ekonomi Syariah, yang dapat menjadi landasan moral bagi pelaku usaha untuk menjalankan bisnis dengan cara yang lebih berintegritas dan sesuai dengan nilai-nilai hukum Islam.

E. Penegasan Istilah

1. Promosi Diskon: Menurut Tjiptono, diskon atau potongan harga merupakan salah satu bentuk promosi penjualan. Promosi penjualan itu sendiri adalah cara langsung yang digunakan oleh penjual dengan berbagai metode untuk menarik perhatian dan minat konsumen. Adanya potongan harga meningkatkan peluang untuk menarik minat pelanggan dan mendorong mereka membeli produk yang ditawarkan.⁷ Dalam penelitian ini, promosi diskon yang diteliti adalah yang dilakukan oleh penjual pada *platform* belanja *online* TikTok, dengan fokus pada validitas dan etika informasi harga yang diberikan.
2. *Platform* Belanja *Online* TikTok: Menurut Nisa Khairuni, TikTok adalah media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membuat dan menonton video pendek yang menampilkan berbagai ekspresi dari setiap penggunanya.⁸ Namun, *platform* ini juga menyediakan fitur *e-commerce*, di mana pengguna dapat membeli dan menjual barang. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana promosi diskon

⁷ Fandy Tjiptono, Kewirausahaan, Kinerja Keuangan, dan Kelanggengan Bisnis, Jurnal Manajemen Indonesia, vol. 15 no. 1, 2015, hal. 17.

⁸ Suliastika Candra Wati, Shela Nabila, Dzildiyana, Fenomenologi Literasi Informasi Terkait Perilaku Konsumtif Media Sosial TikTok, Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik, vol. 4, no. 4, 2024, hal. 54.

dilakukan di TikTok *Shop* dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi konsumen.

3. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia: Peraturan Menteri Perdagangan ini mengatur mengenai Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan terhadap Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik, serta menetapkan definisi istilah yang digunakan. Perdagangan melalui Sistem Elektronik (PMSE) merujuk pada transaksi perdagangan yang dilakukan melalui perangkat dan prosedur elektronik. Pelaku Usaha didefinisikan sebagai setiap individu atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang dapat beroperasi sebagai pelaku usaha domestik maupun asing dalam menjalankan kegiatan usaha di bidang PMSE.⁹ Penelitian ini akan melihat bagaimana pemberian promosi diskon di *platform* TikTok dipandang dari perspektif peraturan ini.
4. Hukum Ekonomi Syariah: Hukum Ekonomi Syariah adalah seperangkat aturan yang berlandaskan nilai-nilai Islam sebagaimana yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW, mencakup aspek keyakinan dan perilaku umat Muslim dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Sumber utamanya berasal dari Al-Qur'an, As-Sunnah, dan Ijma', yang bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan umat secara menyeluruh. Dalam kerangka ini, Hukum Ekonomi Syariah mengatur jalannya aktivitas bisnis agar

⁹ Peraturan BPK, <https://peraturan.bpk.go.id/Details/265202/permendag-no-31-tahun-2023>, diakses pada 18 September 2024, 16.24 WIB

senantiasa mengarah pada pencapaian ridha Allah SWT, sekaligus menjauhi bentuk-bentuk transaksi yang dilarang, seperti riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), maysir (perjudian), maupun praktik manipulatif seperti manipulasi harga yang menyesatkan konsumen. Manipulasi harga ini misalnya dengan menaikkan harga semu lalu menurunkannya untuk menciptakan ilusi diskon, ini merupakan bentuk ketidakjujuran yang bertentangan dengan prinsip transparansi dan keadilan dalam hukum ekonomi Islam.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah pendekatan utama untuk mengumpulkan data secara sistematis, logis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sehingga tujuan dari penelitian tersebut dapat tercapai.

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif merupakan penelitian hukum yang dilakukan dengan menelaah bahan pustaka atau data sekunder sebagai dasar penelitian, dengan melakukan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur yang relevan dengan masalah yang sedang diteliti.

Penelitian hukum yuridis normatif pada dasarnya merupakan kegiatan yang mengkaji aspek-aspek internal dari hukum positif untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ada dalam sistem hukum itu

sendiri. Pendekatan ini didasarkan pada pandangan bahwa hukum adalah lembaga otonom yang tidak memiliki hubungan dengan lembaga sosial lainnya, sehingga hukum mampu hidup, tumbuh, dan berkembang dalam sistemnya sendiri. Penelitian yang dilakukan dalam pendekatan ini hanya berfokus pada masalah-masalah yang muncul dari dalam sistem hukum itu sendiri.¹⁰

Pendekatan yuridis normatif mengkaji aturan-aturan perundang-undangan, baik secara vertikal dalam hirarki peraturan maupun secara horizontal dalam hubungannya dengan perundang-undangan lainnya. Pendekatan yuridis normatif digunakan dalam penelitian ini, yang berarti pendekatan tersebut merujuk pada hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.¹¹

Berdasarkan pemahaman doktrin, penelitian hukum yuridis normatif dapat disimpulkan sebagai metodologi penelitian hukum yang mendasarkan analisisnya pada peraturan perundang-undangan yang relevan dengan masalah hukum yang menjadi fokus penelitian.¹²

Pendekatan ini berfokus pada analisis masalah, terutama melalui kajian kerangka hukum dan peraturan yang berlaku. Penyelesaian masalah hukum memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap

¹⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 23.

¹¹ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT. Raja, 2003), hal 32.

¹² Kornelius Benuf dan Muhammad Azhar, Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurangi Permasalahan Hukum Kontemporer, *Jurnal Gema Keadilan* vol. 7 no 1, 2020, hal 24.

seluruh peraturan dan ketentuan terkait. Dalam penelitian ini, acuan utamanya adalah Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik, serta pendekatan kasus melalui analisis kasus yang relevan dan telah mendapat putusan hukum tetap serta buku Hukum Ekonomi Syariah guna mengetahui prinsip-prinsip yang semestinya. Beberapa kasus terkait ketidaksesuaian harga atau pemberian diskon palsu di *e-commerce* terutama pada *platform* TikTok akan dianalisis sebagai bagian dari pendekatan ini untuk memahami tunjauan dan penyelesaiannya.

Pendekatan yuridis normatif dilakukan dengan menelaah dan menginterpretasikan aspek-aspek teoritis yang berkaitan dengan asas, konsep, doktrin, serta norma hukum yang terkait dengan pembuktian perkara. Pendekatan ini didasarkan pada bahan hukum utama, di mana teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum, serta peraturan perundang-undangan yang relevan dengan penelitian dikaji secara mendalam. Pendekatan yuridis normatif ini juga sering disebut sebagai pendekatan kepustakaan, karena memanfaatkan buku-buku, peraturan perundang-undangan, dan dokumen lain yang berhubungan dengan topik penelitian.

2. Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian, umumnya terdapat perbedaan antara data yang diperoleh langsung dari masyarakat di lapangan dan data yang berasal dari bahan pustaka. Untuk data yang diperoleh langsung dari masyarakat di lapangan disebut data primer (data dasar), sedangkan data yang diperoleh dari bahan pustaka disebut data sekunder. Penelitian ini menggunakan data sekunder, yang berasal dari sumber pustaka seperti dokumen resmi, buku perpustakaan, peraturan perundang-undangan, karya ilmiah, artikel, serta dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian. Data hukum sekunder ini mencakup tiga bagian, yaitu:

- a. Bahan hukum primer: Merupakan bahan hukum yang bersifat mengikat, seperti:
 - 1) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor 31 tahun 2023
 - 2) Buku Hukum Ekonomi Syariah
- b. Bahan hukum sekunder: Merupakan bahan hukum yang diperoleh dari buku teks, jurnal ilmiah, pendapat para ahli, kasus hukum, serta simposium yang membahas tentang hukum promosi diskon pada *platform online*.
- c. Bahan hukum tersier: Bahan hukum yang memberikan penjelasan atau panduan tambahan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti KBBI, kamus hukum dan ensiklopedia.

Jadi pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan, dengan sumber data berasal dari perundang-undangan, artikel ilmiah, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dan kamus hukum. Informasi dikumpulkan secara eksklusif dari sumber pustaka tanpa memerlukan penelitian lapangan.

3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian. Teknik pengumpulan bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumen atau studi kepustakaan. Studi dokumen merupakan alat pengumpulan bahan melalui bahan hukum tertulis dengan menggunakan analisis isi (*content analysis*).

Mengingat penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan, langkah pertama yang dilakukan adalah mencari peraturan perundang-undangan yang relevan dengan isu yang dibahas yakni permendag RI noor 31 tahun 2023. Teknik ini berguna untuk mendapatkan landasan teori melalui kajian dan telaah terhadap peraturan perundang-undangan, buku-buku, jurnal, serta hasil penelitian lainnya, baik yang bersumber dari cetakan maupun elektronik, yang berhubungan dengan promosi diskon pada *platform* belanja *online*.¹³

¹³ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2024), hal. 21.

Alat pengumpulan data adalah instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, alat pengumpulan data yang digunakan berupa data sekunder, yaitu bahan pustaka yang mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku perpustakaan, peraturan perundang-undangan, karya ilmiah, artikel, dan dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian.

Dalam metode pengumpulan data ini penulis menggunakan metode studi pustaka yang mana studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal, artikel, makalah, dan media massa. Metode ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan topik penelitian serta mendukung kajian teoritis yang sedang dikaji. Sumber-sumber ini digunakan sebagai acuan untuk menganalisis dan memperkuat argumen dalam penelitian.

4. Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian, serta alasan penggunaan teknik tersebut. Teknik analisis bahan hukum dijelaskan secara terperinci, termasuk pengertiannya dan cara penggunaannya untuk menganalisis data. Proses analisis data adalah proses telaah mendalam yang dapat

dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data, meskipun umumnya dilakukan setelah data terkumpul.¹⁴

Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah teknik deskriptif. Teknik deskriptif berfungsi untuk menguraikan situasi atau posisi suatu proposisi hukum maupun non-hukum apa adanya. Teknik analisis data kualitatif deskriptif adalah teknik dimana data dikumpulkan, diseleksi, dan diklasifikasikan sesuai dengan topik pembahasan, kemudian ditarik kesimpulan untuk menjawab masalah penelitian.

5. Prosedur Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Merumuskan permasalahan yang akan diteliti, seperti pemberian promosi diskon di TikTok serta relevansinya dengan Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 dan Hukum Ekonomi Syariah. Serta menentukan batasan masalah terkait regulasi pemerintah dan prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam aktivitas *e-commerce*, khususnya promosi diskon di *platform* digital.

2. Pengumpulan Bahan Hukum

1. Bahan Hukum Primer:

- 1) Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023
- 2) Buku Hukum Ekonomi Syariah.

¹⁴ Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), hal 103.

b. Bahan Hukum Sekunder:

- 1) Buku dan jurnal yang membahas tentang Hukum Ekonomi Syariah, hukum perdagangan elektronik, serta strategi promosi dalam bisnis *online*.
- 2) Literatur mengenai ketentuan diskon dan promosi dalam bisnis *online* dari perspektif hukum.

c. Bahan Hukum Tersier:

Ensiklopedia hukum, kamus hukum, serta indeks dan abstrak yang berkaitan dengan perdagangan melalui sistem elektronik dan Hukum Ekonomi Syariah.

3. Pendekatan Peraturan

Menelaah secara mendalam isi Permendagri No. 31 Tahun 2023 dan regulasi terkait lainnya. Fokusnya pada ketentuan tentang promosi dan diskon serta aturan mengenai perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE). Serta menganalisis kesesuaian antara aturan hukum yang berlaku dengan praktik promosi diskon yang terjadi di *platform* TikTok, baik dari segi legalitas maupun perlindungan konsumen.

4. Pendekatan Konseptual

Mengkaji konsep-konsep dasar Hukum Ekonomi Syariah yang relevan, seperti keadilan, kejujuran, dan transparansi dalam berbisnis, serta bagaimana prinsip-prinsip ini diterapkan dalam aktivitas promosi di *e-commerce*. Dan juga membandingkan konsep

Hukum Ekonomi Syariah dengan ketentuan hukum positif yang ada, terutama dalam konteks promosi dan harga produk di *platform* belanja *online*.

5. Analisis Data

- a) Analisis Deskriptif: Menggambarkan secara detail isi Permendagri No. 31 Tahun 2023 dan Hukum Ekonomi Syariah terkait promosi diskon.
- b) Analisis Komparatif: Membandingkan ketentuan hukum dalam Permendagri No. 31 Tahun 2023 dengan Hukum Ekonomi Syariah, serta relevansinya dalam mengatasi ketidaksesuaian harga diskon pada *platform* TikTok.
- c) Analisis Normatif: Menilai apakah aturan hukum yang ada cukup untuk mengatur praktik promosi diskon secara adil, atau jika perlu ada penyesuaian regulasi.

6. Penarikan Kesimpulan

Menyusun kesimpulan berdasarkan hasil analisis terkait kesesuaian antara promosi diskon di *platform* belanja *online* TikTok dengan Permendagri No. 31 Tahun 2023 dan Hukum Ekonomi Syariah.

Menyampaikan rekomendasi terkait implementasi regulasi yang lebih baik dan penerapan etika bisnis dalam kegiatan promosi digital.

7. Penyusunan Laporan Penelitian

Menyusun laporan hasil penelitian dalam bentuk skripsi, yang terdiri dari bab-bab seperti pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, analisis, kesimpulan, dan saran.

G. Sistematika Penulisan

BAB I merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, tinjauan pustaka, metode penelitian, serta sistematika penulisan. Di dalamnya juga akan dijelaskan alasan pemilihan topik, pentingnya penelitian ini dalam konteks perdagangan *online*, serta relevansinya dengan regulasi pemerintah dan Hukum Ekonomi Syariah.

BAB II merupakan Pembahasan gagasan pokok. Bab ini menguraikan teori dan konsep yang relevan dengan penelitian.

BAB III memuat penjabaran mengenai potret pemberian diskon pada *platform* belanja *online* TikTok serta penjabarkan terkait tinjauan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor 31 tahun 2023 terhadap promosi diskon pada *platform* belanja *online* TikTok.

BAB IV memuat penjabaran terkait tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap promosi diskon pada *platform* belanja *online* TikTok. Serta penulis menganalisis dari data yang ada kemudian melakukan pembenaran, penolakan terhadap teori atau menemukan teori baru.

BAB V merupakan BAB yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta memberikan saran yang berkaitan dengan pelaksanaan promosi diskon dalam *e-commerce*, terutama di *TikTok Shop*, berdasarkan regulasi yang ada dan Hukum Ekonomi Syariah.