



AICONOMIA:

Jurnal Hukum Ekonomi Syariah

Vol.3, No.2, Desember 2024, pp.68-78

ISSN: 2985-5780

DOI: <https://doi.org/10.32939/acm.v3i2.4482>

Website: <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/aiconomia/>

Diskon Angka Kembar: Trik atau Ilusi Bisnis? Kajian Sosiologi Ekonomi Islam terhadap Perlindungan Konsumen

Amalia Muazzah Adawiah¹, Abdal², Tajul Arifin³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Jawa Barat, Indonesia

Jl. A.H. Nasution No. 105A, Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia

Article Info

Publish : 24-12-2024

Keyword

Consumer protection,
Digital transactions,
Twin-digit discounts,
Islamic economic
sociology

E-mail:

amaliamuazzah@gmail.
com

Abstract

The phenomenon of twin-digit discounts in digital transactions is increasingly popular and raises various questions regarding consumer protection from the perspective of Islamic economic sociology. These discounts are often used as a marketing strategy, but concerns also arise regarding their long-term impact on consumer welfare, particularly in terms of transaction fairness and transparency. This study aims to examine how consumer protection is applied in digital transactions involving twin-digit discounts and how the principles of Islamic economic sociology can offer solutions to these challenges. Using a descriptive qualitative method, data was collected through literature review and analysis of phenomena in society. The findings emphasize the importance of stronger regulation and consumer awareness in identifying potential risks that may arise from these discount practices. Keywords: Consumer protection; Digital transactions; twin-digit discounts; Islamic economic sociology.

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.



Pendahuluan

Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam aktivitas transaksi ekonomi. Salah satu fenomena yang mencolok dalam era digital adalah maraknya transaksi yang memanfaatkan platform e-commerce dan marketplace. Di Indonesia, sebagai salah satu negara dengan penetrasi internet yang tinggi, transaksi digital mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Konsumen saat ini lebih banyak melakukan pembelian secara daring, karena kemudahan akses serta berbagai penawaran menarik, seperti diskon besar-besaran yang sering kali diberikan oleh para pelaku bisnis online. Fenomena ini semakin menarik ketika muncul tren diskon besar pada tanggal-tanggal dengan angka kembar, seperti 9.9, 10.10, dan 11.11. Potongan harga pada momen angka kembar ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, memancing perilaku konsumtif yang kadang berlebihan. (Alimin, 2004)

Di Indonesia, tren diskon angka kembar seperti 9.9, 10.10 dan 11.11 telah memicu peningkatan transaksi daring secara masif. Namun, di balik manfaat ekonominya, terdapat sejumlah tantangan, seperti perilaku konsumtif berlebihan, penipuan digital, hingga manipulasi harga. Data menunjukkan bahwa konsumen sering kali terjebak dalam transaksi yang tidak transparan, seperti syarat

tersembunyi yang merugikan. Meskipun memberikan keuntungan bagi konsumen, juga memunculkan kekhawatiran terkait perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Diskon besar yang ditawarkan kerap kali disertai dengan syarat dan ketentuan yang kurang jelas atau bahkan menyesatkan. Tidak jarang konsumen terjebak dalam transaksi yang akhirnya merugikan mereka, baik karena barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, pengiriman yang terlambat, maupun masalah teknis lainnya. Dalam konteks ini, perlindungan konsumen menjadi isu yang sangat penting untuk diperhatikan, terutama dalam upaya menjaga keadilan bagi konsumen dalam transaksi digital. (Peter Mahmud Marzuki, 2013)

Dari perspektif sosiologi ekonomi Islam, fenomena ini juga menimbulkan pertanyaan terkait etika bisnis yang diterapkan oleh pelaku usaha. Dalam ekonomi Islam, prinsip keadilan, transparansi, serta perlindungan terhadap hak-hak konsumen merupakan hal yang fundamental. Etika bisnis Islam menekankan bahwa transaksi harus dilakukan secara jujur, tanpa ada unsur manipulasi atau penipuan. Oleh karena itu, diskon besar yang diberikan pada momen-momen tertentu, meskipun sah dalam hukum positif, perlu ditelaah lebih lanjut dari sudut pandang Islam untuk memastikan bahwa praktik tersebut tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran. Penelitian ini mencoba mengkaji bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi digital, khususnya yang terkait dengan fenomena diskon angka kembar, dapat dilihat dari kacamata sosiologi ekonomi Islam. (Barakatullah, 2020)

Studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Barakatullah (2020), menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi digital masih menghadapi banyak sekali kendala, khususnya dalam hal transparansi dan keadilan. Perspektif sosiologi ekonomi Islam memberikan landasan penting untuk menilai praktik-praktik ini dari sudut pandang keadilan dan kesejahteraan sosial.

Penelitian ini menawarkan perspektif unik dengan mengintegrasikan sosiologi ekonomi Islam dalam analisis fenomena diskon angka kembar. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana prinsip-prinsip Islam, seperti keadilan dan transparansi, dapat diterapkan untuk melindungi konsumen dalam transaksi digital. Berdasarkan latarBelakang tersebut, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan berikut: (1) Bagaimana perlindungan konsumen dalam fenomena diskon angka kembar dapat dianalisis dari perspektif sosiologi ekonomi islam? (2) Bagaimana saja tantangan dan rekomendasi untuk memastikan keadilan dan transparansi dalam transaksi digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam?

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan dengan kerangka sosiologi ekonomi Islam untuk memahami interaksi sosial, struktur ekonomi dan dampaknya terhadap perilaku konsumsi dalam diskon angka kembar. Pendekatan ini memungkinkan analisis mendalam terhadap norma, etika, dan praktik ekonomi

yang sesuai dengan prinsip keadilan Islam. Penelitian ini akan menggabungkan data primer dan sekunder sebagai sumber informasi. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan konsumen, pelaku bisnis digital, serta pakar ekonomi Islam yang memahami fenomena diskon dan transaksi digital. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pengalaman, pandangan, serta tantangan yang dihadapi konsumen dalam melakukan transaksi digital yang melibatkan diskon angka kembar. (Intan Rini, 2021)

Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali pengalaman dan pandangan para konsumen yang berpartisipasi dalam fenomena diskon angka kembar. Data ini dibandingkan dengan pandangan pelaku usaha dan ahli ekonomi Islam untuk memahami keselarasan atau ketidaksesuaian dengan prinsip ekonomi Islam. Observasi dilakukan pada kampanye diskon 11.11 di platform e-commerce populer untuk mengidentifikasi pola komunikasi pemasaran, seperti pesan sosial yang di gunakan untuk memengaruhi konsumen. Dokumen seperti fatwa DSN-MUI No. 77 dan literatur tentang prinsip keadilan dalam transaksi digital akan dianalisis untuk memahami landasan normatif dari fenomena ini. Unit analisis mencakup norma sosial ekonomi seperti kejujuran dan keadilan dalam interaksi antara konsumen dan pelaku usaha selama transaksi digital. Data wawancara dan observasi akan dianalisis untuk menemukan pola terkait pengaruh sosial dalam keputusan konsumsi selama diskon angka kembar. Analisis dilakukan untuk mengevaluasi apakah strategi pemasaran dalam fenomena diskon angka kembar ini selaras dengan nilai transparansi dan keadilan yang diajarkan dalam Islam. Hasil wawancara konsumen tentang ketidakjelasan syarat diskon akan dibandingkan dengan observasi langsung pada kampanye pemasaran digital untuk memastikan kesesuaian data.

Hasil dan Pembahasan

Bentuk-bentuk Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital Terkait Fenomena Diskon Angka Kembar

Dalam dunia digital yang terus berkembang, transaksi online telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Salah satu fenomena yang menarik perhatian dalam transaksi digital adalah adanya diskon angka kembar (seperti diskon pada tanggal 11.11 atau 12.12) yang sering kali menjadi strategi pemasaran menarik bagi konsumen. Namun, di balik manfaat ekonomis yang ditawarkan, terdapat isu-isu penting yang harus diperhatikan, khususnya mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Fenomena diskon angka kembar ini mendorong peningkatan signifikan dalam volume transaksi, namun juga membuka potensi terjadinya kerugian konsumen akibat praktik-praktik yang tidak transparan atau bahkan tidak adil. (Susanto, 2021)

Sejarah tanggal kembar atau Double Days Sales dimulai pada tahun 1990s di China. Pada waktu itu mahasiswa di Universitas Nanjing Cina menetapkan 11 November atau 11.11 sebagai perayaan hari jomblo (Singlehood). Kemudian, pada tahun 2009 munculnya Alibaba yaitu Chinese giant e-commerce yang bekerja sama dengan 27 brands. Jack Ma selaku penemu perusahaan tersebut melakukan rebranding Singles's Day sebagai Double 11 Day Sale. Dua tahun kemudian, pada

tahun 2011, total pengeluaran pada Hari 11:11 melebihi \$600 juta di platform e-commerce Alibaba. Terjadi peningkatan penjualan sebesar 4 kali lipat dan mendorong Alibaba untuk merek dagang moniker Hari Jomblo. Diskon tanggal kembar mulai memasuki Asia Tenggara pada tahun 2016 yang dipopulerkan oleh e-commerce Shopee yang dikenal dengan sebutan 9.9 Super Shopping Day. (Putri Amalia, 2023)

Dalam perspektif sosiologi ekonomi Islam, perlindungan konsumen tidak hanya mencakup aspek hukum positif, melainkan juga menekankan pada keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Perlindungan konsumen dalam konteks transaksi digital seharusnya didasarkan pada prinsip-prinsip yang menjamin bahwa transaksi berjalan dengan adil bagi kedua belah pihak, tidak ada eksploitasi, dan setiap pihak memahami hak serta kewajibannya secara jelas. Fenomena diskon angka kembar, yang sering kali ditunggu oleh masyarakat, menawarkan produk dengan harga yang lebih terjangkau, namun di sisi lain sering kali menyembunyikan praktik-praktik yang berpotensi merugikan konsumen, seperti informasi produk yang tidak lengkap, kebijakan pengembalian yang rumit, hingga penggunaan data konsumen secara tidak sah. (Khoiriyah, 2018)

Salah satu bentuk perlindungan yang krusial dalam transaksi digital terkait fenomena ini adalah transparansi informasi. Dalam Islam, prinsip kejujuran (*ash-shidq*) sangat ditekankan dalam transaksi ekonomi. Setiap informasi yang berkaitan dengan produk, harga, dan syarat-syarat pembelian harus disampaikan secara jelas kepada konsumen. Ketika diskon angka kembar terjadi, sering kali platform e-commerce menggoda konsumen dengan harga-harga diskon besar-besaran yang terkadang disertai dengan syarat tersembunyi, seperti jumlah minimum pembelian atau batasan waktu yang tidak secara eksplisit diinformasikan. Hal ini menimbulkan kesalahpahaman dan kerugian bagi konsumen yang tidak sepenuhnya menyadari persyaratan tersebut. Dalam konteks perlindungan konsumen, transparansi informasi harus diwujudkan dalam bentuk tampilan yang mudah diakses dan dipahami oleh konsumen. Selain itu, perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen juga sangat penting dalam transaksi digital. Secara normatif, Indonesia telah memiliki Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 yang mengatur hak-hak konsumen, termasuk dalam transaksi online. Namun, dalam implementasinya, sering kali terjadi kesenjangan antara peraturan dan pelaksanaannya. Diskon angka kembar yang memicu lonjakan transaksi bisa menjadi celah bagi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan kecurangan, misalnya dengan menjual barang palsu atau barang yang tidak sesuai dengan deskripsi. Dari sudut pandang sosiologi ekonomi Islam, hal ini bertentangan dengan prinsip keadilan (*al-'adl*) dan kejujuran dalam bertransaksi, di mana setiap penjual harus memberikan apa yang telah dijanjikan dan tidak menipu konsumen. Oleh karena itu, penguatan regulasi dan mekanisme pengawasan oleh otoritas terkait menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen terlindungi.

Kemudian, bentuk perlindungan lain yang tidak kalah penting adalah kebijakan pengembalian barang yang adil dan tidak memberatkan konsumen. Dalam transaksi digital, konsumen tidak dapat melihat atau memeriksa barang secara langsung sebelum melakukan pembelian. Ini membuat mereka sangat bergantung pada kejujuran penjual dan sistem pengembalian yang adil jika barang yang diterima tidak

sesuai harapan. Dalam fenomena diskon angka kembar, kebijakan pengembalian barang sering kali menjadi lebih ketat, dengan alasan tingginya volume transaksi yang mengakibatkan overload pada sistem logistik. Dalam pandangan ekonomi Islam, hal ini tidak adil bagi konsumen. Setiap transaksi harus memenuhi prinsip saling ridha (mutual consent), di mana baik penjual maupun pembeli harus merasa puas dengan kondisi transaksi, termasuk dalam hal pengembalian barang. (Achmad Thorik, 2023)

Bila membeli secara online namun pesanan yang sampai mempunyai kecacatan, warna berbeda dari yang dipesan, beda ukuran, bahan yang tidak sesuai, adanya penipuan. Perlunya peningkatan perlindungan konsumen atas kesalahan yang terjadi dalam pembelian ini tidak merugikan satu pihak yakni masyarakat. Adapun penunjang terkait dengan persoalan ini disampaikan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. (Ikhsan et al., 2023)

Selain itu, perlindungan terhadap data konsumen juga menjadi isu penting dalam transaksi digital. Dalam konteks diskon angka kembar, platform e-commerce biasanya mengumpulkan data konsumen secara masif untuk kepentingan pemasaran dan promosi. Perlindungan terhadap privasi dan data pribadi konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam Islam, karena hal ini menyangkut hak asasi manusia yang harus dihormati. Penyalahgunaan data konsumen tanpa persetujuan yang jelas merupakan pelanggaran terhadap prinsip tanggung jawab sosial yang diatur dalam ajaran Islam. Oleh karena itu, platform e-commerce harus menerapkan kebijakan privasi yang ketat dan memastikan bahwa data konsumen digunakan dengan cara yang etis dan sesuai dengan hukum yang berlaku.

Di samping itu, bentuk perlindungan yang juga harus diperhatikan adalah edukasi konsumen. Banyak konsumen yang tergiur dengan fenomena diskon angka kembar tanpa memahami risiko dan konsekuensi dari transaksi digital. Oleh karena itu, diperlukan adanya edukasi yang komprehensif mengenai hak-hak konsumen dalam transaksi online, termasuk cara mengenali praktik penipuan, memahami syarat dan ketentuan yang berlaku, serta melindungi data pribadi. Dalam perspektif ekonomi Islam, edukasi ini merupakan bentuk pemberdayaan masyarakat (tamkin) yang bertujuan untuk melindungi konsumen dari potensi kerugian.

Dengan demikian, bentuk-bentuk perlindungan konsumen dalam transaksi digital terkait fenomena diskon angka kembar sangat beragam dan harus melibatkan berbagai pihak, baik dari sisi regulasi, penjual, platform e-commerce, maupun konsumen itu sendiri. Prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab yang diajarkan dalam sosiologi ekonomi Islam harus menjadi landasan dalam upaya perlindungan konsumen agar tercipta ekosistem transaksi digital yang sehat dan berkelanjutan.

Kesesuaian Praktik Diskon Besar dalam Transaksi Digital dengan Prinsip-Prinsip Etika dan Keadilan dalam Ekonomi Islam

Dalam konteks transaksi digital yang semakin berkembang, salah satu strategi pemasaran yang banyak digunakan adalah pemberian diskon besar, terutama dalam fenomena yang dikenal sebagai "diskon angka kembar" pada tanggal-tanggal spesifik seperti 11.11, 12.12, dan sejenisnya. Fenomena ini memicu berbagai pandangan mengenai kesesuaian praktik tersebut dengan prinsip-prinsip etika dan keadilan dalam ekonomi Islam. Berdasarkan kajian sosiologi ekonomi Islam,

konsep diskon besar tersebut dapat dianalisis dari perspektif moral, etis, dan keadilan yang diatur dalam ajaran Islam. (Ketut Eddy Purnama, 2018)

Dalam Islam, etika bisnis merupakan bagian integral dari prinsip-prinsip ekonomi. Ekonomi Islam tidak hanya menekankan pada tujuan duniawi seperti keuntungan dan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan sosial, keadilan, serta etika dalam setiap transaksi. Prinsip ini tercermin dalam beberapa aspek fundamental, seperti keadilan (*al-'adl*), kejujuran (*al-shidq*), tanggung jawab (*al-amanah*), serta larangan terhadap praktik penipuan dan riba. Oleh karena itu, setiap transaksi ekonomi, termasuk diskon besar dalam platform digital, harus dievaluasi berdasarkan apakah praktik tersebut menjunjung nilai-nilai keadilan, transparansi, dan tidak merugikan pihak manapun, baik penjual maupun konsumen.

Praktik diskon besar dalam transaksi digital, seperti pada diskon angka kembar, umumnya bertujuan menarik konsumen dalam jumlah besar dengan memberikan harga yang lebih rendah daripada biasanya. Secara etika, dalam ekonomi Islam, tidak ada larangan eksplisit terkait pemberian diskon atau penurunan harga, selama hal tersebut dilakukan dengan kejujuran dan tidak melibatkan praktik-praktik curang. Namun, persoalannya menjadi lebih kompleks ketika strategi pemasaran tersebut justru mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan, serta memicu ketidakadilan dalam akses terhadap barang dan jasa. Konsumen seringkali terdorong untuk membeli produk yang sebenarnya tidak mereka butuhkan hanya karena tergiur oleh potongan harga yang besar. Hal ini dapat mengakibatkan tabdzir (pemborosan), yang jelas dilarang dalam Islam. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 27, "Sesungguhnya orang-orang yang boros adalah saudara-saudara setan."

Selain itu, fenomena diskon besar dalam transaksi digital juga perlu dilihat dari aspek keadilan dalam hubungan antara produsen, peritel, dan konsumen. Salah satu prinsip penting dalam ekonomi Islam adalah tercapainya keadilan dalam harga (*fair pricing*). Harga yang ditetapkan dalam transaksi harus mencerminkan nilai sebenarnya dari barang atau jasa yang ditawarkan. Praktik penurunan harga yang ekstrem, tanpa memperhatikan kualitas barang atau biaya produksi yang sebenarnya, dapat menyebabkan ketidakadilan ekonomi, terutama bagi produsen kecil atau peritel yang tidak memiliki kemampuan untuk bersaing dengan diskon besar yang ditawarkan oleh perusahaan besar. Hal ini dapat menimbulkan ketimpangan dalam sistem pasar, di mana perusahaan besar semakin mendominasi pasar dengan strategi diskon besar-besaran, sementara produsen kecil kehilangan daya saing dan akhirnya tersingkir. (Ahmad, 2020)

Dalam ekonomi Islam, prinsip keadilan dalam harga juga berkaitan erat dengan konsep mudarat dan maslahat. Transaksi yang memberikan manfaat kepada salah satu pihak tetapi merugikan pihak lainnya, apalagi dalam skala yang besar, dianggap tidak sesuai dengan etika ekonomi Islam. Diskon yang berlebihan dapat membuat konsumen berpikir bahwa mereka mendapatkan maslahat dari penurunan harga, tetapi dalam jangka panjang, hal ini bisa menyebabkan kerugian baik bagi produsen maupun konsumen itu sendiri. Produsen yang terus menerus ditekan untuk memberikan diskon besar bisa mengalami kerugian finansial yang signifikan, sementara konsumen mungkin terjebak dalam pola konsumsi yang tidak sehat dan tidak produktif.

Dari sudut pandang etika transaksi, ekonomi Islam juga mengajarkan bahwa setiap pihak yang terlibat dalam transaksi harus melakukannya dengan niat yang baik dan tujuan yang jelas. Diskon yang besar, jika digunakan semata-mata untuk memancing konsumen agar berbelanja lebih banyak tanpa pertimbangan etis, bisa dianggap sebagai bentuk gharar (ketidakpastian) dan taghrir (penipuan halus), yang dilarang dalam Islam. Konsumen yang tertarik dengan diskon besar sering kali tidak menyadari bahwa harga yang diturunkan sebenarnya telah melalui berbagai mekanisme manipulatif, seperti menaikkan harga sebelum diskon atau menawarkan produk dengan kualitas yang lebih rendah. Praktik-praktik seperti ini jelas bertentangan dengan ajaran Islam yang menekankan transparansi, kejujuran, dan keadilan dalam setiap transaksi. (Halim, 2020)

Dalam fenomena diskon angka kembar ini, terdapat juga aspek lain yang perlu dipertimbangkan, yaitu terkait dengan keadilan distribusi kekayaan. Ekonomi Islam memiliki perhatian besar terhadap distribusi kekayaan yang merata dan adil di masyarakat. Ketika diskon besar lebih mudah diakses oleh konsumen yang memiliki akses terhadap teknologi digital dan platform online, ini bisa memicu ketidakadilan bagi kelompok masyarakat yang belum atau tidak dapat mengakses platform tersebut. Diskon besar ini seringkali menguntungkan konsumen yang sudah berada dalam posisi ekonomi yang lebih baik, sehingga ketimpangan sosial bisa semakin tajam. Prinsip Islam yang menekankan pada masalah (kesejahteraan umum) dan keadilan sosial menuntut agar setiap bentuk transaksi atau strategi pemasaran, termasuk diskon, tidak memperparah ketidaksetaraan di dalam masyarakat. (Prayitno, 2023)

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) dalam Pasal 36 dijelaskan bahwa para pihak dapat dianggap ingkar janji apabila melakukan kesalahan: 1) tidak melakukan apa yang dijanjikan untuk melakukannya; 2) melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan; 3) melakukan apa yang dijanjikan, tetapi terlambat atau; 4) melakukan sesuatu yang menurut perjanjian yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan. Pada Pasal 38 tentang sanksi bagi yang melakukan ingkar janji yaitu: membayar ganti rugi, pembatalan akad, peralihan resiko, denda adan atau, membayar biaya perkara. Oleh karena itu dalam kompilasi hukum ekonomi syariah ini dijelaskan bahwa ketika salah satu pihak yang melakukan ingkar janji dalam perjanjian yang diadakan akan ada hak konsumen untuk melanjutkan atau membatalkan perjanjian tersebut. (Sirmaneli et al., 2022)

Secara keseluruhan, fenomena diskon besar dalam transaksi digital seperti diskon angka kembar memerlukan kajian mendalam terkait kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip etika dan keadilan dalam ekonomi Islam. Sementara pemberian diskon dalam transaksi ekonomi pada dasarnya tidak bertentangan dengan syariat Islam, penting untuk memastikan bahwa praktik tersebut tidak mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan, tidak menyebabkan kerugian bagi pihak-pihak yang terlibat, dan tetap menghormati prinsip keadilan serta kesejahteraan sosial yang menjadi landasan ekonomi Islam. Dengan demikian, diskon besar dalam transaksi digital perlu dikelola dan dilaksanakan dengan cara yang transparan, adil, dan sesuai dengan tujuan mulia dari ekonomi Islam, yaitu mencapai kesejahteraan dan keadilan untuk seluruh lapisan masyarakat.

Pengaruh Fenomena Diskon Angka Kembar terhadap Perilaku Konsumen dan Interaksi Sosial dalam Transaksi Digital: Kajian Sosiologi Ekonomi Islam

Salah satu bentuk kemudahan dari adanya internet adalah masyarakat tidak perlu lagi datang ke toko untuk membeli kebutuhan dan keinginan mereka, hanya bermodalkan gadget dan akses internet saja, masyarakat sudah bisa mendapatkannya melalui belanja online. Duhulu ketika kita ingin membeli suatu produk atau barang, kita harus bertemu dengan penjual produk tersebut, antara pembeli dan penjual haruslah bertatap muka hingga terjadinya suatu kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli atau yang sering disebut dengan transaksi. (Megawati, 2020)

Gratis ongkir merupakan fitur yang pertama kali hadir pada aplikasi Shopee. Kehadiran gratis ongkir menjadi salah satu gebrakan awal yang dilakukan Shopee untuk menarik hati para pengguna aplikasi. Dengan berbelanja online terdapat banyak kemudahan yang dirasakan oleh konsumen, namun adanya tambahan biaya ongkos kirim sering kali menjadi penyebab konsumen enggan berbelanja. Adanya fitur gratis ongkos kirim (ongkir) atau free shipping tentu mendorong para pengguna aplikasi untuk melakukan pembelian tanpa ragu. Fitur gratis ongkir dinilai mampu mendorong calon konsumen untuk melakukan check out atau berbelanja produk tertentu yang ingin dibeli. Pada salah satu item pertanyaan pada variabel gratis ongkir yang memiliki rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4.39 (kategori tinggi). Mayoritas mahasiswa menjadikan fitur gratis ongkir sebagai pertimbangan sebelum berbelanja di Shopee. (Jamus Sidabalok, 2014)

Fenomena diskon angka kembar, seperti yang terjadi pada tanggal-tanggal spesial (misalnya, 11.11 atau 12.12), telah menjadi tren signifikan dalam transaksi digital. Fenomena ini tidak hanya mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat, tetapi juga mengubah dinamika interaksi sosial di era digital. Dalam konteks sosiologi ekonomi Islam, perubahan ini dapat dianalisis melalui perspektif perilaku ekonomi masyarakat dan bagaimana prinsip-prinsip Islam dalam ekonomi, seperti keadilan, keseimbangan, dan larangan terhadap unsur manipulatif, diterapkan dalam konteks diskon besar-besaran. (mardanii, 2018)

Dari sudut pandang perilaku konsumen, diskon angka kembar memicu peningkatan konsumsi impulsif, di mana konsumen terdorong untuk melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kebutuhan riil mereka. Hal ini berpotensi menimbulkan perilaku konsumsi yang berlebihan, yang dalam kajian ekonomi Islam dikenal dengan istilah israf atau pemborosan, sesuatu yang dilarang dalam Islam. Al-Qur'an jelas melarang pemborosan, sebagaimana dinyatakan dalam surah Al-A'raf ayat 31: "Dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan." Fenomena diskon ini sering kali memanfaatkan psikologi konsumen untuk menciptakan ilusi kebutuhan yang mendesak, mendorong mereka untuk mengeluarkan uang lebih dari yang seharusnya.

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Di sisi lain, fenomena ini juga mengubah cara orang berinteraksi dalam lingkungan sosial digital. Platform e-commerce dan media sosial digunakan sebagai

sarana utama dalam berbagi informasi mengenai diskon, berburu barang-barang murah, dan menciptakan komunitas konsumen yang saling berbagi pengalaman. Kajian sosiologi ekonomi Islam melihat interaksi sosial ini sebagai cerminan dari muamalah dalam Islam, yaitu hubungan sosial dan ekonomi antar individu yang seharusnya didasarkan pada nilai keadilan, tolong-menolong, dan keseimbangan. Namun, ketika transaksi digital dan diskon ini menjadi alat untuk mengeksploitasi kelemahan konsumen dan meningkatkan ketimpangan ekonomi, maka ia berpotensi merusak prinsip-prinsip dasar keadilan yang diusung dalam ekonomi Islam. (Sholihin, 2010)

Selain itu, diskon angka kembar sering kali menciptakan tekanan sosial, di mana konsumen merasa harus ikut serta dalam “pesta belanja” ini untuk menjaga citra sosial atau tidak ingin ketinggalan kesempatan (fenomena FOMO atau fear of missing out). Dalam sosiologi ekonomi Islam, perilaku konsumsi yang didorong oleh tekanan sosial dan tren materialisme ini dianggap menyimpang dari ajaran Islam yang mendorong kesederhanaan dan penghindaran terhadap sifat serakah (*hubbud dunya*). Islam menganjurkan perilaku konsumsi yang moderat, berlandaskan pada kebutuhan dan manfaat, bukan dorongan eksternal semata.

Secara keseluruhan, fenomena diskon angka kembar dalam transaksi digital menunjukkan bagaimana pasar modern menciptakan mekanisme yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen secara tidak sadar dan sering kali bertentangan dengan prinsip-prinsip keseimbangan dan keadilan dalam Islam. Penting untuk diingat bahwa dalam ekonomi Islam, transaksi ekonomi tidak hanya soal mencari keuntungan, tetapi juga memperhatikan dampaknya terhadap kesejahteraan sosial dan moral umat. Konsumen yang bijak diharapkan tidak hanya mempertimbangkan aspek harga, tetapi juga memperhatikan nilai etis dalam setiap keputusan ekonominya. (Didik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, 2005)

Urgensi dari penelitian ini sangatlah relevan mengingat fenomena diskon angka kembar (seperti 9.9, 10.10, hingga 11.11) telah menjadi strategi pemasaran yang masif dan memengaruhi perilaku konsumen di era digital. Meski menawarkan keuntungan ekonomis, praktik ini juga muncul potensi resiko seperti manipulasi informasi, pelanggaran hak konsumen dan juga pemborosan (*israf*). Hal ini menuntut analisis dari perspektif ekonomi Islam untuk memastikan keadilan, transparansi, dan etika bisnis terpenuhi dalam transaksi digital.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan yang digunakan, yaitu integrasi antara sosiologi ekonomi Islam dengan fenomena diskon angka kembar dalam transaksi digital. Penelitian ini menawarkan kerangka baru untuk memahami bagaimana praktik pemasaran digital dapat diselaraskan dengan prinsip-prinsip Islam, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dan regulator.

Kesimpulan

Dalam era digital yang terus berkembang, transaksi elektronik telah menjadi salah satu aspek paling penting dalam perekonomian modern. Fenomena diskon angka kembar (seperti 11.11 atau 12.12) menjadi daya tarik utama bagi konsumen, khususnya dalam platform perdagangan daring. Diskon besar-besaran yang ditawarkan oleh berbagai platform e-commerce ini mendorong lonjakan partisipasi

konsumen dalam waktu yang singkat, menciptakan situasi di mana konsumen sering kali melakukan pembelian secara impulsif tanpa pertimbangan matang. Dalam perspektif sosiologi ekonomi Islam, fenomena ini menimbulkan beberapa isu penting terkait perlindungan konsumen, terutama dalam hal transparansi informasi, keadilan transaksi, serta hak-hak konsumen.

Secara sosiologis, fenomena diskon angka kembar juga mencerminkan perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin materialistis dan terpengaruh oleh tren global. Masyarakat kini lebih terdorong untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup ketimbang kebutuhan dasar, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi stabilitas keuangan individu maupun keluarga. Perspektif ekonomi Islam memberikan pandangan bahwa konsumsi yang tidak terkendali, apalagi yang dilandasi oleh nafsu sesaat dan tidak dilandasi dengan kebutuhan yang nyata, bertentangan dengan prinsip kesederhanaan (*zuhud*) dan tanggung jawab sosial yang diajarkan dalam Islam.

Dalam konteks perlindungan konsumen, transaksi digital harus diatur dengan lebih ketat agar tidak hanya menguntungkan pelaku usaha, tetapi juga memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen. Pelaku usaha yang menawarkan diskon besar-besaran melalui platform e-commerce perlu mematuhi kaidah transparansi, dengan memberikan informasi yang jelas mengenai syarat dan ketentuan yang berlaku. Hal ini penting agar konsumen tidak merasa tertipu atau mengalami kerugian akibat kekeliruan informasi. Dalam perspektif hukum Islam, keadilan dalam transaksi (*al-'adl fi al-mu'amalat*) sangat ditekankan untuk mencegah adanya pihak yang merasa dirugikan.

Oleh karena itu, fenomena diskon angka kembar dalam transaksi digital bukan hanya menjadi masalah perilaku konsumsi, tetapi juga mencerminkan bagaimana norma dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat semakin berubah. Islam sebagai panduan hidup menekankan perlunya menjaga keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan tanggung jawab spiritual, termasuk dalam hal transaksi ekonomi. Dengan demikian, penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam konteks transaksi digital sangat penting untuk memastikan tercapainya keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan perlindungan konsumen.

Daftar Pustaka

- Achmad Thorik. (2023). Perlindungan Hak Konsumen Pada Penggunaan E-Commerce. *Tebuireng: Journal of Islamic Studies and Society*, 4(2), 172.
- Ahmad, I. (2020). Konsep dan Praktis Transaksi E-Dagang Patuh Syariah: Satu Sorotan Kajian. *Journal of Mumafaqat*, 3(1), 102.
- Alimin, M. (2004). *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. BPFU Universitas Gadjah Mada.
- Barakatullah, A. H. (2020). *Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce*. Raja Wali Pers.
- Didik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom. (2005). *Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Refika Aditama.
- Halim, T. (2020). Analisis Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Modern pada Transaksi E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 110.
- I Ketut Eddy Purnama. (2018). Penerapan E-Commerce untuk Penguatan UMKM Berbasis Konsep One Village One Product di Kabupaten Karangasem. *Sewagati*:

- Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 88.
- Ikhsan, M. M., Arifin, T., & Abdal, A. (2023). Perlindungan Konsumen Dalam Pandangan Sosiologi Dan Antropologi Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah : AICONOMIA*, 2(1), 55–64. <https://doi.org/10.32939/acm.v2i1.3121>
- Intan Rini. (2021). *Perkembangan Transaksi Digital dan Hukum Perlindungan Konsumen*. UMM Press.
- Jamus Sidabalok. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. PT. Aditya Bakti.
- Khoiriyah, U. (2018). E-Commerce dalam Hukum Islam: Studi Analisis Atas Pandangan Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo. *Istidlal: Jurnal Hukum Islam*, 2(2), 126.
- mardanii. (2018). *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. rajawali pers. <https://inlislite.uin-suska.ac.id>
- Megawati, E. (2020). Analisis Penggunaan Aplikasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Situs Jual Beli Online. *Benefit*, 7(2), 103–113.
- Peter Mahmud Marzuki. (2013). *Penulisan Hukum*. Prenada Media Group.
- Prayitno, S. B. (2023). Generation Z perception of national online shopping day on Shopee e-commerce. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(4).
- Putri Amalia. (2023). *PENGARUH DISKON TANGGAL KEMBAR DAN GRATIS ONGKIR SHOPEE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA EKONOMI ISLAM UII [UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA]*. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/47054/19423112.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sholihin, A. I. (2010). *Buku Pintar Ekonomi Syari'ah*. Gramedia.
- Sirmaneli, S., Sonafist, Y., Helmina, H., & Putri, S. A. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah : AICONOMIA*, 1(1), 40–49. <https://doi.org/10.32939/acm.v1i1.2121>
- Susanto, E. A. (2021). *Ekonomi Digital dan Tantangan Perlindungan Konsumen*. Gadjah Mada University Press.