



Jual Beli *Mystery Box* Di Marketplace Shopee Menurut Hukum Islam

Dina Amelia¹, Elly Nurlaili², Sayyidah Sekar³, Kasmawati³, Rohaini⁴

Universitas Lampung, Indonesia

Email Korespondensi : ameliadina644@gmail.com¹, elly.nurlaili@fh.unila.ac.id²,

Sayyidah.sekar@fh.unila.ac.id³, kasmawati.1976@fh.unila.ac.id⁴, rohaini.1981@fh.unila.ac.id⁵

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Maret 2026, Article published: 01 Mei 2026

ABSTRACT

Buying and selling mystery boxes on the Shopee marketplace is an electronic-based transaction, which raises various issues, particularly regarding the unclear nature of the transaction. Therefore, this study discusses the implementation of mystery box buying and selling on the Shopee marketplace and the Islamic legal perspective on them. The purpose of this study is to determine and analyze the compliance of mystery box buying and selling practices with the pillars and requirements of valid buying and selling in Islam, as well as to identify elements of *gharar* (uncertainty), *maysir* (gambling), and injustice in these transactions. This will provide a comprehensive understanding of digital buying and selling practices that comply with Sharia principles. The method used is normative legal research, with a descriptive approach and legislation, relying on secondary data such as literature and documents, and additional primary data such as interviews. These data were then analyzed qualitatively. The results show that mystery box buying and selling on Shopee is conducted online through product search, selection, payment, and delivery. In practice, buyers only know the product category but not the exact contents of the product they will receive. The main factors driving purchases are curiosity, the influence of promotions, and relatively low prices. However, most consumers feel disadvantaged because the goods they receive do not match their expectations or the value they paid for. From an Islamic legal perspective, the practice of buying and selling mystery boxes contains an element of uncertainty (*gharar*) regarding the object of the transaction, due to the lack of clarity regarding the type, quality, and specifications of the goods. This contradicts the pillars and conditions of a valid sale and purchase in Islamic jurisprudence (*fiqh muamalah*), which requires clarity regarding the object of the contract. Furthermore, this practice also has the potential to contain elements of *maysir* (*suntung-untung*), which benefits the seller more than the buyer. Therefore, buying and selling mystery boxes on the Shopee marketplace is considered impermissible under Islamic law because it contains the prohibited element of *gharar*.

Keywords: Buying and Selling, Mystery Box, Shopee Marketplace, Islamic Law, *Gharar*, *Maysir*.

ABSTRAK

Jual beli *mystery box* di marketplace shopee merupakan salah satu transaksi yang berbasis elektronik, sehingga menimbulkan berbagai permasalahan khususnya terkait ketidakjelasan objek transaksi oleh karena itu penelitian ini membahas tentang pelaksanaan jual beli *mystery box* di marketplace shopee dan pandangan hukum islam terhadap jual beli *mystery box* di marketplace shopee, Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kesesuaian praktik jual beli *Mystery Box* dengan rukun dan syarat sah jual beli dalam Islam, serta mengidentifikasi adanya unsur *gharar* (ketidakjelasan), *maysir*

(untung-untungan), dan ketidakadilan dalam transaksi tersebut, sehingga dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai praktik jual beli digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Metode yang diterapkan adalah penelitian hukum normatif, dengan pendekatan deskriptif, peraturan perundang-undangan, yang mengandalkan data sekunder seterti literature, dokumen dan tambahan data primer seperti wawancara. kemudian dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan jual beli mystery box di Shopee dilakukan secara online melalui tahapan pencarian produk, pemilihan barang, pembayaran, hingga pengiriman. Dalam praktiknya, pembeli hanya mengetahui kategori barang tanpa mengetahui secara pasti isi produk yang akan diterima. Faktor utama yang mendorong pembelian adalah rasa penasaran, pengaruh promosi, dan harga yang relatif murah. Namun, sebagian besar konsumen merasa dirugikan karena barang yang diterima tidak sesuai dengan harapan atau nilai yang dibayarkan. Dari perspektif hukum Islam, praktik jual beli mystery box mengandung unsur ketidakjelasan (gharar) terhadap objek transaksi, karena tidak adanya kejelasan mengenai jenis, kualitas, dan spesifikasi barang. Hal ini bertentangan dengan rukun dan syarat sah jual beli dalam fiqh muamalah yang mensyaratkan kejelasan objek akad. Selain itu, praktik ini juga berpotensi mengandung unsur maisir (suntung-untungan) yang lebih menguntungkan penjual dibandingkan pembeli. Oleh karena itu, jual beli mystery box di marketplace Shopee dinilai tidak diperbolehkan dalam hukum Islam karena mengandung unsur gharar yang dilarang.

Kata Kunci: Jual Beli, Mystery Box, Marketplace Shopee, Hukum Islam, Gharar, Maysir.

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengubah masyarakat dan menciptakan laju perkembangan baru. Melalui inovasi teknologi, telah tercipta digitalisasi yang mempercepat perputaran informasi yang mengubah struktur ekonomi global dan nasional. Era ini akan menjadi era ekonomi digital, menandai proses revolusioner dari apa yang disebut revolusi industri kelima atau *industry 5.0*. Industri 5.0 merupakan konsep inovatif yang diperkenalkan oleh Uni Eropa untuk mendefinisikan peran industri dalam masyarakat. Berbeda dengan pendekatan sebelumnya yang hanya fokus pada efisiensi dan produktivitas, industri 5.0 menempatkan manusia dan keberlanjutan sebagai inti dari seluruh proses industri. Tujuannya Adalah untuk menciptakan nilai sosial, meningkatkan kesejahteraan manusia, dan memastikan keberlanjutan. dengan populasi yang besar, pertumbuhan ekonomi yang signifikan, dan berkebutuhan akan peningkatan daya saing industri, serta memiliki potensi besar untuk mengadopsi dan mengimplementasikan Industri 5.0. Dalam konteks Indonesia, penerapan Industri 5.0 dapat memberikan peluang besar dalam meningkatkan efisiensi operasional, produktivitas, dan nilai tambah sektor industri. Selain itu juga, Industri 5.0 juga dapat memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan, menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan kualitas hidup Masyarakat.

Pada dasarnya, manusia sebagai makhluk sosial dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, baik secara material maupun non material, selalu berhubungan dengan individu yang satu dengan individu yang lainnya seperti halnya jual beli. jual beli merupakan perbuatan hukum yang mempunyai konsekuensi terjadinya peralihan

hak atas sesuatu barang dari pihak penjual kepada pihak pembeli. Teknologi digital menjadi salah satu kebutuhan utama di era digitalisasi dan inovasi teknologi terkini, khususnya dalam sektor ekonomi. Dalam konteks digitalisasi, transformasi ekonomi Indonesia berperan sebagai salah satu pilar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital, Peluang signifikan yang ditawarkan oleh ekonomi digital telah membawa banyak manfaat, mulai dari peningkatan akses pasar secara internasional, efisiensi biaya dalam logistik dan operasional, kemudahan dalam memperoleh informasi, hingga mendorong inovasi yang menciptakan peluang baru dalam pengembangan produk dan layanan agar tetap bersaing di pasar global.

Menurut survei Jakpat bertajuk yang melibatkan 1.054 responden pada 15-16 Januari 2025 menyebutkan bahwa responden lebih memilih belanja *online* untuk keperluan sehari-hari seperti pakaian, aksesoris, sepatu, sandal, tas, dompet, dekorasi rumah, hingga barang elektronik. Sehingga belanja *online* dipandang lebih praktis, dan tidak perlu menghabiskan waktu di jalan untuk pergi ke toko fisik, lebih banyak dan luas pilihan produk yang tersedia, hingga harga yang ditawarkan pun lebih murah dengan ragam promosi dan diskon yang tersedia. Tidak heran jika kini belanja *online* semakin menjadi favorit. Salah satunya adalah *Marketplace* yang menjadi wadah favorit warga Indonesia untuk belanja *online*. Sedangkan pada tahun 2025 ini, menurut Cube Asia, proyeksi nilai transaksi *e-commerce* mencapai US\$80 miliar, sekitar 71% berasal dari *marketplace*. Nilai transaksi ini merupakan nilai penjualan barang melalui siaran *online*, tidak termasuk transaksi yang dibatalkan. Selain itu adapula 21% yang sisanya berasal dari saluran *online* lain dan 7% dari situs resmi perusahaan. Temuan ini menunjukkan besarnya peran *marketplace* dalam mempertemukan pedagang dan pembeli, dengan kebanyakan transaksi online terjadi melalui *marketplace*

Sektor ekonomi digital di Indonesia saat ini semakin diperhatikan karena efektivitasnya dalam kegiatan ekonomi. *International Monetary Fund* (IMF) memprediksi bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia akan mencapai sebesar 5,1% *year-on-year* (*yoy*) pada 2025. Penurunan proyeksi ini sejalan dengan menurunnya daya beli masyarakat. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga Hartanto tidak menyangkal bahwa memang sejumlah lembaga telah menurunkan proyeksinya dari 5,2% ke 5,1%. Sedangkan Menurut Nailul Huda, Direktur Ekonomi Celios, pada tahun 2025, pertumbuhan sektor ekonomi digital di Indonesia akan didominasi oleh perdagangan daring (*e-commerce*) dengan kontribusi sebesar Rp471 triliun, transportasi *online* (Rp12,66 triliun), pembayaran digital (Rp2.908,59 triliun), pinjaman digital (Rp365,70 triliun), dan *online travel* (Rp12,37 triliun).

Dengan adanya keuntungan menggunakan internet salah satunya yaitu dapat dimanfaatkan sebagai media perdagangan. Keuntungan tersebut dianggap praktis, cepat dan mudah oleh masyarakat dan pelaku bisnis karena. Pemasaran online memiliki beberapa manfaat besar. Pertama, suatu perusahaan baik perusahaan besar ataupun perusahaan kecil dapat membiayainya. Kedua, belanja dapat dilakukan secara pribadi dan dengan cepat. Ketiga pengambilan informasi dan akses yang cepat. Dan keempat, tidak ada batasan untuk tempat iklan, berbeda dengan media cetak dan siaran. Tetapi, pemasaran secara online tidak untuk semua perusahaan

atau untuk semua produk, pertimbangan harus dibuat jika, kapan, dan bagaimana ia harus dilaksanakan. Selain itu dapat menghemat pengeluaran serta waktu dan memaksimalkan keuntungan. Alasan yang paling mendasar penggunaan sistem jual beli semacam ini yaitu karena lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan sistem jual beli konvensional yang di mana penjual dan pembeli harus bertemu langsung dalam satu tempat. Alasan tersebut yang membuat banyak masyarakat lebih tertarik melakukan transaksi jual beli menggunakan internet.

Selain itu menurut data yang dihimpun oleh [Agne Z. Yonatan](#), Masyarakat Indonesia ini sangat suka terhadap belanja *online* lagi-lagi terbukti melalui laporan Webretailer. Laporan tersebut mengungkapkan bahwa Indonesia merupakan negara yang paling sering mengunjungi situs Shopee di tahun 2023. Rata-rata kunjungan Shopee oleh orang Indonesia adalah sebanyak 124,9 juta kunjungan per bulan, setara dengan 27% dari rata-rata kunjungan bulanan global. Sehingga pada masa pandemi covid-19 mempengaruhi sebagian besar kegiatan bisnis mulai dari kegiatan operasional, pemasaran dan penjualan, serta cara kita berkomunikasi dengan customer. Permintaan dan kebutuhan customer juga terus berubah secara dinamis. Karna ini merupakan kesempatan yang dapat dimanfaatkan bagi pelaku bisnis khususnya bisnis online, tetapi juga menjadi tantangan yang perlu diantisipasi. Pebisnis harus bisa secara jeli melihat peluang dari pertumbuhan ini dan melakukan inovasi untuk beradaptasi serta mengembangkan bisnisnya.

Jual beli online pada dasarnya tidak berbeda jauh dengan jual beli secara langsung. Terdapat beberapa istilah di dalam pembahasan jual beli secara online, antara lain seperti *e-commerce*, *marketplace*, *onlineshop*. Ketiga istilah tersebut sama-sama memiliki arti tempat untuk jual beli secara online namun memiliki perbedaan. *E-commerce* adalah singkatan dari *electronic commerce*, yang merujuk pada aktivitas jual beli barang atau jasa melalui platform online. Dalam *e-commerce*, pemilik toko memiliki kendali penuh atas semua aspek bisnisnya, mulai dari desain website hingga strategi pemasaran. Dengan kata lain, *e-commerce* adalah toko online milik pribadi. Selain itu ada juga *Marketplace* yakni platform online yang mempertemukan penjual dan pembeli di satu tempat. Di sini, penjual hanya perlu mendaftar dan membuat toko di dalam *marketplace* tanpa harus membangun platform mereka sendiri. *Marketplace* dan *e-commerce* ini sama menggunakan seperti Tokopedia, Shopee, atau Bukalapak yang sudah menyediakan sistem lengkap, termasuk pembayaran, pengelolaan stok, dan pengiriman. Selanjutnya ada *online shop* adalah istilah yang paling tenar untuk menggambarkan segala aktivitas jual-beli di ranah virtual. Istilah tersebut tak sepenuhnya salah, tetapi seiring perkembangan dan perubahan tren, belanja online tak lagi dilakukan hanya di *online shop*, namun sudah dilakukan pula di tempat lain, yaitu di *marketplace* dan *e-commerce*. Dalam praktiknya, *online shop* ini menggunakan sistem yang memudahkan calon konsumen untuk memilih, memesan, maupun menanyakan informasi terkait produk kepada penjual. aplikasi yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi pun beragam, antara lain seperti LINE, WhatsApp, Telegram, dan Facebook Messenger. Yang menjadi hal baru bagi penjual dan pembeli, E-Commerce ini banyak diminati dan banyak yang tertarik membeli barang melalui internet dengan kelebihan banyak barang yang ditawarkan. Masyarakat dapat berbelanja secara virtual dengan

menggunakan handphone atau computer. Salah satu *marketplace*, yang sedang viral atau banyak diminati oleh masyarakat adalah Shopee, Shopee sendiri merupakan salah satu industri *e-commerce* yang bergerak di bidang aplikasi *e-commerce* melalui *smartphone*. Shopee adalah industri di bawah Sea Limited (sebelumnya Garena) yang didirikan oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015. Industri Shopee awalnya diluncurkan sebagai pasar konsumen-ke-konsumen (C2C), tetapi dengan perkembangan perusahaan saat ini, Shopee telah diluncurkan sebagai merek terkenal.

Namun di sisi lain, hal tersebut juga bisa menjadi ancaman bagi para konsumen, terutama bagi masyarakat yang kurang berhati-hati dalam membeli sesuatu. Sebab, semakin banyaknya inovasi atau ide-ide yang bermunculan, tak jarang pula hal tersebut justru mendatangkan modus baru dalam penipuan. Misalnya, saat ini muncul sebuah trend bisnis baru yakni jual beli *Mystery Box*. Idealnya, konsep *Mystery Box* adalah pembeli membayar sejumlah uang untuk membeli kotak yang tidak diketahui isinya. Aplikasi shopee sebagai platform *marketplace* merupakan sebuah produk dari PT. Shopee, salah satu perusahaan teknologi di Indonesia. Shopee memungkinkan untuk setiap individu, toko kecil, toko besar, supplier, brand, hingga *dropshipper* untuk dapat membuka dan mengelola toko daring mereka sendiri tanpa dipungut biaya operasional atau gratis. Pada jual beli online Shopee terdapat salah satu produk yang diperjual belikan, yaitu *Mystery Box*. *Mystery Box* ini merupakan paket atau kotak misteri yang tidak diketahui isinya oleh sang pembeli. Beberapa marketplace telah menyediakan *Mystery Box* bagi para pelanggannya. Karena barang yang dibeli lewat *Mystery Box* tidak bisa ditebak, terkadang beberapa toko memamerkan barang-barang yang menarik perhatian pembeli agar tergiur akan *Mystery Box* tersebut. Oleh karena itu, sering kali pelanggan tertipu dengan foto-foto yang dipajang.

Contoh kasus di Indonesia yang sempat viral di tahun 2022, yang juga dikutip dari situs viva.co.id, ada seorang anak yang tertipu sebab membeli *Mystery Box* dari salah satu marketplace. Saat barang tersebut tiba, ternyata barang itu tidak sesuai harapan anak tersebut. Isi dari paket *mystery box* itu seperti botol spray berbentuk kecil dengan dibungkus kardus kecil. Sedangkan sang anak merasa bahwa yang dibelinya adalah sebuah *handphone*. Contoh kasus lainnya yang juga datang dari Indonesia, dialami oleh seorang Youtuber bernama david yang mencoba membeli *Mystery Box* secara online di berbagai toko dengan harga mulai dari 150 ribu sampai dengan 1 juta rupiah. Namun ketika *Mystery Box* itu datang, ternyata barang yang diterima tidak sebanding dengan jumlah uang yang dikeluarkan. Misalnya saja dari salah satu toko yang menjual *Mystery Box* seharga 1 juta rupiah, ternyata *Mystery Box* tersebut berisi barang-barang yang tidak terlalu penting dan terdapat beras seberat 5 kg namun beras tersebut sudah hampir kadaluwarsa.

Islam merupakan agama yang komprehensif yang mengatur seluruh aspek kehidupan umat manusia, baik yang berhubungan dengan dunia maupun akhirat. Maka dari itu untuk mengkaji tentang kewirausahaan harus dilihat konsep kesempurnaan islam itu sendiri. Dalam pandangan Islam, terdapat beberapa prinsip-prinsip dasar praktik bisnis yang harus diterapkan yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadits. Prinsip tersebut terangkum dalam kerangka dasar ajaran Islam,

yaitu Akidah, Akhlak dan Ibadah. Dari kerangka tersebut terbentuk prinsip dasar praktik bisnis yaitu: pertama, prinsip tauhid dan kesatuan (unity), kedua, prinsip nubuwah dan kebenaran (kebijakan dan kejujuran), ketiga, prinsip khilafah dan pertanggungjawaban, dan keempat, prinsip keadilan dan keseimbangan. Nilai-nilai moral yang terdapat dalam prinsip-prinsip tersebut antara lain nilai kejujuran, keadilan, transparan, amanah, profesional, jauh dari hal yang haram dan kezaliman. Nilai-nilai tersebut bersifat universal dan dapat berlaku dalam keadaan apapun dan waktu kapanpun. Untuk mencapai tujuan kehidupan manusia tidak lepas dari pemenuhan kebutuhan hidup. Pemenuhan kebutuhan hidup ini merupakan kewajiban dari agama, maka dari itu harus tetap dalam aturan-aturan islam. Salah satu cara yang dianjurkan islam, yakni dengan jalan perdagangan. Sehingga praktik jual beli juga tidak bisa terlepas dari kaidah dan sumber hukum islam.

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti tertarik untuk membahas mengenai masalah tentang jual beli terhadap *Mystery box* dalam bentuk sebuah karya ilmiah berupa skripsi dengan meninjau atau menganalisis pada mitra toko online Shopee. Untuk itu penulis mengangkat sebuah judul "**JUAL BELI MYSTERY BOX DI MARKETPLACE SHOPEE MENURUT HUKUM ISLAM**".

METODE

Metode penelitian berperan sangat penting untuk tujuan yang lebih sempurna yaitu hasil yang ingin di capai dapat menjadi efektif dan sistematis. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif karena dalam penelitian ini mendeskripsikan keadaan yang terjadi pada saat sekarang secara sistematis dan faktual. Oleh sebab itu, jenis penelitian ini tepat digunakan untuk menjelaskan perspektif pandangan hukum islam terhadap jual beli *mystery box* di *marketplace* shopee.

Penelitian ini menggunakan bersifat penelitian hukum normatif, sebagai penelitian hukum yang di gunakan dengan cara meneliti bahan kepustakaan atau data sekunder. Penelitian hukum normatif juga merupakan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum maupun doktrin-doktrin hukum untuk menjawab suatu permasalahan hukum yang sedang dihadapi. Jenis penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hukum Islam dengan latar belakang masalah jual beli *mystery box* di *marketplace* shopee.

Pada tipe penelitian yang akan digunakan pada kajian guna menyelesaikan permasalahan adalah menggunakan penelitian hukum deskriptif. Tipe penelitian hukum deskriptif bersifat memaparkan yang mempunyai tujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) secara lengkap mengenai keadaan hukum yang berlaku pada suatu tempat disaat tertentu, atau mengenai suatu gejala yuridis yang ada atau peristiwa hukum tertentu yang terjadi di suatu masyarakat. Berdasarkan penggunaan tipe penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan secara jelas, rinci dan sistematis, serta diharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan informasi bagi masyarakat mengenai bagaimana pandangan hukum jual beli online *mystery box* di *marketplace* shopee menurut Hukum Islam.

Pendekatan masalah merupakan proses pemecahan atau penyelesaian masalah melalui tahap-tahap yang telah ditentukan, sehingga mencapai tujuan penelitian. Pendekatan masalah dalam penelitian ini adalah Pendekatan peraturan perundang-undangan digunakan untuk menganalisis berbagai regulasi yang relevan dalam menyelesaikan isu hukum yang sedang terjadi dengan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan serta dokumen lainnya.

Penyusunan penelitian digunakan oleh penelitian untuk memahami, memecahkan suatu masalah. Pada penyusunan penelitian ini yang menggunakan sebuah penelitian hukum normatif, dengan sumber datanya berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan maupun studi dokumen.

1. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang mempunyai kekuatan hukum mengikat seperti peraturan perundang-undangan, isi dari putusan dan pertauran lain yang berkenaan dengan masalah yang dibahas, dengan tambahan data primer sebagai pendukung seperti wawancara, dalam penelitian ini antara lain:
 - a. Al-Qur'an
 - b. Al-Hadist
 - c. Kitab-kitab Fikih
 - d. Kompilasi Hukum Islam
 - e. Fatwa DSN MUI Nomor 05 Tahun 2021 Tentang Akad Salam.
 - f. Fatwa MUI Sulsel Nomor 01 Tahun 2022 Tentang Jual Beli *Mystery Box*.
 - g. Wawancara kepada narasumber yaitu ahli Hukum Islam Terkait Jual Beli *Mystery Box*.
 - h. Wawancara kepada narasumber yaitu Pembeli (*Customer*).
2. Bahan Hukum Sekunder, merupakan bahan hukum yang digunakan dalam suatu kajian penelitian yang diperoleh dari bahan kepustakaan, seperti buku-buku ilmu hukum, bahan kuliah, literature-literatur, makalah, dokumen serta tulisan ilmiah yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dibahas.
3. Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang mendukung serta sebagai bahan pelengkap untuk memberikan petunjuk serta penjelasan yang lebih dalam terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Seperti kamus hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), artikel-artikel dari internet, majalah serta bahan hukum lainnya yang berkaitan dengan pandangan hukum islam mengenai jual beli mystery box di marketplace shopee.

Data yang dikumpulkan dan diperoleh dengan menggunakan metode pengumpulan data:

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah studi yang dilakukan untuk memperoleh data sekunder dengan cara membaca, menelaah dan mengutip pertauran perundang-undangan, buku-buku dan literatur yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas.

2. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah pengkajian informasi tertulis mengenai hukum yang tidak dipublikasikan secara umum, tetapi dapat diketahui oleh pihak tertentu, pengkajian dan analisis informasi tertulis mengenai hukum yang tidak dipublikasikan secara umum berupa dokumen yang berkaitan dengan pokok bahasan penelitian ini.

Metode pengolahan bahan hukum dalam penelitian ini yakni dengan metode analisis deskriptif. Adapun analisis data yang digunakan penulis antara lain,

1. Pemeriksaan Data (*editing*) Pada tahap ini penulis memeriksa secara keseluruhan mengenai kelengkapan dan keakuratan data utama, yaitu referensi-referensi yang berkaitan dengan jual beli sistem *mystery box*.
2. Klasifikasi Data (*classifying*) Setelah terkumpulnya data dari berbagai sumber, penulis mengklasifikasikan sesuai dengan jenis data tersebut. Hal ini bertujuan untuk mempermudah penulis dalam menentukan jenis data tersebut, apakah termasuk referensi utama, atau referensi pendukung.
3. Verifikasi Data (*verifying*) Setelah data terklasifikasi, selanjutnya data diverifikasi sehingga bisa mengetahui kebenaran dari data yang didapat mengenai masalah yang ada di penelitian.
4. Analisis Bahan Hukum (*analysing*) Setelah semua data terverifikasi penulis melakukan analisis terhadap data-data tersebut dengan bahan hukum yang digunakan, yaitu Fiqih Muamalah seputar jual beli, serta bahan hukum pendukung lainnya, hingga nanti dapat diambil kesimpulan.
5. Kesimpulan (*concluding*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Jual Beli Mystery Box Di Marketplace Shopee Menurut Hukum Islam

Perkembangan teknologi zaman ini semakin lama semakin modern pada bidang perdagangan. Dibandingkan adanya kegiatan jual beli zaman dahulu dengan zaman sekarang terbilang sangatlah berbeda. Akan tetapi, untuk melakukan kegiatan jual beli tersebut haruslah sesuai dengan syariat yang telah ditetapkan meskipun terdapat beberapa perbedaan. Perbedaan tersebut tidak menjadi sebuah masalah besar apabila mengikuti ajaran Islam dan memenuhi rukun dan syarat jual beli. Tanpa adanya pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, e-commerce menjadi fasilitas antara penjual dan pembeli untuk memenuhi kebutuhan hidup. Menurut Julian Ding, e-commerce merupakan tempat transaksi yang menguntungkan untuk penjual dan pembeli dimana produk di e-commerce terbilang lengkap, jasa pengiriman memadai, harga terjangkau, dan pelayanan yang memuaskan. Dimulai terjadinya transaksi sampai barang diterima oleh pembeli semua difasilitasi oleh e-commerce Shopee. Kegiatan jual beli online biasanya dikenal sebagai Electronic Commerce atau disingkat menjadi E-commerce yakni suatu kegiatan transaksi secara elektronik yang efektif dan efisien sehingga seseorang dapat melakukan transaksi dengan setiap orang dimanapun dan kapanpun. E-commerce secara sederhana merupakan suatu tempat transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Hal tersebut tentunya mengubah gaya hidup yang sebelumnya transaksi dilakukan secara langsung dengan tatap muka dengan penjual dan pembeli, sekarang sudah berubah menjadi transaksi yang dapat dilakukan secara online. Transaksi jual beli online dilakukan dengan cara mengakses aplikasi di aplikasi E-commerce kemudian memilih barang yang akan di pilih, selanjutnya mengikuti petunjuk yang telah disediakan yakni menekan tombol beli sekarang. Kemudian pembeli dapat melakukan pembayaran yang dapat dilakukan secara mudah dengan menggunakan

cara transfer melalui ATM (Automatic Teller Machine), mobile banking, minimarket, atau dengan perantara pihak ketiga misalnya rekening bersama. Melakukan transaksi bisnis memiliki beberapa langkah dan tahap dalam berjualan di online shop. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah sebuah marketplace Shopee yaitu aplikasi yang bergerak dalam bidang perbelanjaan (shopping), yang menyediakan berbagai produk seperti produk kecantikan, pakaian pria dan wanita, serta perlengkapan rumah tangga (furniture) dan lain sebagainya.

Marketplace Shopee

Shopee adalah situs bisnis online yang berpusat di Singapura yang dimiliki melalui Ocean Restricted (sebelumnya dikenal sebagai Garena), yang didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li. Shopee sendiri pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak saat itu memperluas cakupannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Sejak tahun 2019, Shopee juga telah aktif di negara Brasil, yang menjadi negara utama di Amerika Selatan dan di luar Asia yang telah dikunjungi oleh Shopee. Shopee sendiri didirikan oleh Chris Feng, mantan pekerja Rocket Web yang sebelumnya pernah menjadi leader di Zalora dan Lazada. Pada tahun 2015, Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura Shopee sebelumnya diluncurkan sebagai pusat komersial pembeli ke pembeli (C2C). Bagaimanapun, mereka sekarang telah beralih ke model persilangan antara C2C dan bisnis ke pembeli (B2C) sejak meluncurkan pusat perbelanjaan Shopee yang merupakan panggung toko berbasis online untuk merek-merek ternama. Pada tahun 2017, tahap ini mencatat 80 juta unduhan aplikasi dengan lebih dari 4.000.000 pedagang dan lebih dari 180 juta item dinamis. Pada kuartal terakhir tahun 2017, Shopee mengungkapkan nilai produk bruto (GMV) sebesar US\$1,6 miliar, naik 206 persen dari tahun lalu. GMV yang dimiliki Shopee pada tahun 2018 bernilai sebesar US\$2,7 miliar, meningkat 153 persen dari tahun 2017. Di Malaysia, Shopee berubah menjadi gerbang bisnis e-commerce yang paling banyak dikunjungi yang masuk dalam urutan 3 besar di Q42017, menggantikan Lelong dan mengungguli posisi Lazada sebagai aplikasi terbaik di Google Play dan iOS App store.

Demikian juga di antara pelanggan di Indonesia, sebuah tinjauan yang dipimpin pada bulan Desember 2017 oleh TheAsianParent menemukan bahwa Shopee adalah pilihan terbaik untuk berbelanja bagi para ibu di Indonesia (73%), diikuti oleh Tokopedia (54%), Lazada (51%), dan Instagram (50%). Pada bulan April 2020, Shopee Indonesia mulai memajukan penawaran makanan yang diatur di panggung Shopee untuk menjadi pemain ketiga yang bersaing dengan Gofood dan GrabFood. Program yang diberi nama Shopee FOOD ini telah mendaftarkan lebih dari 500 pedagang makanan di wilayah Jakarta.

Marketplace Shopee ini bertujuan untuk memberikan pengalaman berbelanja online dengan berbagai pilihan produk, komunitas sosial dan jasa pengiriman yang praktis. Shopee juga memudahkan penjual atau pengguna aplikasi untuk berjualan produknya menjadi lebih efektif dengan menyediakan fitur-fitur yang dapat dimengerti kalangan masyarakat.

Di Indonesia sendiri Shopee resmi diluncurkan pada 1 Desember 2015. Shopee menargetkan negara-negara yang penduduknya besar dan pertumbuhan

pengguna internet yang meningkat. Berbagai program ditawarkan seperti program gratis ongkos kirim yang artinya pembeli tidak dipungut biaya tambahan melainkan hanya membayar produknya saja. Kemudian seiring berjalannya waktu Shopee membuat program yaitu Shopee Mall, Dimana pembeli dapat membeli produk original dari toko yang pembeli percaya. Pada tahun 2019 kuartil IV Shopee sukses menjadi platform belanja online nomor 1 di Indonesia menggantikan platform lain.

Keunggulan marketplace Shopee

Menurut Chris Feng (CEO Shopee) menyatakan bahwa beberapa keunggulan Shopee antara lain:

- a. Dapat menjual barang dengan cukup cepat
- b. Memiliki tampilan menarik, sederhana, dan dapat digunakan oleh berbagai kalangan.
- c. Menawarkan fitur chatting dengan penjual, sehingga pengguna dapat dengan mudah langsung bertransaksi atau tawar menawar dengan penjual.
- d. Memiliki fitur berbagi yang lengkap, sehingga dapat dengan mudah menyebarkan info ke berbagai media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, Line, Whatsapp, dan lainnya.
- e. Shopee mengintegrasikan fitur media sosial mencakup fungsi tagar, yang memungkinkan pengguna mencari barang atau produk yang sedang populer atau untuk mengikuti tren produk terbaru dengan mudah.
- f. Banyak promosi yang ditawarkan, mulai dari ongkos kirim hingga cashback belanja.

Pengaturan Pengguna MarketPlace Shopee

a. Hal yang disarankan untuk penjual

- 1) Berjualan, bukan memasang iklan

Market place Shopee dirancang sebagai tempat untuk membantu transaksi antara pembeli dan penjual, sehingga semua produk dalam toko penjual yang telah didaftarkan harus berupa produk yang memang ingin jual.

- 2) Membuat daftar tampilan toko terlihat lebih menarik

Pembeli akan lebih tertarik jika toko menggunakan kualitas foto yang bagus dalam daftar produk yang dijual. Selain itu memberikan informasi produk secara jelas dan akurat, dengan mencantumkan deskripsi produk secara detail, sehingga dapat membantu pembeli untuk berbelanja dengan aman.

- 3) Menjadi penjual dan pembeli yang sopan

- 4) Menjaga reputasi toko

Yakni dapat dilakukan dengan membalas pesan pembeli secara cepat dan tepat. Pembeli dengan tingkat kepuasan yang tinggi akan memilih untuk berbelanja lagi dan memberikan penilaian yang bagus. Selain itu stok barang yang cukup dan pengiriman pesanan secara tepat waktu juga berpengaruh. Hal ini bertujuan untuk menghindari adanya pembatalan pesanan maupun pengembalian barang atau dana.

Mystery Box

Mystery box atau kotak misteri adalah praktik jual beli yang menggunakan sistem dimana pembeli belum mengetahui apa isi dari kotak yang dibeli. Penjual hanya menginfokan jenis barang atau produk tanpa memberitahu secara spesifik apa produk tersebut. Pembeli melakukan pembayaran sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh penjual. Jual beli barang dengan sistem mystery box adalah jual beli online di mana pembeli hanya mengetahui informasi mengenai jenis barang dan selebihnya barang akan ditentukan oleh penjual. Selain hal tersebut para pelapak yang menjual mystery box tidak memberikan kesempatan bagi pembeli untuk mengembalikan mystery box yang telah dibeli.

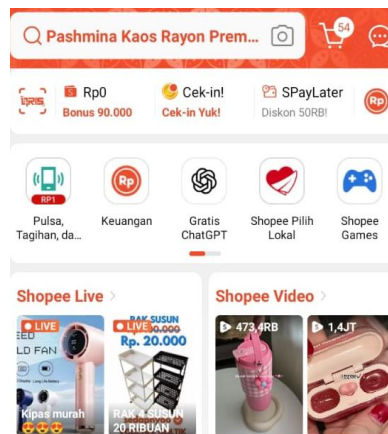
Mystery box merupakan sebuah barang yang dijual di platform atau marketplace dimana penjual hanya memberikan informasi mengenai jenis barang kepada calon pembeli. Kemudian barang tersebut akan dipilihkan oleh penjual secara acak dan sekiranya menarik bagi pembeli. Namun, ada kalanya mystery box ini tidak memiliki informasi apapun didalamnya. Jual beli mystery box ini sangat berkembang dan menjamur di setiap situs-situs jual beli online. Pembeli atau konsumen biasanya membeli sebuah produk mystery box untuk menghilangkan rasa penasaran terhadap isi yang akan didapatkan dari sebuah produk tersebut. Kisaran harga mystery box bervariasi mulai dari harga Rp. 5.000 an hingga jutaan rupiah tergantung kategorinya. Untuk kategori mystery box itu sendiri bervariasi, diantaranya kategori hijab, pakaian, aksesoris, barang elektronik, aksesoris hp, anime, peralatan dapur, snack, bumbu dapur, peralatan rumah tangga, kaos, pakaian dalam, benang, lego, mainan anak, footwear, atau ada juga yang tanpa kategori.

Mystery box akan dikirim oleh penjual secara random, sehingga pembeli maupun penjual sama-sama tidak mengetahui dengan pasti setiap customer akan mendapatkan barang apa. Selain itu, pembeli juga tidak bisa request barang yang akan didapatkan baik itu berupa ukuran maupun warna barang yang diinginkan. Setiap barang yang didapat tidak dapat ditukarkan atau dikembalikan. Jika pembeli memperoleh barang yang tidak diinginkannya maka mau tidak mau harus diterima karena isi dari kotak tersebut benar-benar akan dikirim secara acak. Pembeli juga tidak memperoleh garansi dan retur jika barang yang didapatkan tidak berfungsi dengan baik. Semua ketentuan pembelian mystery box tersebut tertulis dalam deskripsi halaman produk, sehingga setiap orang yang melakukan pembelian dianggap setuju dengan ketentuan tersebut. Oleh karena itu banyak penjual yang tidak menerima komplain jika ada pembeli yang merasa kecewa saat menerima barang.

Jual Beli Sistem Mystery Box Di Marketplace Shopee

a. Proses transaksi jual beli sistem mystery box di marketplace Shopee

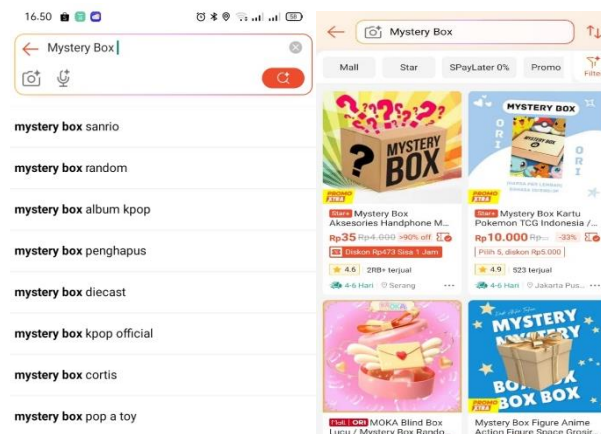
Proses jual beli dengan sistem mystery box di marketplace Shopee dapat dilakukan oleh semua pengguna. Langkah pertama, pengguna login pada akun miliknya. Jika belum memiliki akun dapat mengunduh terlebih dahulu di aplikasi store, jika sudah maka pengguna melengkapi identitas untuk bisa login pada aplikasi.



Gambar 4.2

Tampilan halaman utama marketplace Shopee

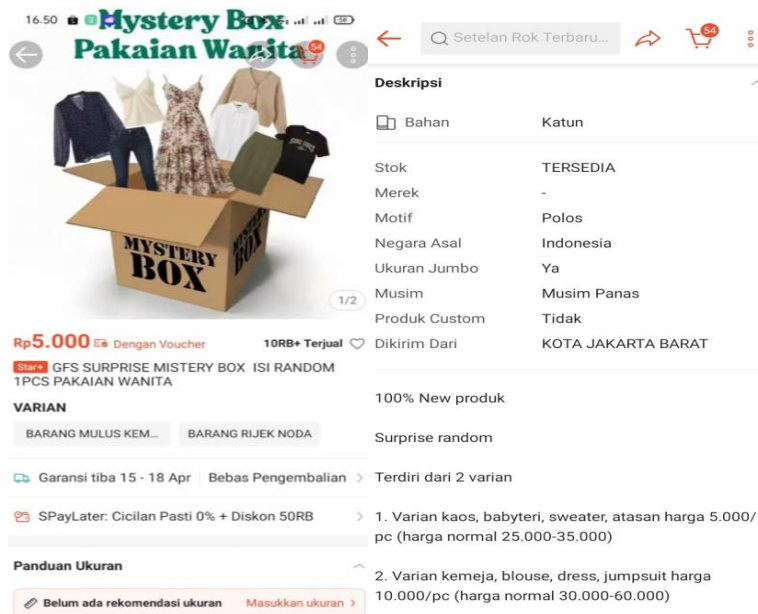
Ketika pengguna sudah login pada halaman utama marketplace Shopee, pengguna dapat menuliskan keyword *mystery box*. Pada pencarian tersebut akan ditampilkan beberapa keyword yang sedang ramai dikunjungi seputar *mystery box*. Sehingga pengguna juga perlu menambahkan kata sesuai dengan kebutuhan yang pengguna inginkan.



Gambar 4.3

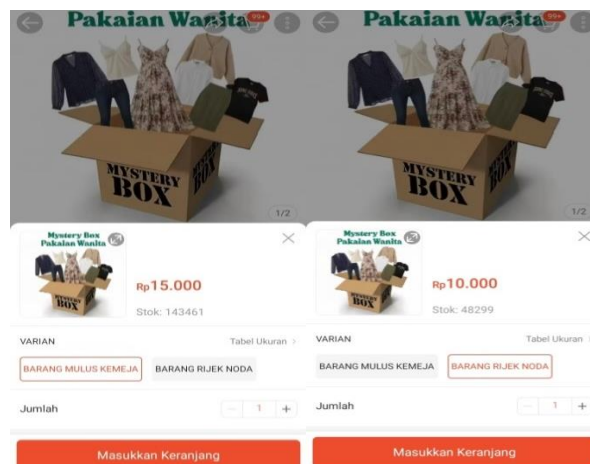
Tampilan *mystery box* pada kolom pencarian

Tahap selanjutnya, jika pengguna telah menemukan produk yang sesuai dengan keinginan, pengguna dapat mengklik gambar atau foto tersebut. Sehingga akan muncul tampilan toko penyedia produk yang telah dipilih pengguna. Pada toko tersebut juga tertera harga, rincian produk, serta penilain produk dari pembeli.



Gambar 4.4
Tampilan toko penyedia mystery box

Setelah pengguna telah merasa cocok dengan produk, harga, serta perform toko, maka dapat dilangsungkan proses pembelian dengan menekan tombol “beli sekarang” di kolom bawah kiri, atau jika ingin melihat yang lain produk tersebut dapat disimpan terlebih dahulu dengan memasukkan ke dalam keranjang, yaitu dengan menekan tombol “masukkan keranjang” di kolom bawah bagian tengah.



Gambar 4.5

Tampilan ketika pengguna ingin membeli produk dengan sistem mystery box

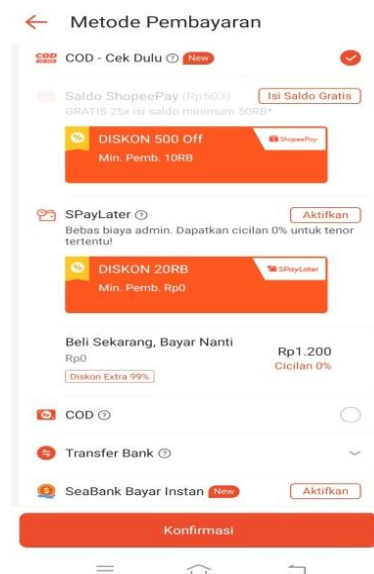
b. Penilaian produk Mystery Box oleh pembeli

Seperti halnya transaksi jual beli yang dilakukan pada marketplace lainnya, jual beli di market place Shopee dengan sistem mystery box juga memberi ruang kepada pembeli untuk memberi penilaian dan juga komentar.



Gambar 4.6

Tampilan penilaian pembeli mystery box



Gambar 4.7

Tampilan metode pembayaran di aplikasi shopee

Setelah membuat pesanan maka pembeli akan mendapat notifikasi dari pihak toko yang menjual produk melalui pesan, yang mana agar pembeli mengkonfirmasi pembelian tersebut dan akan segera diproses. Barang yang dipesan dapat dipantau melalui aplikasi shopee dari mulai proses pengemasan, proses pengiriman hingga sampai ke tangan pembeli.

Cara melakukan transaksi :

- Login apps/web.
- Pilih produk yang akan dibeli.
- Klik tambah Keranjang.

- d) Masuk ke menu Keranjang dan klik Beli.
- e) Pilih pengiriman dan kemudian pilih pembayaran.
- f) Metode pembayaran:
GoPay, SaldoTokopedia/Refund, GoPayLater, OVO, VirtualAccount, Transer Bank, BRI Ceria, BCA KlikPay, Mandiri Clickpay, LinkAja, BRImo, Jenius Pay, Cicilan/Kartu Kredit, Gerai, JakOne Mobile, Cicilan tanpa kartu kredit, Kredivo, Indodana, Home Credit, dan COD (cash on delivery) .
- g) Klik bayar
- h) Pilih metode verifikasi. Kamu dapat memilih metode verifikasi kode OTP atau PIN.
- i) Total harga akan tertera kemudian klik "buat pesanan". Maka secara otomatis pesanan akan tersimpan pada penjual

Untuk memperkuat dan mendapatkan suatu data yang benar dan dapat dipertanggung jawabkan, penulis melakukan observasi dan mengadakan wawancara pada pihak-pihak yang terlibat, dari pembeli yaitu

- 1) Hasil wawancara yang didapat adalah sebagai berikut:
 - a. "Widia, 18 tahun, melakukan pembelian mystery box pada tanggal 7 Januari 2026 melalui aplikasi Shopee. Saya tertarik membeli mystery box setelah melihat review mengenai produk tersebut di Instagram dengan harga Rp.20.000 yang murah dan mendapatkan barang yang bermanfaat. Melihat hal ini, saya tertarik dan melakukan pencarian terhadap produk tersebut dengan kategori kecantikan. Setelah menemukan hal menarik untuknya, saya membaca deskriptif dari produk tersebut bahwasanya seperti telah dijelaskan diatas. Produk berisi barang kecantikan dan tidak dapat dikembalikan setelah terbeli. Setelah paham, saya melakukan pembelian dan memilih metode pembayaran Mbangking, pesanan diterima dan penjual mengkonfirmasi kembali pesanan darinya. Beberapa hari kemudian barang datang kurang lebih 5 hari, saya mendapatkan 1 (satu) body serum. Dan menurut saya barang yang di dapat sesuai dengan uang yang telah dia keluarkan dari produk tersebut."
 - b. "Anindya 19 tahun seorang pembeli yang membeli misteri box di toko online Shopee dan melakukan COD (cash of delivery) pada tanggal 1 Januari 2026 alasan membeli produk misteri box karena melihat review dari salah satu youtuber. Ia mencoba membeli mystery box kebetulan mendapatkan flash sale 1.1 di aplikasi Shopee dan menemukan seharga Rp. 50.000 dengan kategori alat elektronik. Dan ia membaca review dan deskriptif dari produk tersebut setelah membaca ia melakukan checkout melalui pembayaran bayar ditempat (cash of delivery) setelah menunggu 1 minggu lebih paket tersebut datang dan ia membayar kurir tersebut lalu membuka isi misteri box dan menemukan penggaris. Menurut Anindya harga dari misteri box ini tidak sesuai dengan nilai barang yang didapatkan dan memberikan bintang 1 untuk aplikasi Shopee."

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada informan diatas selaku pembeli atau konsumen dapat disimpulkan bahwa barang yang dibeli dari produk mystery box tidak jelas jenisnya, bisa saja berupa pakaian, aksesoris, mainan, atau barang-barang lainnya. Barang yang dikirim oleh penjual bisa jadi lebih murah dari

harga yang dibayarkan dan sebaliknya, bisa jadi barang yang dikirimkan oleh penjual lebih mahal dari harga yang di bayarkan. Para konsumen menyatakan bahwa mereka dirugikan saat membeli produk tersebut. Pembeli melakukan aktivitas pembelian produk mystery box hanya berlandaskan rasa penasaran dan ingin tahu terhadap barang yang akan didapat dalam mystery box. Praktik jual beli mystery box merupakan aktivitas jual beli yang kurang bermanfaat, karena barang yang diperjualbelikan adalah barang-barang acak, konsumen membeli produk mystery box tanpa mengetahui secara jelas bentuk dan fisiknya, sebagian kecil konsumen ada yang mendapatkan barang sesuai dengan harga yang diberikan dan sebagai besar lainnya mendapatkan barang yang tidak sesuai atau bahkan tidak mendapatkan barang sama sekali. Mayoritas konsumen membeli produk dengan sistem mystery box dikarenakan penasaran terhadap barang yang terdapat di dalam mystery box, sebagian kecil konsumen membeli produk tersebut dikarenakan hanya iseng atau gabut (tidak ada kegiatan). Jual beli seperti ini juga mengandung kemudharatan, beberapa konsumen menjadikan praktik jual beli mystery box sebagai aktivitas judi dan mengundi nasib. Dalam hal ini, praktik jual beli produk mystery box lebih menguntungkan pihak penjual daripada pembeli, karena Sebagian kecil konsumen ada yang mendapatkan barang sesuai dengan harga yang diberikan dan sebagai besar lainnya mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan harga yang dibayarkan. Kondisi ini menyebabkan adanya ketimpangan distribusi keuntungan antara penjual dan pembeli. Hanya sebagian kecil konsumen yang berpotensi memperoleh barang dengan nilai yang sebanding atau lebih tinggi dari harga yang dibayarkan, sedangkan mayoritas konsumen justru menerima barang dengan nilai yang lebih rendah. Fenomena ini menunjukkan adanya pola keuntungan sepihak (*asymmetric benefit*), yang dalam perspektif hukum ekonomi Islam bertentangan dengan prinsip keadilan (*al-'adl*) dan keseimbangan dalam muamalah. Selain itu, penelitian lain menegaskan bahwa ketidakjelasan objek barang dalam mystery box mengandung unsur *gharar* dan *maisir*, yang pada akhirnya mengarah pada praktik spekulatif yang lebih menguntungkan penjual dibandingkan pembeli.

Pandangan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Mystery box di Marketplace Shopee

Islam adalah agama yang mengatur segala sesuatu dalam aktivitas kehidupan manusia. Islam adalah gaya hidup bagi para pemeluknya. Sebagai salah satu idealismenya, syariah Islam terus berubah seiring dengan kebutuhan dan tingkat peradaban manusia. Salah satu aktivitas kehidupan yang diatur oleh Syariah Islam adalah nilai-nilai yang berhubungan dengan perdagangan, seperti Jual beli merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia di muka bumi. Melalui kegiatan tersebut, manusia dapat memenuhi kebutuhannya. Dalam proses pemenuhan kebutuhan hidup, jual beli seringkali secara bebas berlangsung sesuai keinginan masing-masing pihak. Hal ini kemudian menjadi pemicu terjadinya penipuan dan penyimpangan dalam transaksi yang dilakukan. Oleh karena itu, Islam hadir sebagai pengatur dalam bentuk *fiqh muamalah* agar transaksi yang dilakukan dapat berjalan dengan sehat sesuai dengan

aturan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Di dalam Al-Qur'an antara lain terdapat firman Allah SWT yaitu:

وَاحْلَ اللَّهُ النَّبِيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: "Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" (Q.S. Al-Baqarah: 275).

Dalam surah Q.S An-Nisa (4) ayat 29 di jelaskan pula mengenai jual beli dalam islam يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

yang artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisa':29).

Dari kedua ayat di atas jelas bahwa Allah memperbolehkan jual beli dan memerintahkan umatnya untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan cara yang halal, salah satunya melalui jual beli atau perdagangan. Transaksi jual beli kini dapat dilakukan melalui berbagai media dan metode, salah satunya dengan menggunakan sistem mystery Box. Jual beli mystery box dilakukan dengan menggunakan media elektronik, sehingga pembeli dan penjual tidak perlu bertatap muka untuk melakukan transaksi. Transaksi muamalah seperti itu diperbolehkan selama tidak melanggar apa yang dilarang oleh Al-Qur'an dan As-Sunnah. Sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam prinsip muamalah melalui kaidah fiqh berikut:

الأصل في الشرط في المعاملات الجلب والإباحة إلا بدليل

Artinya: "Hukum asal semua bentuk muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil yang melarangnya"

Berdasarkan ayat diatas telah jelas bahwa Allah memerintahkan kepada umatnya agar dalam memenuhi kebutuhan hidup dilakukan dengan cara yang diperbolehkan, salah satunya dengan transaksi perdagangan atau jual beli. Transaksi jual beli sekarang ini telah hadir dengan berbagai macam media dan cara, salah satunya jual beli dengan sistem mystery box. Jual beli tersebut dilakukan dengan menggunakan media elektronik sehingga antara penjual dan pembeli tidak perlu saling bertatap muka dalam melakukan suatu transaksi. Transaksi muamalah semacam ini tentu saja boleh dilakukan, asal tidak menyalahi apa yang telah dilarang dalam Al Qur'an dan Hadis.

Konsep jual beli Islam juga memiliki syarat dan rukun yang harus diperhatikan oleh para pelaku jual beli agar muamalah yang dilakukan dapat dianggap sah. Adapun syarat dan rukun jual beli adalah sebagai berikut:

a. Syarat terjadinya akad jual beli (syurut al-inqad)

Syurut in'iqad ini erat kaitannya dengan semua unsur jual beli, baik yang bersifat rukunnya, pihak yang bertransaksi, objek dan hal-hal terkait lainnya yang berkaitan erat dengan transaksi jual beli. Syurut al in „iqad ini harus dipenuhi agar akad tersebut dibenarkan oleh syara'. Jika salah satu syarat tidak terpenuhi, maka akadnya tidak valid (batal) dan tidak dapat dihukumi sebagai transaksi jual beli. Syarat terjadinya akad jual beli menurut Mazhab Hanafi terdapat empat hal yaitu:

1) Syarat pelaku akad

Syarat seseorang yang sedang akad (pelaku akad) antara lain, berakal atau mumayyiz (seseorang yang dapat membedakan mana yang benar dan mana yang tidak benar) dan adanya kedua belah pihak yang berbeda. Dalam jual beli mystery box di marketplace Shopee dapat dipastikan bahwa penjual dan pembeli nya merupakan orang-orang yang sudah baligh dan berakal, karena dalam syarat dan ketentuan penggunaan Shopee terdapat poin ketentuan umum bagi pengguna Shopee yang menyatakan bahwa: "2.1 Pengguna dengan ini menyatakan bahwa pengguna adalah subjek hukum yang cacao dan mampu untuk mengikatkan diri dalam perjanjian".

Dengan demikian, jika pengguna marketplace Shopee memenuhi syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh pihak Shopee, maka syarat dalam jual beli ini tidak ada persoalan.

2) Syarat Ijab Kabul (Shigat)

Para ulama sepakat bahwa ijab qabul merupakan unsur utama dalam melakukan transaksi jual beli. Adanya ijab qabul itu sendiri menunjukkan kerelaan kedua belah pihak. Syarat dari ijab qabul hanya satu yakni adanya pernyataan qabul yang sesuai dengan ijab. Dalam jual beli mystery box lafadz ijab oleh penjual dinyatakan dalam kolom deskripsi produk. Sedangkan lafadz qobulnya dinyatakan ketika konsumen telah melakukan pemesanan dan membayar produk tersebut sesuai dengan nominal yang ditentukan oleh pihak pelapak di marketplace Shopee. Akan yang digunakan dalam transaksi jual beli mystery box ini merupakan akada salam, dimana pembeli melakukan kesepakatan atas barang pesanan dengan spesifikasi tertentu yang penyerahannya ditangguhkan pada waktu tertentu, yang mana pembayaran dilakukan secara kontan di majelis akad. Secara tidak langsung, aktivitas penjual dan pembeli tersebut dikatakan sebagai ungkapan ijab qobul, karena jual beli mystery box ini merupakan jual beli online yang menggunakan media elektronik dalam bertransaksi, yang berarti penjual dan pembeli tidak bertatap muka secara langsung akan tetapi melalui media elektronik.

3) Syarat lokasi/transaksi jual beli

Syarat lokasi atau transaksi jual beli terdiri dari satu syarat, yaitu pernyataan ijab qobul dilakukan dalam satu tempat atau majelis. Dalam jual beli mystery box ini, ijab dan qobul dilakukan di satu tempat yaitu di marketplace Shopee.

4) Syarat objek yang diperjualbelikan

Syarat objek yang diperjualbelikan terdiri dari beberapa syarat, diantaranya:

- a. Barang yang akan dijual harus ada (mabi²), dalam jual beli dengan sistem mystery box ini barang yang ada, jika dilihat dari deskripsinya produknya adalah barang-barang yang dapat berupa aksesoris, handphone, perawatan dan kecantikan, dan barang lainnya yang lazim dijadikan untuk hadiah.
- b. Memiliki nilai (bernilai), bagi konsumen, bentuk bernilai nya suatu barang ialah nilai guna dari barang itu sendiri. Sehingga dalam jual beli disyaratkan bahwa barang yang diperjualbelikan haruslah barang yang bernilai atau memiliki nilai guna, hal ini semata-mata agar konsumen tidak merasa dirugikan atas barang yang telah dibelinya. Akan tetapi, dalam jual beli dengan sistem mystery box, mayoritas konsumen membeli barang tersebut diakarenakan

terdorong oleh rasa penasaran dan ingin tahu terhadap isi barang yang terdapat dalam mystery box tanpa mempertimbangkan nilai guna dari barang tersebut.

c. Dimiliki secara pribadi, barang yang diperjualbelikan dalam jual beli mystery box di marketplace Shopee merupakan kepemilikan pribadi penjual. Hal ini dapat dilihat di deskripsi produk yang menyatakan bahwa penjual akan mengirimkan barang tersebut secara acak. Dapat diartikan bahwa barang tersebut sudah menjadi kepemilikan penjual atau sudah ada ditangan penjual.

d. Barang yang diperjualbelikan harus dapat diketahui pembeli. Mengenai jenis barang yang diperjualbelikan dalam praktik jual beli mystery box ini, sudah ditegaskan sebelumnya bahwa barang tersebut bersifat misteri yang artinya pembeli tidak dapat mengetahui secara jelas bentuk, fisik, dan sifat dari barang yang dibelinya. Sehingga, dalam praktik jual beli dengan sistem mystery box ini mengandung unsur ketidakjelasan.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pada pasal 76 telah disebutkan mengenai syarat objek dalam jual beli, yaitu:

- a. Barang yang diperjualbelikan harus ada.
- b. Barang yang diperjualbelikan harus dapat diserahkan
- c. Barang yang diperjualbelikan harus berupa barang yang memiliki nilai/harga tertentu
- d. Barang yang diperjualbelikan harus halal
- e. Barang yang diperjualbelikan harus diketahui oleh pembeli
- f. Kekhususan barang yang diperjualbelikan harus diketahui
- g. Penunjukkan dianggap memenuhi syarat kekhususan barang yang dijualbelikan apabila barang itu ada di tempat jual beli
- h. Sifat barang yang dapat diketahui secara langsung oleh pembeli tidak memerlukan penjelasan lebih lanjut
- i. Barang yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu akad.

Didalam Fatwa DSN MUI Nomor 146 tahun 2021 disebutkan penjual menawarkan barang atau jasa kepada pelanggan tanpa perantara dan juga dalam penawaran barang jual dilakukan melalui platform online shop yakni Shopee. Sebab ijab penjual di sini dinyatakan dalam bentuk mendeskripsikan produk yang dijual, dan qabul pembeli dinyatakan melalui kesediaan membaca deskripsi produk tersebut dan tetap melanjutkan pembelian barang dengan melakukan checkout di platform Shopee. Hal tersebut secara tidak langsung dapat dikatakan sebagai ijab qabul antara penjual dan pembeli dalam jual beli online. Kemudian syarat salah satu jual beli salam adalah barangnya harus sesuai dengan spesifikasi yang jelas, dimana penjual sudah mencantumkan spesifikasi barang didalam kolom deskripsi sehingga pembeli dapat membaca/melihat info mengenai barang.

Kegiatan jual beli diperbolehkan selama barang yang diperjual belikan sesuai dengan ciri-ciri yang telah ditentukan atau telah diketahui jenis dan sifatnya dan barang yang akan dibelinya. Jika dilihat melalui syarat dan ketentuan jual beli, disebutkan mengenai ketentuan barang yang dikutip dari Fatwa DSN MUI No 05 tahun 2000 tentang Jual Beli Salam yaitu, harus jelas ciri-cirinya, dan harus dijelaskan spesifikasinya. Dan dilihat dari segi penyerahan barang disebutkan Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, maka penjual tidak boleh

meminta tambahan harga. Namun sebaliknya, jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon). Maka dari itu sesuai dengan teori keadilan, diantara sekian banyaknya pemikiran dan konsep keadilan, salah satu konsep keadilan yang cukup relevan adalah sebagaimana yang dijelaskan oleh Roscoe Pound, ia melihat bahwa hasil yang diperoleh itu hendaknya berupa pemuasan kebutuhan manusia sebanyak-banyaknya dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya, yang selanjutnya diketahui dengan keadilan sosiologis yakni keadilan yang didasarkan pada kebiasaan budaya, pola perilaku dan hubungan antar manusia dalam masyarakat. Seperti yang terlihat dari uraian di atas, pada saat jual beli menggunakan sistem mystery Box, terdapat unsur ketidakjelasan pada barang yang menjadi objek jual belinya. Meskipun pada awalnya dalam transaksi antara pembeli dan penjual berdasarkan kemauan kedua belah pihak, namun karena ketidakjelasan barang, pembeli seringkali kecewa atau dirugikan saat barang yang dibeli tiba. Dalam fiqh muamalah, ambiguitas atau ketidakjelasan objek barang dalam jual beli disebut gharar.

Dari hasil penyajian data dan analisis data di sub bab sebelumnya diketahui bahwa dalam jual beli dengan sistem mystery box terdapat unsur ketidakjelasan terhadap barang yang menjadi objek jual beli. Tidak jelasnya objek barang jual beli, dalam fiqh muamalah disebut gharar. Secara istilah gharar ialah sesuatu yang samar dan akibatnya tidak diketahui dengan jelas. Aktivitas gharar secara tegas dilarang oleh hukum syariat Islam, oleh karena itu tidak diperkenankan untuk melakukan kegiatan jual beli atau memberikan syarat-syarat dalam kontrak dengan unsur-unsur gharar. Didalam As-Sunnah ditegaskan dengan jelas mengenai larangan gharar, sebagai berikut:

وَاجْمَعُ الْمُسْلِمُونَ عَلَى جَوَازِ الْبَيْعِ وَحُكْمَتُهُ تَقْتَضِي حَاجَةَ الْإِنْسَانِ إِلَى مَا يَدِي صَاحِبِهِ قَدْ لَا يُبْذَلُ لَهُ

Artinya: "Telah terjadi ijma oleh orang-orang islam tentang kebolehan jual beli dan hikmah jual beli adalah kebutuhan manusia tergantung pada sesuatu yang ada ditangan pemiliknya terkadang tidak begitu saja memberikan kepada orang lain" (Al-Asqolani: 287)

Artinya: Rasulullah Shallallahu „alaihi wa sallam melarang jual beli al-hashah dan jual beli gharar (HR. Muslim).

Dalam istilah fiqh, gharar adalah pertanyaan tentang konsekuensi atas ketidaktahuan terhadap suatu ihwal, peristiwa/kejadian dalam transaksi atau transaksi jual beli, atau ketidakjelasan antara baik dan buruk.

Para ahli fiqh (fuqaha) membagi gharar menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a. Gharar fil wujud, artinya menebak-nebak keberadaan, seperti jual beli anak kambing, walaupun kambing betinanya belum bunting
- b. Gharar fil hushul, yaitu spekulasi tentang hasil, seperti menjual barang yang mana barang tersebut sedang dalam perjalanan dan belum sampai ke penjual.
- c. Gharar fil miqdar, yaitu spekulasi terhadap takaran, seperti jual beli ikan dengan cara sistem sekali jaring yang belum jelas takaran dari ikan tersebut
- d. Gharar fil jinsi, dugaan terhadap suatu jenis barang atau obyek, seperti jual beli barang yang tidak jelas jenisnya

- e. Gharar fis shifah, dugaan atau spekulasi terhadap sifat, seperti jual beli yang tidak jelas perincian atau spesifikasinya
- f. Gharar fiz zaman, spekulasi terhadap masa atau waktu, seperti jual beli barang atau obyek yang tenggang waktu pengalihan barangnya tidak jelas
- g. gharar fil makan, spekulasi terhadap tempat, misalnya jual beli barang yang tidak jelas tempatnya
- h. Gharar fit ta'yin, untuk menilai spekulasi barang, seperti jual beli salah satu dari dua pakaian, tanpa menentukan mana yang akan dijual.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa jual beli mystery box, termasuk dalam kategori gharar fil jinsi yang mana dalam praktiknya terdapat unsur ketidakjelasan terhadap barang yang diperjualbelikan. Artinya pembeli tidak mengetahui secara jelas barang yang terdapat dalam mystery box tersebut. Para ulama mengungkapkan bahwa gharar ini adalah suatu transaksi yang tidak jelas. Ambiguitas yang terlibat mencakup hal kuantitas, kualitas, harga atau mitra transaksi. Hal-hal yang tidak jelas tersebut dapat membatalkan atau bahkan merusak akad. Dengan demikian, dapat disimpulkan berdasarkan tinjauan fiqh muamalah terhadap praktik jual beli dengan sistem mystery box di marketplace Shopee merupakan jual beli yang mengandung unsur ketidakjelasan terhadap barang yang diperjualbelikan. Dalam fiqh muamalah jual beli yang mengandung unsur ketidakjelasan disebut sebagai jual beli gharar, yang mana jual beli gharar tersebut tidak diperbolehkan dalam Islam.

Ketidak jelasan terhadap objek atau barang dalam jual beli menurut fiqh muamalah disebut dengan istilah gharar. Secara istilah gharar adalah adanya ketidak jelasan atau kesamaran. Adanya kesamaran disini artinya barang tersebut mengandung ketidak jelasan baik dari barangnya, harganya, kadarnya dan sebagainya. Jual beli gharar merupakan jual beli yang dilarang oleh syariat Islam. Terdapat dalam hadist Riwayat Muslim yaitu Rasulullah SAW. melarang jual beli yang mengandung unsur gharar". Cara menilai unsur ketidakjelasan barang atau gharar dalam praktik jual beli misteri box di marketplace shopee adalah dengan menilai tingkat kejelasan objek Transaksi dan transparansi informasi atas barang yang diperjualbelikan semakin besar ketidakjelasan mengenai barang yang diperjualbelikan maka semakin kuat pula indikasi adanya unsur gharar atau ketidakjelasan dalam akad jual beli menurut perspektif muamalah. Ketidak jelasan terhadap objek atau barang dalam jual beli menurut fiqh muamalah disebut dengan istilah gharar. Secara istilah gharar adalah adanya ketidak jelasan atau kesamaran. Adanya kesamaran disini artinya barang tersebut mengandung ketidak jelasan baik dari barangnya, harganya, kadarnya dan sebagainya. Jual beli gharar merupakan jual beli yang dilarang oleh syariat Islam. Terdapat dalam hadist Riwayat Muslim yaitu Rasulullah SAW. melarang jual beli yang mengandung unsur gharar.

Madzhab syafi'i berpendapat gharar ialah segala sesuatu yang akibatnya tersembunyi dimana mystery box merupakan jual beli dengan unsur kerahasiaan yang menyebabkan adanya ketakutan, kekecewaan dan kezaliman atas ketidak jelasan isi produk yang diperjual belikan. Kemudian Ibnu Hazm menegaskan bahwa gharar adalah adanya ketidak tahuan dari barang yang menjadi objek jual beli. Namun dalam fiqh muamalah, tidak terdapat akad yang secara langsung sama

dengan praktik jual beli misteri box, Namun praktik misteri box paling dekat di analogikan atau dikiaskan dengan ba'i al-gharar yaitu jual beli yang mengandung unsur ketidakjelasan terhadap objek transaksi dalam akad ini, pembeli tidak mengetahui secara pasti barang yang diperjualbelikan hal ini serupa dengan transaksi misteri box karena isi barang dalam kotak tidak diketahui oleh pembeli saat akan berlangsung dalam fiqih muamalah transaksi yang mengandung ke gharar atau (ketidakjelasan) yang tinggi umumnya dilarang karena dapat merugikan salah satu pihak. Untuk mengupayakan agar praktik jual beli misteri box tidak bertentangan dengan prinsip pokok ekonomi Islam penjual harus memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai isi barang kategori serta kisaran nilai barang yang diperoleh pembeli hal ini bertujuan untuk meminimalkan unsur gharar (ketidakjelasan) dalam transaksi selain itu harga yang ditetapkan harus sebanding dengan nilai barang yang mungkin diterima disertai dengan adanya hak komplain atau khiyar bagi pembeli apabila barang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan dengan demikian transaksi dapat lebih mencerminkan kejujuran keadilan dan kepastian dalam hukum ekonomi islam.

Berdasarkan hasil penelitian, transaksi jual beli mystery box di marketplace shopee telah memenuhi unsur gharar, sebagaimana dijelaskan dalam hadits Abu Hurairah yang berkaitan dengan gharar. Hadits tersebut menyatakan bahwa jual beli yang mengandung ketidakpastian (gharar) adalah tidak sah. Alasan ketidakabsahan jual beli mystery box di marketplace adalah karena transaksi ini tidak memenuhi salah satu syarat objek yang diperjualbelikan, yaitu kejelasan barang. Dalam jual beli ini terdapat unsur Ketidakjelasan dan ketidakpastian spesifikasi dan karakteristik barang tersebut. Transaksi ini dapat dianggap sah jika penjual dapat memastikan bahwa nilai barang dalam barang tersebut setidaknya sama dengan harga yang dibayarkan oleh pembeli.

SIMPULAN

Praktik jual beli dengan sistem mystery box di marketplace Shopee terjadi apabila pembeli telah melakukan pemesanan terhadap produk yang diinginkan. Untuk melakukan pemesanan *mystery box* di marketplace di marketplace Blibli dengan cara membuka aplikasi Shopee kemudian kearah kolom pencarian dan masukkan kata kunci "*mystery box*". Setelah itu akan muncul beberapa pilihan produk dengan deskripsi dan harga yang beragam. Konsumen dapat memilih produk yang diinginkan kemudian melakukan mengisi alamat pengiriman dan melakukan pembayaran sesuai dengan harga yang telah ditentukan. Setelah melakukan pemesanan dan pembayaran, produk akan diproses oleh penjual, dan pembeli menunggu produk tersebut sampai di rumah. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, para pembeli *mystery box* terdorong untuk membeli produk tersebut dikarenakan rasa penasaran, ingin tahu dan hanya karena iseng. Ketika barang sudah sampai, barang yang diperoleh tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Sehingga konsumen merasa kecewa setelah membeli produk tersebut.

Berdasarkan Hukum islam, jual beli mystery box di marketplace Shopee bertentangan dengan rukun dan syarat jual beli, karena dalam praktik jual beli ini terdapat unsur ketidakjelasan terhadap barang yang diperjualbelikan, sehingga

menyebabkan unsur gharar dalam jual beli. Ketidakjelasan objek barang yang terdapat dalam pelaksanaan jual beli ini dapat dikategorikan dalam *gharar fil jinsii* yang berarti dugaan terhadap suatu jenis barang atau objek, seperti jual beli barang yang tidak jelas jenisnya. Dalam jual beli mystery box ini unsur gharar nya terdapat pada barang yang diperjualbelikan. Barang yang terdapat dalam mystery box tidak diketahui secara jelas oleh pembeli, karena dalam deskripsi tidak dijelaskan secara detail barang apa yang akan di peroleh, pembeli hanya mengetahui harganya dan membayar sesuai dengan yang telah ditentukan. Sehingga, dalam hal ini mengandung unsur ambiguitas (gharar). Dalam Al-Qur'an dan hadist sudah ditegaskan mengenai larangan jual beli yang mengandung unsur gharar. Dengan demikian praktik jual beli dengan sistem mystery box tidak dibenarkan dalam syariat Islam.

DAFTAR RUJUKAN

- A.Djazuli, 2016, *Kaidah-Kaidah Fiqiyah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*, (Jakarta: Kencana), hlm. 51
- Abd. Hadi *Dasar-dasar Hukum Ekonomi Islam*, (Surabaya: Putra Media Nusantara, 2010), hlm. 100.
- Abdulkadir Muhammad, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung, Citra Aditya Bakti, hlm 5
- Abdurrahman, dkk,2010, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Prenada Media Group), hlm. 70-71.
- Abu al-Farji Abdurrahman bin Rajab al-Hanbali, *Al-Qawa'id al-Nuraniyah*, (Beirut: Dar al-Ma'rifah), hlm. 83.
- Abu Zakariyah Muhyiddin Ibn Sharaf al-Nawawi, *Al-Majmu' Sharh al-Muhadhab*, (Matba'ah al-Tadamun al-Akhwa, 676H), Juz 6, 288
- Adiwarman Karim dan Ono, 2004, *Riba, Gharar, dan Kaidah-kaidah fikih dan Ekonomi Syariah: AnalisisEKonomi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada), hlm. 6
- Agus Siswanto, *The Power of Islamic Entrepreneurship*, (Jakarta: AMZAH,2016),hlm.1
- Ahmad Azhar Bashir, *Asas-Asas Hukum Muamalah (Hukum Perdata Islam)*, (Yogyakarta: UII Press, 2012), hlm. 65-66
- Akhmad Farroh Hasan, (2010) *Fiqh Muamakah dari Klasik hingga Kontemporer* (Teori dan Praktik), hlm 32.
- Al-Imam al-Nawawi, *Sharh al-Muhadzdzab*, (Beirut: Dar Ihya al-Turats al-A'rabi,) jil. 9, hlm.210
- Amirudin dan H. Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*,PT. Raja Grafindo Persada, 2012, hlm. 82
- Bambang Sunggono, (2016), *Metodologi Penelitian Hukum* (Jakarta: Raja Grafindo Persada), hlm. 93.
- Chairuman Pasaribu, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1994), Cet. Ke-1, hlm. 38-39.
- David Baum, 1999, *Business Links*, (New Jersey: Oracle Magazine) Vol. XII
- Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), "Akad Jual Beli," *Fatwa DSN MUI*, no. 021 (2017): 294, <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/5/>.

- Dimyauddin Djuwaini, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008), hlm 102.
- Diniarti Novi Wulandari, Budi Santoso dan Handry S Athar, 2018, *Etika Bisnis E-Commerce Berdasarkann Maqashid Syariah Pada Marketplace Bukalapak.com*, (Jakarta), hlm. 3
- Djuwani, Dimyauddin, (2010) , *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), hlm. 128.
- Dwi Suwiknyo, 2010, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), hlm. 21
- Eka Putri Utamima, “*Hukum Jual Beli Mystery Box Menurut Mazhab Syafi’i (Studi Kasus di Akun Instagram HypeWannaBe)*”. Skripsi (UIN Sumatera Utara Medan, 2020), hlm 15
- Fatwa Dewan Syari’ah Nasional (DSN) Nomor: 146 tahun 2021 tentang Online Shop Berdasarkan Prinsip Syariah
- Gemala Dewi, *Hukum Perikatan di Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia, 2020), Cet. Ke-1, hlm. 104.
- Hamzah Ya’qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup Dalam Berekonomi)*, (Bandung: Diponegoro, 1992), cet. Ke-2, hlm. 18.
- Haris Faulidi Asnawi, 2004, *Transaksi Bisnis E-Commerce Persoektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press), hlm.
- Idri. 2016, *Himpunan Hadist Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi*, (Jakarta: Kencana), hlm. 159
- Imam Hafizh Ali bin Hajar al-Asqalani, (1996), *Fath Bari Syarah Shahih Al-Bukhari Juz V*, (Bairut: Dar al-Fikr), hlm 287.
- Imam Mustofa, (2016), *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers), Cet. 1, hlm. 21
- Imam Nawawi, *Al-Majmu’ Syarah Al Muhadzdzab*, Jilid 10. (Jakarta: Pustaka Azam, 2010).hlm 647.
- Jaka Yudha Asmara dkk, (2022), *Hukum Perlindungan Konsumen Perjanjian Jual Beli Mystery Box Pada Marketplace*, (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022, Cet. Pertama). hlm. 3.
- Jalaluddin Rahmad, (2003), *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdokarya, hlm. 22
- Julian Ding, *E-commerce: Law and Office*, (Malaysia: Sweet and Maxwell Asia 1999). hlm. 25.
- Kenneth C. Laudon, dkk, (2007), *Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta, Salemba Empat), hlm. 12.
- Kolter Philip, (1998) *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo), hlm. 319
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm 109.
- Moh. Haliimur Rosyid, “*Analisis Perilaku Konsumen terhadap Mystery Box Perspektif Islam*”, Skripsi, (IAIN Ponorogo, 2021), hlm 93.
- Muhammad Rizal Pahlewannur, dkk, (2022), *Metode Penelitian Kualitatif*, (Sukoharjo: Pradina Pustaka), hlm, 137-138.
- Muhammad, dkk, 2002, *Visi Al-Qur’an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah), hlm. 118
- Ningsih, P. K. (2021). *Fiqh Muamalah*. Depok: Rajawali Pers., hlm. 15.

-
- Oni Sahroni dan Adiwarmarman A. Karim, (2015), *Maqashid Bisnis dan Keuangan Islam Sintesis Fikih dan Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), hlm. 118- 120
- Rahmat Hidayat, *Buku Ajar Pengantar Fikih Muamalah* (Medan: UIN Sumatera Utara, 2020), hlm 33.
- Risca Selfeny, "Implementasi Jual Beli Online Mystery Box di Marketplace Shopee Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Perdata (Studi Kasus pada Brand Beautetox)", Skripsi (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022), 12.
- Sayyid Sabiq, (1993), *Fiqh Sunnah 12*, Terjemah Kamaluddin A. Marzuki, dkk, (Bandung: al-Ma'arif), hlm. 47.
- Syaikhu, dkk. (2020), *Fiqh Muamalah Memahami Konsep Dialektika Kontemporer*, (Yogyakarta: K-Media, 2020), hlm. 94
- Syarifah Gustiawati Mukri et al., "Transaksi Jual Beli Terlarang Ghisy atau Tadlis Kuantitas" 1, no. 2 (2019): hlm 145
- Wahbah Az Zuhaily, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jilid 5. (Jakarta: Gema Insani, 2011). hlm 112.
- Wawan Muhwan Hariri, (2011), *Hukum perikatan Islam : dilengkapi hukum perikatan dalam Islam*, 1 ed. (Bandung : Pustaka Setia), hlm. 271.
- Yusuf As-Sabatin, (2009), *Bisnis Islami Kritik Atas Bisnis Ala Kapitalis*, diterjemahkan oleh Yahya Abdurrahman, (Bogor: Al-azhar Press), hlm. 107
- Abdurrahman Alfaqih, (2017), Prinsip- Prinsip Praktik Bisnis dalam Islam bagi Pelaku Usaha Muslim, *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, Vol. 24, No. 3. 464-465.
- Dian Amintapratwi Purwandini, Irwansyah (2021). "Komunikasi Korporasi Pada Era Industri 4.0, *Jurnal Ilmu Sosial*" Vol 17 No.1, Januari-Juni, 53.
- Eva iryani, (2017), HUKUM ISLAM, DEMOKRASI DAN HAK ASASI MANUSIA, *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* Vol.17 No.2, hlm. 24
- Faradila Hasan, (2025) Mystery Box Transactions in the Perspective of Fiqh Muamalah: A Validity Analysis Based on Ghararand Maysir Principles, *Journal of Islamic Economics Law* Vol.5, No.(1), hlm 56-73.
- Gusniarti, (2015), Distors Pasar dalam proses Transaksi Sekuritas Syariah di Pasar Sekunder, *Jurnal Etikonomi*, Volume14 Number 2 [URL:10.15408/etk.v14i2269](https://doi.org/10.15408/etk.v14i2269), 147-174.
- iftahul Jannah, Jual Beli Tanah Sawah Milik Bersama (*A'balu Taung*) dalam Pandangan Ekonomi Islam di Desa Manimbahoi Kecamatan Parigi Kab. Gowa, *Jurnal Iqtisaduna*, no. 2 (2017) 4, <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Iqtisaduna/article/view/4043>
- M. Syarif, 2023, Pelaksanaan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Tengah Persaingan Lembaga Keuangan Syariah Bank dan Non Bank, Volume 3 Number 2, URL: <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i2.1729>.
- Mahfud Nugroho, Fitria Yuni Astuti, (2022) *Jual Beli mystery Box Pada E-Commerse Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam*, *Journal Economic insights*, Vol. 1 no. 2, 144.
- Muannif R, & Hasbi U. A , (2021), SUMBER-SUMBER HUKUM ISLAM DAN IMPLEMENTASINYA, *Journal of Islamic Studies* Vol. 1 No. 2. 32-38.
- Muh. Fudhail Rahman, (2018) "Hakekat dan Batasan-Batasan Gharar Dalam

- Transaksi Maliyah”, *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar’i* Vol. 5 Nomor 03, 263-268
- N. Puspitasari, (2011), Sejarah dan Perkembangan Asuransi Islam serta Perbedaannya dengan Asuransi Konvensional, *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, Volume 10 Number 1, URL: <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/1202>, 35-47.
- Nadrattuzaman Hosen, (2009) Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi, *Al-Iqtisad*, no. 1 54, <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/iqtishad/article/view/2453/1850>.
- Nadrattuzaman Hosen, (2009), Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi. (Jakarta: *Jurnal Fakultas Syariah dan Hukum*). hlm, 55.
- Najamuddin, (2025) Transaksi Gharar dalam Muamalat Kontemporer, *Jurnal Syariah*, no. 1 hlm 26-27, <http://ejournal.fiaiunisi.ac.id/index.php/syariah/article/view/20>.
- Rizka Adi Nugroho dan Prihati Yuniarlin, (2020) “Pelaksanaan Jual Beli Secara Online Berdasarkan Perspektif Hukum Perdata” (*Jurnal Media of Law and Sharia*, Vol. 2, No. 1), hlm, 191.
- Tangkas Ageng, Achmad Kaisi (2023). “Perkembangan Industri 5.0 Terhadap Perekonomian Indonesia”, *Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU)*, Vol.1 No.3, 96.
- Taufiq, (2018) “Memakan Harta Secara Bathil (Perspektif Surat An-Nisa:29 dan At-Taubah:34,” *Jurnal Ilmiah Syariah* 17, no. 2: 249
- Tech in Asia-Connecting Asia's startup ecosystem" www.techinasia.com.(dalam bahasa Inggris).
- "Transaksi Shopee di Indonesia Terbesar di ASEAN | SWA.co.id".SWA.co.id.2015-12-02.