

# ***Slash-It* Lazada: Analisis Pemikiran Ibn Taimiyah Dalam Konsep Harga, Hak Milik Dan Pasar**

Moh Holilur Rohman<sup>1</sup>, Masyhuri<sup>2</sup>

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

<sup>1</sup>[mohholilurrohman13@gmail.com](mailto:mohholilurrohman13@gmail.com), <sup>2</sup>[masyhuri.machfudz@unisma.ac.id](mailto:masyhuri.machfudz@unisma.ac.id)

\*Correspond Author

## **Abstract**

*Online shopping experienced significant growth in Indonesia. The way to attract the attention of e-commerce users in online shopping is that interesting events are often held, starting from amazing discount promos to using vouchers, one of which is a promo to attract purchase interest is *Slash-It*. The *Slash-it* system in getting low prices on each item has conditions that depend on the desired product. The purpose of writing is to describe the practice of product purchasing, pricing and ownership rights using *Slash-It* in markets that are in accordance with Islamic teachings, and the authors refer to the thoughts of Imam Ibn Taimiyah in the concept of price, property rights and markets. This research is classified as a qualitative research library study or library research. The results of the discussion show that according to Ibnu Taymiyah, the price setting that is permissible and must be applied is if the price is not sold above the official price. In the practice of *Slash It*, according to Imam Ibn Taimyyah, this practice is not permissible because it raises speculative aspects in obtaining the item and deviates from the provisions of Islamic law.*

**Keywords:** *Slash It; Price Concept; Ibn Taimiyah.*

## **Abstrak**

*Online shopping* mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia. Cara untuk menarik perhatian pengguna *e-commerce* di *online shopping* sering diadakan event menarik mulai promo potongan harga yang menakjubkan sampai pemakaian voucher, salah satunya promo dalam menarik minat pembelian adalah *Slash-It*. Sistem *Slash-it* dalam mendapatkan harga murah dalam setiap barang mempunyai kondisi yang tergantung produk yang diinginkan. Tujuan penulisan untuk mendeskripsikan praktek pembelian produk, penetapan harga dan hak milik pemakaian *Slash-It* dalam pasar yang sesuai dengan ajaran islam, serta penulis merujuk pada pemikiran Imam Ibnu Taimiyah dalam konsep harga, hak milik dan pasar. Penelitian ini tergolong penelitian kualitatif studi Pustaka atau *library research*. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa menurut Ibnu Taymiyah penentuan harga yang diperbolehkan dan wajib diterapkan ialah apabila harga tersebut tidak dijual diatas harga resmi. Dalam praktek *Slash It* menurut Imam Ibn Taimyyah praktek tersebut tidak diperbolehkan karena menimbulkan aspek spekulasi dalam mendapatkan barang tersebut serta menyimpang dari ketentuan syariat Islam.

**Kata Kunci:** *Slash It; Konsep Harga; Ibn Taimiyah.*

## PENDAHULUAN

Kehidupan manusia tidak luput dengan hubungan sesama antar manusia dalam masalah ekonomi, hubungan tersebut harus didasarkan oleh norma-norma agama Islam yang menata tata cara aspek kehidupan termasuk yang berkaitan dengan permasalahan mu'amalah apalagi perkembangan zaman ke zaman menjadi moderan dan kemajuan teknologi menimbulkan hal positif dan negative dalam kehidupan manusia terhadap bermu'amalah. Di antara dampaknya berkembang zaman mulai dari berselancar di dunia *social media, listening of music, watching movies* dan hingga bermu'amalah secara daring atau sering disebut dengan *online shopping* (Muhammad Said Jundi, 2016).

*Online shopping* mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia sendiri untuk mewadahi aktivitas *online shopping* sendiri banyak fitur salah satunya aplikasi berbasis jual beli atau disebut dengan *e-commerce*, salah satu *e-commerce* di Indonesia ialah Lazada. Lazada sebuah software berbasis *online shopping* yang menyediakan aneka produk, mulai sandang pangan, elektro, kitab, dan lain-lain (Galih Setiyo Budhi, 2016), Lazada di Indonesia berdiri pada tahun 2012 mana beroperasi di Asia Tenggara yang merupakan bagian dari Lazada Group sampai tahun 2014 telah mencakup di negara Malaysia, negara Thailand, negara Filipina, negara Vietnam dan negara Singapura (M. Ali Hasan, 2003).

Cara untuk menarik perhatian pengguna *e-commerce* di *online shopping* sering diadakan event menarik mulai promo potongan harga yang menakutkan sampai pemakaian voucher, salah satunya promo dalam menarik minat pembelian adalah *Slash-It*. *Slash-It* adalah fitur yang terdapat aplikasi Lazada yang telah terdapat semenjak bulan September tahun 2018, melalui *Slash-it* pembeli dapat memotong harga produk yang ia inginkan menjadi jauh lebih murah dengan cara donasi orang

lain, dengan cara pembeli mengklik barang yang ada di halaman *Slash-It*, kemudian menyalin kode link barang yang ia inginkan pembeli serta ditransfer terhadap orang menggunakan tujuannya menerima donasi via media sosial (Dumairi Nor, 2008).

Sistem *Slash-it* dalam mendapatkan harga yang murah dalam setiap barang mempunyai kondisi yang tergantung benda atau produk apa yang diinginkan dan tentu saja kondisi donasi ini dilihat dari berapa mahalannya serta harga yang diberikan pihak Lazada, setiap individual diberikan jatah buat mengikuti sistem *Slash-It* per-hari dan produk yang dipilih harus saling tidak sama serta siapa yang tercepat di merampungkan *Slash-It* maka ialah yang berhak buat mendapatkannya (Alfian Izzul 2021). Tentu oleh karena itu pembelian produk di *Slash-It* sangat diminati oleh banyak *e-commerce*, demikian ketika aplikasi pembelian produk *Slash-It* ini berlangsung muncul aneka macam problem seperti hilangnya kuota *slash* di sebabkan kegagalan pembelian produk dalam pelaksanaan *Slash-It* dan akan kehilangan lagi. Ketika memberi bantuan terhadap pemakai lainnya, setiap *e-commerce* mendapatkan 5 kali jatah dalam melakukan *Slash-It*.

*Slash-It* merupakan salah satu strategi marketing pada pasar serta pembelian barang dengan harga murah di *e-commerce*, namun *Slash-It* menimbulkan ambiguitas, pertanyaan apakah penerapannya dalam potongan harga, hak milik dalam pasar yang sesuai dengan hukum ekonomi Islam, Islam sangatlah mengatur dalam perihal muamalah seperti menetapkan harga, potongan harga, hak milik barang dan permasalahan kestabilan di pasar, Imam Ibnu Taimiyah memaparkan bahwa sanya dalam potongan harga dan penyetabilan harga yang tidak sesuai dengan ajaran Islam tidak dibolehkan seperti adanya faktor-faktor monopoli, penurunan harga sepihak, ketidakjelasan harga, menghilangkan rukun dan syarat dalam bermuamalah serta terjadinya

fluktuasi harga ekstrim dan dramatis terhadap konsumen (Ibn Taimiyah, 1976).

Perlu ditegaskan mengenai judul karya tulis ilmiah ini. Melihat yang diangkat adalah *Slash It* Lazada: Analisis Pemikiran Ibn Taimiyah dalam Konsep Harga, Hak Milik dan Pasar maka di perlukan beberapa karya tulis ilmiah terdahulu yang hampir sama, antara lain karya tulis ilmiah yang di tulis (Nur Fadila, 2019) tentang pembelian *flashsale* pada Tokopedia pada tanggal 15-17 bulan agustus 2018 ada banyak konflik yang terjadi pada jual beli flash sale tadi. Yakni seperti ketidak jelasan barang atau produk mana yang masih tersedia (*available*) atau barang mana saja yg telah terjual (*sold out*) di *flashsale* tersebut. yang kedua artinya kegagalan pembayaran sebab barang atau produk tadi tiba-tiba habis terjual (*sold out*).

Tinjauan hukum Islam dalam pembelian online di bukalapak.com (Ahmad Nawawi, 2019), praktik pembelian *mystery boxes* yang di kaji dengan Fiqih (Nadya Saronika, 2020) pembelian *mystery boxes* hanya menjelaskan jenisnya saja tanpa memaparkan sifatnya, dampak hal tersebut menyebabkan ketidak pastian serta mengakibatkan timbulnya untung-untungan (*spekulasi*) dari pihak pembeli serta keabstrakan tersebut menjadikan unsur *riba* dan *gharar* terhadap pelaksanaan pembelian benda tersebut maka pembelian produk ini tidak diperbolehkan secara hukum Islam, (Ahmad Hasan, 2019) menjelaskan tentang permasalahan *event flash sale* dalam pembelian melalui aplikasi Lazada dengan penjabaran hukumnya dibolehkan sebab ada sifat saling untung dalam pemodal (*al-milk*) mengajarkan tata cara mengikuti *flashsale* terhadap penjoki sehingga diharapkan mendapatkan benda dari *flashsale* tersebut, dan para penjoki mendapatkan *feenya* Ketika mendapatkan benda dalam *flashsale* tersebut.

Persamaan dalam penelitian ini hanya terletak dalam bentuk pembelian produk

yaitu transaksi *online* dan ada unsur *spekulasi* dan *gharar*, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, bahan analisis dan teori yang dipakai, meskipun demikian belum terdapat penelitian terdahulu yang membahas signifikan tentang persoalan *Slash-It*. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan praktek pembelian produk, penetapan harga dan hak milik pemaikan *Slash-It* dalam pasar yang edialis dan sesuai dengan ajaran islam, serta penulis merujuk pada pemikiran Imam Ibnu Taimiyah dalam konsep harga, hak milik dan pasar karena seringkali pemikirannya dijadikan rujukan para kaum fundalisme dan tergolong ulama yang literalis dalam menginterpretasikan ayat-ayat al-Quran dan as-sunnah serta sangat membedakan antra agama dan budaya (Abdul Mustaqim, 2013).

Berdasarkan paparan diatas tentang praktek pembelian *e-commerce* dalam *Slash-It* yang sangat minim penelitian terdahulunya hal ini sangat menarik untuk dikaji lebih mendalam dalam menjelaskan praktek pembelian produk, penetapan harga serta kepemilikan barang dalam *Slash-It* terhadap pasar yang edialis dan selaras dengan ajaran Islam.

## LITERATURE REVIEW

Pembelian online sangatlah diminati pada zaman modern ini, apalagi dalam aplikasi online terdapat diskon harga besar-besaran dan *vocer* dalam pembelian baran tanpa melihat konsep harga, hak milik dan pasar ideal secara ekonomi Islam. Salah satu penelitian penelitian yang tertarik ialah Nur Fadila (2019) dengan judul "*Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Flash Sale di Tokopedia*", bahwa jual beli *flash-sale* di Tokopedia. Adapun permasalahan atau peroblematika yang terjadi dalam jual beli atau pembelian di *flash sale* seperti ke abstrakan (*available*) yang terdapat dalam *flas sale* tersebut, barang atau benda yang telah terjual (*sold out*). kegagalan yang

terjadi dalam pembayaran disebabkan benda atau produk tersebut tiba-tiba *sold out*. Tinjauan hukum Islam mengkaji hal tersebut dengan melihat rukun dan syarat pembelian di mana tidak ada unsur *ngarar* atau sifat merugikan salah satu pihak.

Penelitian lainnya yang memaparkan pembelian di online shopping “*Analisis Perjokian Dalam Event Flash Sale Pada Jual Beli Melalui Aplikasi Lazada dalam Perspektif Akad Ijarah*” yang di tulis oleh Hasan Ahmad (2019). Mekanisme perjokian ini diperbolehkan di sebabkan saling menguntungkan antara satu denngan yang lainnya.

Kemudian peneliti lainya yang berbeda adalah Ahmad Nawawi (2019) dengan judul penelitian *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Di Bukalapak.com*. Dalam penetian ini memaparkan kebolehan pemebelian barang atau benda *online* di Bukalapak. Hukum islam memperbolehkan segala macam *mua'mala* selagi tidak ada unsur-unsur yang membuat rugi terhadap salah satu pihak dan tidak ada dalil yang melarang. Hukum Islam yang diambil ialah *Ijma'* mengenai pelaksanaan pembelian online sebab tidak ada ayat secara husus yang menerangkan transaksi online di Bukalapak.com, secara sepintas transaksi tersebut hamper sama dengan *as-salam* yakni mencangkup pembayaran dan penyerahan benda dalam transaksi tersebut.

Terakhir penelitian ditulis oleh Nadya Saronika (2020) dengan judul *Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Praktik Jual Beli Mystery Box Di Lazada (Studi Kasus Pada Akun Izzat Store)*, di mana pembelian *mystery box* ini mengakibatkan sebuah spekulasi atau ketidak jelasana terhadap benda yang di beli sebab pelaksanaan pembelian *mystery box* hanya menyertai jenis dari produk tersebut tanpa memaparkan sifat dari benda atau produk *mystery boxes* tersebut dimana hal ini menjadi syarat mutlak produk yang sudah

dibeli tidak dapat di *return*. Fiqh muamalah memaparkan bahwasanya pembelian *mystery box* ini hanya menyebutkan jenisnya saja tanpa memaparkan sifat benda yang di perjual belikan, hal ini menyebabkan ketidakpastian yang mengakibatkan terjadinya hal spekulasi. serta ketidak jelasan tersebut merupakan unsur yang merugikan (*gharar*) hal ini di larang dalam ajaran Islam.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu *Empiris* dan *Normatif* (Soekarno Dan Mamudji, 2003). Metode penelitian yang dipakai dalam karya tulis ilmiah ini menggunakan studi Pustaka atau *library research*, semua data yang dipakai atau literatur dalam penelitian ini bersumber dari literatur tertulis (*buku-buku, jurnal-jurnal, thesis dll*) yang berhubungan langsung atau tidak terhadap objek material dan formal. Imam Ibnu taimyyah merupakan candikiawan dalam ilmu ekonomi Islam, pemikiran beliau sangat berpegang teguh dalam ajaran islam yng memedomi dalil-dalil Al-Quran dan al-Hadist, beliau sangat terkenal dikalangan para ulama sebab keilmuan beliau. Konsep harga yang bawakan apakah sesuai dengan zaman sekarang dimana notabnya di era modran, dimana konsep di kaji oleh beliau tetap berpegang teguh dengan ajaran Islam yang fundamental apalagi dalam bermuamalah, muamalah pada zaman sekarang sangatlah canggih sebab tanpa bertemu pemilik barang dan melihat barang, bisa di dapatkan yang di inginkan seperti aplikasi Lazada yang memakai sistem *Slash It* yang di pakai untuk menarik konsumen dengan potongan harga, akan tetap praltik tersebut mengandung unsur yang bertolak belakannng dengan ajaran Islam dan konsep-konsep Ibnu Taimyyah.

Penelitian ini secara sederhana mengkaji bagaimana pemikiran Imam Ibn

Taimyyah dalam penerapan konsep harga, pasar dan hak milik terhadap aplikasi online (Slash It Lazada), Slash It sendiri adalah hal baru di kalangan masyarakat sehingga tidak mengerti apakah praktik didalamnya sesuai dalam koridor yang ada.

Mengingat penelitian ini erat kaitannya dengan pendapat para ulama khususnya dalam menganalisis Problematika, maka yang digunakan ialah pendekatan Konseptual (*conceptual approach*) dan *library research* (Muhammad rijal fadli, 2021). Pendekatan Teoritual dilakukan manakala peneliti tidak beranjak dari aturan hukum yang ada. Apabila peneliti mengacu pada aturan tersebut, maka tidak akan menemukan pengertian yang di cari (Peter Mahmuh Marzuki, 2010)

Sumber data dalam penelitian *library* ini terbagi menjadi dua jenis yaitu, Primer dan Sekunder. Data primernya literatur tertulis yang berhubungan dengan yang dibahas (Buku-buku Imam Ibn Taimyyah dll), data sekundernya dalam penelitian ini berupa Jurnal-jurnal serta dari buku-buku yang berkaitan dengan judul yang dibahas oleh peneliti.

## KONSEP DASAR

### *Slash It*

Slash It merupakan Pembelian benda atau barang yang membutuhkan orang lain didalam pembelian slash-It tersebut. Prakteknya dengan cara pembeli *mensend hyperlink* produk yang diinginkan pada orang lain serta pengguna lain itu mengklik *hyperlink* yang telah diberikan pembeli serta *men-lesse* link produk tersebut. Slash It merupakan kampanye yang bekerja dalam format permainan buat lebih menarik perhatian pembeli potensial. Meskipun kampanye ini tampaknya buat pelanggan (blog.splitdragon.com, 2020)

### Konsep Harga

Setiap benda yang mempunyai nilai akan bisa ditukar dengan benda lainnya secara bebas

dan nilai tersebut dimiliki benda tersebut dinyatakan dengan nominal, maka nilai tersebut dinyatakan dengan harga. Maka dari itu harga ialah nilai benda, secara sederhananya harga dapat diberi arti sebagai nilai tukar suatu benda yang dinyatakan dengan nominal (Lydia Goenadhi dan Nobaiti, 2017)

### Pasar

Sistem ekonomi di masa Nabi Muhammad saw yang patut menjadi pedoman untuk diaplikasikan dalam kehidupan zaman moderan pada saat ini ialah *al-suq*. *Al -suq* diartikan sebagai tempat dimana antara penjual dan pembeli bertemu dan melaksanakan transaksi pembelian barang ataupun jasa, *al-suq* memiliki peran besar dalam perekonomian di dunia dan *al-suq* memiliki aturan-aturan sesuai dengan ajaran Nabi dari segi permasalahan harga, hak milik barang dan lain-lainnya (Abd Ghafur, 2019).

### Hak Milik

Ali Al-Khafifi berpendapat hak milik merupakan suatu kekhususan dalam menguasai sesuatu yang menyingkirkan orang lain serta mendapatkan kemanfaatan sesuatu tersebut. Kitab suci Al-Qur'an dan Assunnah melarang semua hal Tindakan dalam memperoleh harta dengan pelantara melawan hukum, sebab hal tersebut akan menimbulkan kerusakan demikian juga memperoleh hak milik melalui jalur pengadilan dengan cara tercela, seperti memonopoli, penyuapan, kesaksian palsu dan lain-lainnya (M. Sularno, 2013)

## PEMBAHASAN DAN DISKUSI

### *E-commerce: Slash It*

*E-commerce* sebuah sistem perniagaan berbasis online (internet), *E-commerce* suatu singkatan dari *e* dan *commerce*. *E* adalah electronic yang memiliki arti kumpulan alat elektronika sedangkan *commerce* merupakan perniagaan atau perdagangan. *E-*

*commerce* terdiri beberapa karakteristik (Akhmad Farroh Hasan, 2018);

1. Transaksi dua belah pihak.
2. Barter barang, informasi dan jasa.
3. Jasa online (Internet) menjadi peran utama.

*E-commerce* sendiri dibedakan menjadi 3 jenis bentuk secara umumnya yaitu:

1. E-commerce yang bersifat Business to Business atau mampu mengklaim menggunakan B2B
2. E-commerce yg bersifat B2C atau mampu mengklaim menggunakan Business to Consumer, dan
3. C2C atau Consumer to Consumer.

*Slash-It* merupakan produk dari Lazada di mana sangat memikat pemakai *e-commerce* pada zaman moderan ini sebab *Slash-It* sangat menguntungkan pembelian sebab Lazada *Slash* di rancang untuk membelli barang dengan harga potongan sangat tinggi. adapun mekanisme Lazada *Slash* dengan pembeli menyalin serta menempelkan Link (tautan) undangan untuk memotong benda tersebut dan mensendkan terhadap orang lainnya setelah benda yang di inginkan memperoleh jumlah maksimum, pembeli dapat membelinya dengan harga rendah. Akan tetapi dalam hal ini ada akibat bagi orang yang membantunya yaitu kehilangan kesempatan *Slash* tersebut, setiap individual akan mendapatkan 5 jatah dalam *Slash*. Dari sekema praktek pembelian barang dengan harga sangat murah di *online shopping* tanpa melihat hak milik barang dan selot bagi pemakai *Slash* di Lazada serta ada kecenderungan praktek tersebut mengandung sepekulasi atau ketidakjelasan. (Split Dragon, 2020)

### **Biografi Ibnu Taimiyyah**

Abul Abbas Ahmad bn Abdul Hamim bin Abdus Salam bin Abdullah bin Taimiyah nama lengkap dar imam Taimiyah, lahir 22 Januari tahun 1263 M bertepatan pada bulan Rabiul Awwal tanggal 10 tahun 661 H di kota Turki dan wafatnya beliau ketepatan

malam senin tanggal 20 Zul qa'dah 728H atau 26 bulan Sep 1328M (Abu al-Fida' Ismail ibn al-Katsir, 1999). Keluarga beliau adalah keluarga religious, ayah beliau bernama Syihabuddin bin Taimiyah seorang As-Syaikh, al-Hakim, al-Khatib (Muhammad Abu Zahrah, 2004).

Sedangkan Majduddin Abul Birkan Abdussalam bin Abdullah bin Taimiyyah al Harran adalah kakeknya beliau yang seorang ulama ilmu fiqih, al-Hadst, at-Tafsir dan seorang hafidz (Sa'd Shadik Muhammad). Pamannya beliau dari ayah, al\_Khatib fahkr al-Din beliau adalah seorang candikiwan atau ulama besar pada masanya. Saudara Imam Ibnu Taimiyyah, Syarif al-Din Abdullah ibnu halim lahir 696 H wafat pada 727 H merupakan seorang ulama dibidang pakar ilmu *fara'id* (Abd Salam Hasyim Hafid, 1996)

Karya Ilmiah beliau keseluruhan berbahasa Arab dan telah di terjemahkan dalam beberapa Bahasa asing seperti Indonesi, Inggris dan Al-Urdu, pemikiran beliau sangat berpengaruh di dunia Islam terlihat d beberapa negara seperti Arab Saudiyah, Al-Misra dan lainnya (Thomas Miche, 1983). Karya ilmiah beliau sekitar 300 lebih di antaranya *al-Majmu' al-Fatwa Ibn Taimiyyah*, *Mu'a'rij al-Wushul* dan lainnya (Samsul Hilal 2014)

### **Pemikiran Ibn Taimiyyah dalam konsep Harga, Hak milik dan pasar**

Di dalam karya tulis ilmiah in, penulis memaparkan 3 konsep pemikiran Imam Ibn Taimiyyah mengenai perekonomian, di mana pemikiran ini menjadi sangat menarik untuk di uraikan dalam sebuah karya tulis ilmiah, yang pertama ialah *'Iwad al-Mitsl* (harga yang adil), kedua *as-suq* (pasar) dan yang ketiga *al-Milku* (hak milik). Tiga konsep pemikiran Ibn Taimiyyah dijelaskan sebagai berikut (Amir salim, Hemalia Alda dan Muharir, 2021).

### ***'Iwad al-Mitsl (Harga Yang Adil)***

Ketika mengkaji *'Iwad al-Mitsl* (harga yang adil) maka tidak luput pula dengan konsep mekanisme di dalam harga, mekanisme harga yaitu suatu proses yang sejalan terhadap dasar daya Tarik menarik di antara *al-Milk* (produsen) dan konsumen, baik dari segi Output atau Input. Harga sendiri bisa diberi makna suatu jumlah uang yang dinyatakan bernilai untuk menukar unid-unid benda tertentu. Harga merupakan salah satu pemasaran dalam menghasilkan biaya dan pendapatan (Kolter, 2005), harga (*price*) sebuah nilai benda atau barang di mana dinyatakan dengan uang (Bukhari Alma, 2005).

*'Iwad al-Mitsl* (harga yang adil) menurut Imam Ibn Tamiyah ialah *as-saman* yang dibentuk dengan kekuatan *as-suq* (pasar) menggambarkan dalam kekuatan *supply dan demand*. Gambaran dari konsep tersebut; jika *al-Milk* pemilik barang menjual barang-barang yang ada dengan norma (*al wajh- al ma'ruf*) tanpa indikator yang tidak adil sehingga harga tersebut meningkat di sebabkan kelangkaan *supply* atau dari aspek meningkatnya *demand* (Adiwarman Karim, 2006).

Berdasarkan argumennya pada hadist Anas bin Malik," Pada zaman Rosulullah SAW harga barang pernah melonjak hebat. Orang-orang pun berkata, "Wahai Rosulullah, kalau saja anda mau menetapkan/ menstabilkan harga" (Abu Malik Kamal Bin Assayid Salim, 2007). Beliau menjawab

*Diriwayatkan dari Anas RA, sahabat berkata "Ya Rasulullah harga-harga barang. Maka Rasulullah bersabda: Sesungguhnya Allah SWT Dzat Yang Maha Menetapkan harga, yang Yang Maha Memegang, Yang Maha Melepas, dan Yang Memberikan rezeki. Aku sangat berharap bisa bertemu Allah SWT tanpa seorang pun dari kalian yang menuntuku dengan tuduhan kedzaliman dalam darah dan harta (Imam Asy- Syaukani, 2006).*

Menurut Hadist ini, penguasa (imam) tidak berhak menentukan harga yang berlaku dimasyarakat, melainkan masyarakat bebas menjual harta benda mereka menurut mekanisme yang berlaku (Ain Rahm,2015). Penentuan harga sama saja melarang mereka untuk membelanjakan harta mereka. Sedangkan kalangan mazhab Maliki dan Hanafi memperbolehkan penguasa menetapkan harga demi menolak bahaya hal yang merugikan masyarakat jika harga yang ditetapkan pemilik barang dagangan telah terlalu melampaui harga umum. Bila demikian keadaanya maka sah-sah saja memberlakukan penetapan harga melalui musyawarah dengan para pakar demi menjaga kemaslahatan umum.

*"Jika penduduk menjual barang secara norma (al-wajh al-ma'ruf) tanpa menggunakan cara-cara tidak adil kemudian harga tersebut meningkat karna pengaruh kelangkaan barang (yakni penurunan supply) atau karna peningkatan jumlah penduduk (yakni peningkatan demand) karna peningkatan harga-harga tersebut karna kehendak Allah" (Muchlis Sabir, Riyadlus Shalihin, 1981).*

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi: "Penentuan harga mempunyai dua bentuk; ada yang boleh dan ada yang haram. Tas'ir ada yang zalim, itulah yang diharamkan dan ada yang adil, itulah yang dibolehkan." Selanjutnya Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan (Yusuf Qardhawi, 1997).

### Mekanisme Pasar

Imam Ibn Taimiyyah memiliki wawasan yang jernih dalam pasar yang bebas, harga yang terjadi dipertimbangkan dari kekuatan *supply* dan *demand*. Menurut Imam Ibnu Taimiyah sepekulasi naik turunnya harga tidak selalu disebabkan dengan kezaliman (*zlum*) yang dilakukan oleh seseorang. *Zulm* ialah pelanggaran terhadap hukum atau ketdakwaadilan yang terjadi. Seperti manipulasi yang mendorong terjadinya ketidakseimbangan pasar.

Saat terjadi sebuah kenaikan dalam permintaan pada harga yang sama dan kekurangan penyediaan di harga yang sama juga. sebaliknya, kekurangan permintaan serta kelebihan *supply* pada harga yang sama, akan terjadinya dorongan buat penurunan harga. Bila penurunan *supply* disertai menggunakan peningkatan permintaan maka akan terjadilah kenaikan dalam harga. Adapun faktor-faktor menurut Imam Ibn Taimiyyah yang berpengaruh dalam permintaan serta konsekuensinya harga yaitu (Muharrir 2021):

1. Perubahan bergantung terhadap jumlah para peminta (*at-tullab*).
2. *Al-raghbah* merupakan keinginan masyarakat yang berbeda-beda dan berubah-ubah. Perubahan tersebut tergantung dengan kelmpahan atau kelangkaan barang yang di inginkan (*al-matlub*).
3. Harga yang berubah-ubah juga disebabkan siapa yang melakukan pelaksanaan atau pertukaran barang tersebut (*al-mu'awid*).
4. Harga juga dipengaruhi alat transaksi yang dilakukan dalam prosesnya.

Strategi pemasaran adalah tujuan dan sasaran pemasaran perusahaan yang digabungkan menjadi satu rencana yang komprehensif. Eksekutif bisnis akan menarik strategi pemasaran yang sukses dari riset pasar. Aktivitas ini juga berfokus pada bauran produk yang tepat sehingga Anda bisa mendapatkan keuntungan yang paling banyak. Sederhananya: strategi pemasaran

adalah strategi yang dirancang untuk mempromosikan barang atau jasa sehingga akan menghasilkan keuntungan. Dalam konteks ini, kata 'barang' berarti sama dengan 'produk' (Wibowo, 2021).

### Hak Milik

Otoritas tertinggi dalam Islam mengenai hak milik, pemilik yang mutlak adalah Allah, kepemilikan ialah sebuah transaksi serta ikatan seseorang dengan *haq al-'Iwad* yang sesuai terhadap ketentuan syariat dan kepemilikan menjadi hak kuasa dalam segala yang dimiliki (M. Faruq an-Nabahan, 2002). Imam Ibn Taimiyah menyatakan *haq al-'Iwad* merupakan kekuatan yang bersandar atau didasari oleh syariat Islam untuk memakai suatu objek, Kekuatan tersebut sangat bervariasi dalam segi bentuk dan tingkatannya. Imam Ibn Taimiyyah dalam hal tersebut tidak membatasi oleh hak milik individual atau pribadi, akan tetapi mencakup kepemilikan Masyarakat dan Negara, hak-hak tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. *Al-milk al-nafs* (Hak milik individu) perindividual pasti memiliki hak dalam menikmati haknya sebab kerja keras yang di perbuatnya dengan mengaplikasikan secara produktif serta melngdunggi terhadap perbuatan yang sia-sia. Maka dari itu tidak boleh mengaplikasikan berlebihan dalam tujuan berfoya-foya. Oleh sebabitu *Al-milk al-nafs* dibatasi dengan kesederhanaan.
2. *Al-milk al-Ijtima'I* (Hak milik sosial) kolektif memiliki bermacam-macam bentuk. Seperti contoh anugerah dunia (alam), air, api selaras dengan hadist Nabi “*manusia itu berserikat dalam pemanfaatan tiga alam yakni air (al-mâu), rumput (al-usybu) dan api (an-nâru) (Ahmad bin Hambal)*. Alasan yang harus dimiliki dari kepemilikan kolektif terhadap objek alam di karenakan haqiqatnya baran tersebut diberikan oleh Allah secara gratis dan demi kemaslahatan umum.

3. *Al-milk al-'umûmî* (Hak milik negara) negarasendiri memiliki sebuah hak milik sendiri untuk memperoleh pendapatan, sumber penghasilan dan kekuasaan dalam menjalankan kewajibannya seperti contoh peyelenggaraan Pendidikan, memelihara keadilan dan hukum secara umum untuk melindungi kepentingan material serta spiritual masyarakat. Imam Ibn Taimyah memaparkan bahwa sumber utama oendapatan negara ialah zakat dan *ghanimah*.

Hak milik sesuatu atau benda yang di pasarkan serta di buat bermuamalah harus mengikuti tatacara ajaran Islam, secura tidak langsung ada hak milik yang sempurna, tidak ada penipuan, sepekulasi dalam barangnya supaya pasar menjadi edial.

Sistem yang digunakan dalam menarik masyarakat yaitu Slash-It di mana program tersebut menyediakan sebuah potongan harga yang luar biasa dari harga 1digit turun ke puluhan ribu sampai ratusan akan tetapi peraktk yang dilakukan dalam mendapatkan suatu problematika seperti harus minta bantuan ke orang lain, padahal setiap individual memiliki 5 slot saja dan menimbulkan aspek sepekulasi (untung-untungan) dalam mendapatkan barang tersebut (Tim Lazada, 2021).

Imam Ibn Taimyyah menjelaskan bahwa transaksi di pasar dengan harga yang belum jelas akan di dapatkan barang tersebut itu tidak diperbolehkan sebab menyimpang dari ketentuan syariat Islam yaitu terdapat sifat untunng-untungan.

## KESIMPULAN

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi: menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh

masyarakat, seperti menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.

Penerapan dalam penggunaan Slash It dalam *e-commers* Lazada di mana program tersebut menyediakan sebuah potongan harga yang luar biasa dari harga 1digit turun ke puluhan ribu sampai ratusan akan tetapi peraktk yang dilakukan dalam mendapatkan suatu problematika seperti harus minta bantuan ke orang lain, padahal setiap individua memiliki 5 slot saja dan menimbulkan aspek sepekulasi (untung-untungan) dalam mendapatkan barang tersebut.

Sehingga dalam hal ini Imam Ibn Taimyyah menjelaskan bahwa transaksi di pasar dengan harga yang belum jelas akan di dapatkan barang tersebut itu tidak diperbolehkan sebab menyimpang dari ketentuan syariat Islam yaitu terdapat sifat untunng-untungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alda, Muharir. (2021), *Pemikiran Ibnu Taimiyah dalam Harga, Pasar, Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No. 2, hlm. 155-166.
- Ain Rahm. (2015), *Mekanisme Pasar Dalam Pasar, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No. 2, hlm. 177-192.
- Al-Fida' Abu Ismail ibn al-Katsir (1999), *al-Bidayah wa alNihayah*, Juz 9, Beirut: Maktabah al-Ma'arif.
- Ali Hasan M. (2003), *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Alma Buchari (2005), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.

- An-Nabahan M. Faruq (2002), *Sistem Ekonomi Islam*, alih bahasa Muhadi Zainuddin, Cet-3 Yogyakarta: UII Press.
- Asy- Syauckani Imam (2006), *Ringkasan Nailul Author*, Jakarta: apaustaka Azzam, Cet 1.
- Budhi Galih Setiyo (2016, Mei). *Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Jual Beli Online Lazada Indonesia*, Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO), Vol 1, (2). 78-82
- Dumairi Nor (2008), *Ekonomi Versi Salaf*, Cet. II, Pasuruan: Pustaka Sidogiri.
- Fadila Nur. (2019), *Analisis Hukum Islam Dalam Jual Beli Flash Sale di Tokopedia*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Fadli Muhammad rijal. (2021), *Memahami desain metode penelitian kualitatif*, Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, Vol. 21. No. 1. 33-54
- Farroh Hasan Akhmad (2018), *Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktik)*, Malang: UIN Malang Press.
- Faruq M, An-Nabahan. (2002), *Sistem Ekonomi Islam (Pilihan Setelah Kegagalan Sistem Kapitalis dan Sosialis)*. UII Press, Yogyakarta.
- Ghafur Abd. (2019, Januari), “Mekanisme Pasar Persepektif Islam”, *Iqtishodiyah*, 5, (1), hlm. 1-19 <https://ejournal.inzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/issue/view/19>
- Goenadhi Lydia, Nobaiti (2017), *Pengantar Ekonomi Mikro*, scripta Cendekia, Cet Pertama: Oktober.
- Haqqy alfian izzul. (2022). *Jual beli Slash it di Lazada dalam perspektif Fiqih jual beli: Studi pada komunitas Online Event bali*. Diperoleh dari skripsi UIN Malang. (17220005.)
- Hasan Ahmad (2019), *Analisis Perjokian Dalam Event Flash Sale Pada Jual Beli Melalui Aplikasi Lazada dalam Perspektif Akad ijarah*, diperoleh dari thesis Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Hasyim Hafidz Abd Salam (1996), *Imam Ibn Taimiyah*, Mesir: Mustafa al-Babi al-Halabi.
- Hilal Samsul. (2014, Juli), *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, ASAS, Vol.6, (2), 16-28.
- Jundi Muhammad Said (2016), *Analisis Pengaruh Citra Layanan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Nillai Yang Dipersepsikan Sebagai Mediasi Sebagai Mediasi Pada Toko Online Lazada.Co.Id*, Jurusan Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang, *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 5, (3), 1-12.
- Kamal As-Sayyid Salim Abu Malik (2007), *Shahih Fikih Sunnah Lengkap*, Jakarta: Pustaka Azzam, Cet. Ke-1.
- Karim Adirwarman A. (2002), *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT. Raja Graindo Persada.
- Karim Adiwarmen (2006), *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Kotler (2005), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Gramedia, Edisi kesebelas Jilid 2.
- Kotler Philip, Gary Armstrong. (2001), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, Cet Ke-8, Jilid 1.
- Marzuki Peter Mahmud (2010), *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta.
- Michel.Thomas (1983), *Ibn Taimiyah: Alam Pikiran dan Pengaruhnya di Dunia Islam*, t.tp: Oriantasi.
- Nawawi Ahmad, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online di Bukalapak.com*, (2019), diperoleh dari thesis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Qardhawi Yusuf (1997), *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani.
- Sa'd Shadik Muhammad, *Ibn Taimiyyat Imam al-Syaf wa al-Qalam*, Kairo: Majlis alA'la li Syu'un al-Islamiyah.
- Sabir Muchlis (1981), *Riyadlus Shalihin*, Semarang, CV. Toha Putra: cet, 1.
- Salim Amir, Hemalia Alda dan Muharir (2021), *pemikiran Ibnu at-Tainiyah dalam harga*, *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah* Volume 6 Nomor 2 Edisi Februari.
- Soekarno Dan Mamudji. (2003), *Penelitian Hukum Normative Suatu Tujuan Singkat*, Jakarta: Rajawali Press.
- Splitdragon (2020). Retrieved from <https://blog.splitdragon.com/id/how-does-lazada-slash-it-contribute-to-seller-traffic/>
- Sularno, F. M. (2013), *Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah, dan Dana Alokasi Umum Terhadap Pengalokasian Anggaran Belanja Modal*, Diperoleh dari Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama.
- Susiawati Wati. (November 2017), *Jual Beli dan dalam Konteks Kekinian*, *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 8, (2), 171-184
- Taimiyah Ibn (1976), *al-Hisbah fi al-Islam*, Kairo: Dar al-Sya'b.
- Tim Lazada. (27 Februari 2021), "Terms of Use" dikutip dari [www.lazada.co.id](http://www.lazada.co.id).
- Wibowo, Patrick Trusto Jati. (2021), *Apa Itu Strategi Pemasaran?*, *Warta Ekonomi*. Co. Id. Diperoleh dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read340149/apa-itu-strategi-pemasaran>
- Zahrah Muhammad Abu (2004), *Ibn Taimiyah: Hayatuhu wa 'Ashruhu, Arauhu wa Fiqhuhu*, Kairo: Dar al-Hadis.